

Cultura sitúa a la iniciativa privada al frente de la promoción de la Lengua

► El II Plan del Español para Extranjeros busca que los emprendedores generen una atractiva oferta cultural

FÉLIX IGLESIAS
VALLADOLID

Convertir definitivamente Castilla y León en destino primordial para los estudiantes de la lengua castellana de todo el mundo es el objetivo esencial del II Plan de Español para Extranjeros, elaborado por la Consejería de Cultura y Turismo con el horizonte temporal 2012-2015. A diferencia del anterior programa, en este nuevo proyecto la iniciativa privada es el eje para promover la Comunidad como gran aula para aprender la lengua española. Así lo recalca el director general de Políticas Culturales, José Ramón Alonso, que centra el papel de los emprendedores en que «la iniciativa privada debe marcar los proyectos para la promoción de Castilla y León como marco para el aprendizaje del español para extranjeros». Todo ello, aclara, contará con el respaldo de la Administración pública. Es más, el plan contempla un consorcio que tiene la intención de agilizar y unir sinergias de todas las entidades implicadas, caso de universidades, ayuntamientos, academias, además de consejerías como Economía y Empleo.

En este sentido, Cultura y Turismo considera que la iniciativa empresarial tiene un amplio abanico de posibilidades de convertir la enseñanza del español en un producto polivalente y rentable. «No se trata sólo de habilitar profesores y aulas para enseñar la lengua, sino de ofertar una amplia carta de servicios, desde los culturales, hasta los de naturaleza, pasando por los gastronómicos y enológicos», indica José Ramón Alonso. De hecho, las posibilidades de desarrollo del sector son mayores en otras actividades, puesto que el producto, la lengua, no cuenta con patente alguna, y la clientela es millonaria en número y está dispuesta a acudir a la cuna del español si se le oferta algo más que clases de lengua.

Como advierte el director general de Políticas Culturales, la experiencia y trayectoria de industria del in-



Salamanca acoge cada año a 28.000 estudiantes extranjeros, como los de la imagen

D. ARRANZ

glés en Gran Bretaña son perfectamente aplicables en la Comunidad Autónoma. «Cualquier familia que haya enviado a Inglaterra a sus hijos a estudiar inglés recibe, junto a la información de las clases, un catálogo de servicios complementarios relacionados con el ocio, la cultura, hasta con los servicios médicos disponibles», recuerda Alonso.

Y, precisamente, Castilla y León, con uno de los patrimonios culturales y artísticos más ricos del mundo, una naturaleza apenas afectada por

el desarrollo industrial y una gastronomía y vinos apreciados en todo el mundo, podría presentar una oferta completa y complementaria que convirtiese las estancias para aprender español en la Castilla y León —cuna de un idioma con casi 500 millones de hablantes a lo largo ancho de la Tierra— en una experiencia enriquecedora, que por otra parte se podría desarrollar a lo largo de todo el año, puesto que se ofertaría no sólo a estudiantes, sino, por ejemplo, a ornitólogos para visitar las reservas de aves

de la región o estudiosos del románico, visitantes, por lo demás, con un elevado poder adquisitivo.

Además de la concertación público-privada a la hora de promocionar la Comunidad, desde el departamento que dirige Alicia García también se quieren coordinar las diferentes líneas de trabajo que desarrollan en este campo diversas entidades públicas y privadas, con las universidades a la cabeza. «Desde la Consejería de Cultura y Turismo respetamos escrupulosamente las iniciativas de cada institución, pero creemos que sería conveniente ganar en coordinación al objeto de evitar duplicidades y solapamientos», apunta Alonso. En estos momentos, junto a las universidades de la Comunidad y academias privadas, en el sector de la lengua española están el Instituto Castellano y Leonés de la Lengua y la Fundación de la Lengua Española.

Innovación

En la presentación del II Plan de Español para Extranjeros, la consejera de Cultura y Turismo, Alicia García, apuntó tres ejes de trabajo para estos años. En primer lugar, el desarrollo económico del sector, al considerarlo una industria cultural; segundo, la internacionalización; y tercero, la investigación, la innovación y las nuevas tecnologías para crear productos y herramientas relacionadas con la enseñanza del español, tanto presencial como a distancia.

Las universidades, «buques insignia»

Gran parte del II Plan del Español para Extranjeros se basa en la larga experiencia de los cursos de las universidades, especialmente los de la Universidad de Salamanca, que cuenta con su propia empresa para realizar esta tarea, convirtiendo su oferta en una de la más demandada por los alumnos de todo el mundo a la hora de estudiar la lengua en España. De hecho, a la ciudad de Salamanca acuden todos los años unos 28.000 alumnos extranjeros. Todos ello ha hecho proliferar academias privadas para ense-

ñar español, además de generar diversas iniciativas relacionadas con estos estudiantes, sin olvidar el importante sector de la hostelería y el ocio, así como el de alquiler de pisos y habitaciones. Para el director general de Políticas Culturales, José Ramón Alonso, «las universidades son los buques insignia de la enseñanza del español en Castilla y León». Pero esa preeminencia no implica que otros ámbitos educativos no tengan espacio en este mercado, como explica Alonso, pues «las universidades asumen a los alumnos de enseñanza superior, pero las academias deberían hacer lo propio con los de Secundaria».