

**ALICIA GARCÍA • Consejera de Cultura y Turismo**

Licenciada en **Ciencias Económicas y Empresariales** por la Universidad Complutense de Madrid, Alicia García (Ávila, 1970) es la responsable de la **Consejería de Cultura y Turismo** de la Junta desde la formación del Gobierno regional tras las elecciones de mayo de 2011. Tras afrontar la imagen turística de la Comunidad en Intur y Fitur, ahora se enfrenta al reto de llevar a buen puerto el segundo **Plan del Español para Extranjeros 2012-2015**.

«Queremos ser una referencia como Oxford o Cambridge»

C.C.P. (ICAL) / VALLADOLID

El 30 de junio de 2005, la Junta aprobó el Plan del Español para Extranjeros de Castilla y León 2005-2009, un programa para potenciar el sector en la Comunidad que fue ampliado por dos años más, y que hasta el momento ha permitido incrementar en un 37 por ciento el número de alumnos que llega cada año para aprender castellano, y en un 40 por ciento el volumen de centros de enseñanza del español acreditados por el Instituto Cervantes en la Comunidad.

El I Plan de Español para Extranjeros fijó el objetivo de duplicar los 30.000 estudiantes que venían cada año a Castilla y León para estudiar español. ¿Qué balance hace?

Ha sido importante el cumplimiento de las medidas, así como la creación de una comisión especializada, los acuerdos con el Ixex, Turespaña, y el Instituto Cervantes... pues todo ello ha conseguido hacer más visible el sector del español en Castilla y León. No se ha cumplido el objetivo de alumnos porque no se preveía la crisis, pero se han incrementado un 37 por ciento y eso es positivo. Y hemos conseguido aumentar un 40 por ciento los centros acreditados por el Instituto Cervantes. Yo destacaría que es el momento idóneo para plantear un segundo plan potente que apueste por el español como industria cultural.

¿Cuáles son los principales retos que pretenden cubrir con el segundo plan?

Queremos enfocar el segundo plan hacia dos objetivos diferentes: la concertación público-privada y la coordinación institucional. Vamos a ser más efectivos porque el segundo plan se enmarca dentro de otro contexto económico y cuenta con tres ejes de trabajo que nada tienen que ver con los anteriores: en primer lugar, el desarrollo económico del sector, porque lo consideramos una industria cultural; en segundo lugar la internacionalización; y en tercer lugar la investigación, la innovación y las nuevas tecnologías. Esos van a ser los tres ejes de trabajo, con un objetivo claro, que sea una industria cultural que funcione todo el año, evitando la estacionalidad.

Frente a la hegemonía de Salamanca, ¿apostarán por un mayor reparto entre las provincias?

Salamanca recibe 28.000 estudiantes al año y su universidad es Campus de Excelencia Internacional. Lo que pretendemos es potenciar, a nivel regional, algo en lo que una provincia y una ciudad son líderes. Tenemos mu-



La consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, afronta con ilusión y ganas el segundo plan del español. / E. MARGARETO (ICAL)

«Estamos en un momento idóneo para plantear un segundo plan que apueste por el español como industria cultural»

cho que aprender en ese sentido. Hay que sumar en Salamanca y si se puede también en el resto de las provincias. Además, los datos confirman que desde que comenzó el primer plan hasta ahora se ha incrementado el volumen de estudiantes también en el resto de las provincias, que pueden suponer un nicho importante y también quieren participar en ese aprendizaje.

¿Reforzarán la promoción en el extranjero para captar estudiantes?

Dentro de nuestros retos está la internacionalización, y en ella contemplamos otros dos objetivos importantes. El primero es pasar de la promoción a la comercialización de la oferta de las universidades y de los centros acreditados; y luego la creación de la Red Mundial de Hispanistas, donde estamos dando importantes pasos, contactando

con asociaciones de hispanistas y con plataformas de profesores del español. En definitiva, queremos que todo el potencial de Castilla y León sea conocido a nivel internacional, con el objetivo de atraer un mayor número de alumnos y apostar por la calidad.

¿Cómo van a conseguir «estructuras más ágiles» para el sector, que citó como uno de sus objetivos en este plan?

La comisión del español va a ser mucho más dinámica, vamos a reformarla para hacerla más reducida. Otra de las vías será la alianza público-privada, a través del consorcio del español, que queremos tener formado este año para agilizar y unir sinergias de todo el sector. Hemos mantenido reuniones bilaterales con universidades, concejales, academias privadas, y seguimos trabajando con otras consejerías, como Economía y Empleo.

¿Qué valores añadidos ofrece Castilla y León a quienes quieren estudiar español frente a Andalucía, Madrid u otras?

Aquí la lengua se complementa con el patrimonio, los espacios naturales, una actividad cultural muy importante... No sólo es el aprendizaje del español sino dónde se aprende. Tenemos una riqueza inmensa que los alumnos y profesores también quieren recibir. En materia de turismo lingüístico estamos trabajando también para poder

«Hay que pasar de la promoción a la comercialización para que el potencial de Castilla y León sea conocido a nivel internacional»

enseñar y mostrar los atractivos turísticos y culturales de la Comunidad como valor añadido.

¿Cuáles son los principales clientes potenciales, Estados Unidos y Brasil?

Estamos trabajando fundamentalmente en esos ámbitos. Hemos mantenido también reuniones bilaterales con agregados culturales de Francia, Polonia, Portugal, Hungría, Alemania o Italia. Estamos trabajando de manera que seamos un motor de tracción. Los pasos que se están dando de trabajar con el sector y también la Red Mundial de Hispanistas nos permitirán poner a Castilla y León en un buen lugar, que es donde tiene que estar. Ya estamos en el segundo lugar, sólo por detrás de Andalucía, pero potenciándolo. Nuestro objetivo es que Castilla y León, en un medio o largo plazo, sea una referencia como Cambridge u Oxford.