

“Industria y didáctica del español lengua extranjera”. Ponencia en el Congreso Internacional de la lengua española, “La industria del español como lengua extranjera”, Valladolid, 2001. Publicación en el sitio oficial del evento:
http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/puren_c.htm

Publicación en el sitio www.christianpuren.com (noviembre 2012):
<http://www.christianpuren.com/mes-travaux-liste-et-liens/2001p-es/>

INDUSTRIA Y DIDÁCTICA DEL ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA

Christian Puren
Catedrático de Didáctica de las Lenguas del Instituto Universitario de Formación de Profesores (IUFM), París (Francia).

SUMARIO

Advertencia	1
1. La enseñanza del español, una industria floreciente en Francia	2
1.1. Enseñanza primaria.....	2
1.2. Enseñanza secundaria	2
1.3. Enseñanza universitaria	3
2. Por una concepción moderna de la «industria del español lengua extranjera»	4
2.1. El mercado lingüístico.....	4
2.1.1. La lógica universal del mercado	4
2.1.2. El mercado lingüístico, un mercado específico.....	5
2.2. Management moderno de una empresa lingüística y didáctica del español lengua extranjera	5
2.2.1. Una empresa que adapta su estrategia a su entorno.....	6
2.2.2. Una empresa ética	7
Conclusión.....	8
Bibliografía	8

Advertencia

He redactado mi ponencia teniendo en cuenta los cuatro elementos siguientes:

1. El tema del panel correspondiente dentro de este II Congreso Internacional de la Lengua Española, o sea «La industria del español como lengua extranjera». Tal como se me ha pedido, en mi texto abordaré la parte descriptiva de esta ponencia en lo que a mi país —Francia— se refiere.
2. El tema desarrollado paralelamente en este panel por mi colega José María Davó Cabra: «El español como recurso económico en Francia».
3. Mis propias experiencias profesionales. He trabajado como profesor y formador en el ámbito del español y en el del francés lenguas extranjeras durante unos 15 años en diferentes países; entre 1995 y 2000 he sido presidente de la Asociación francesa de Profesores de Lenguas Vivas; desde hace 10 años hasta el día de hoy, doy clases de

didáctica general de lenguas a los profesores en formación inicial del IUFM (Instituto Universitario de Formación de Maestros) de París, especialistas de 11 lenguas diferentes¹. Esas experiencias pasadas y presentes orientan naturalmente mis preocupaciones hacia la relación entre el español y las demás lenguas dentro del mercado lingüístico internacional, y hacia los problemas generales de política lingüística y didáctica de las lenguas en el mundo.

4. Por último, mis investigaciones universitarias en didáctica de las lenguas. Después de presentar en una primera parte, con algunos datos representativos, la enseñanza del español como una *industria floreciente* en Francia, desarrollaré en una segunda parte los diferentes paralelismos que se pueden y se deben establecer, a nivel de reflexión profesional, entre didáctica y empresa.

1. La enseñanza del español, una industria floreciente en Francia

La enseñanza del español no sólo está muy difundida en Francia, sino que está en auge constante desde hace más de diez años (1989): es actualmente la lengua más estudiada en la enseñanza escolar francesa después del inglés. Dejaré aquí de lado, por falta de datos, la enseñanza privada para adultos (en los llamados «Centros de lenguas»), la *autodidaxia* y las clases particulares, para ilustrar con algunos datos la importancia de esta industria en la enseñanza primaria, secundaria y universitaria, tanto privada como pública.

1.1. Enseñanza primaria

Actualmente, en Francia, el Ministerio de Educación está impulsando, con muchas dificultades de diversa índole, un proceso de generalización de la enseñanza de una lengua extranjera en la enseñanza primaria. En el año escolar 1999-2000, según las cifras oficiales (por cierto muy optimistas), estudiaban un idioma extranjero un 36% de los alumnos de la clase de CE1 (8 años), un 42% de los alumnos de CE2 (9 años), un 60% de los alumnos de CM1 (10 años) y un 82% de los alumnos de 11 años. Pero sólo un 2,4% de todos ellos estudiaba español, lo que representó ese año unos 45 000 alumnos: en efecto, los padres tienden a escoger para sus hijos en la primaria la misma lengua que escogerán después como primera lengua en la enseñanza secundaria, o sea, el inglés.

1.2. Enseñanza secundaria

En la enseñanza secundaria llamada **general y tecnológica**, que sigue la mayoría de los alumnos, el 100% de los alumnos (entre los 12 y los 18 años, pues) estudia un idioma extranjero durante los 7 años de duración de la etapa. Un 90% empieza un segundo idioma a partir del tercer año, y un 10% un tercer idioma a partir del quinto año. Como en los demás países, el inglés se ha convertido en la práctica en una lengua obligatoria, ya que lo estudia como primera o segunda lengua el 96% de los alumnos. Pero claramente, el segundo fenómeno importante en este *mercado lingüístico escolar* en Francia es que el español está progresando constantemente desde hace unos treinta años como segunda lengua, tendiendo a ocupar como segunda lengua el puesto ocupado por el inglés como primera. Esa progresión se hace principalmente a expensas del alemán: en 1971-1972, el 36% de los alumnos escogían

¹ Alemán, árabe, chino, español, hebreo, inglés, italiano, japonés, polaco, portugués, ruso.

alemán, y otro 36% español. En 1999-2000, 30 años después, los porcentajes son de un 15% para el alemán y un 66% para el español, de tal modo que desde hace algunos años, hay una penuria de profesores de español a nivel nacional. Es evidente que el español se beneficia en Francia de una imagen sumamente favorable entre los alumnos y/o sus padres en cuanto a tres aspectos: 1) facilidad de aprendizaje del idioma, 2) representaciones de las culturas hispánicas, 3) utilidad del idioma como lengua de comunicación internacional.

A pesar de todo, el español es víctima, mucho más que el alemán y al igual que las demás lenguas, del estatuto alcanzado por el inglés como primera lengua: sólo un 0,7% de los alumnos lo escogen como primera lengua (este porcentaje ha ido bajando constantemente en los últimos años), y esta tendencia se nota tanto en las zonas fronterizas (en el sur de Francia) como en el resto del país.

No todos los alumnos siguen la enseñanza llamada *general* y *tecnológica* a la que corresponden los porcentajes que acabo de citar, y además en ciertas especialidades de esta misma enseñanza los alumnos pueden abandonar la segunda lengua después de dos años. Pero a fin de cuentas, a pesar de todo, cada año una tercera parte de la totalidad de los alumnos franceses está estudiando español, lo cual representó en el año 1999-2000, según las cifras comunicadas por el Ministerio de Educación francés, 1 850 000 alumnos.

1.3. Enseñanza universitaria

Referente a la universidad, hace falta diferenciar:

- *los estudiantes no especialistas en lenguas*: todos ellos están obligados a continuar el aprendizaje de por lo menos una lengua; no dispongo de las cifras correspondientes, pero es obvio que la gran mayoría escoge el idioma cursado como primera lengua en la enseñanza secundaria, o sea el inglés;
- *los estudiantes del área «Lenguas extranjeras aplicadas» (LEA)*, área caracterizada por su orientación económica y la obligatoriedad de dos idiomas: en 1999-2000, el 93% había escogido inglés, el 50% el español (fueron 19 000 en 1999-2000) y el 25% el alemán;
- *los estudiantes del área «Letras, lenguas y civilizaciones extranjeras» (LLCE)*, área caracterizada por su orientación literaria y la especialización en un solo idioma (son los que mayoritariamente serán profesores): fueron 17 000 los que estuvieron cursando español en el año 1999-2000.

En definitiva, está estudiando español en la universidad francesa, durante por lo menos dos años, el 28% de los estudiantes, o sea, casi el mismo porcentaje que el de los alumnos de la enseñanza secundaria (la tercera parte). En lo relativo a la universidad también, es evidente que la lengua española sería la que más se beneficiaría de la obligatoriedad —actualmente proyectada por el Ministerio— de una segunda lengua extranjera.

Sobre esta primera parte de mi ponencia, diré, como profesor y formador de español y francés lenguas extranjeras, que la situación de la industria del español es a todas luces floreciente, o sea, muchísimo más favorable en Francia para la lengua española, que la del francés en los países hispanohablantes en general y en particular en España.

2. Por una concepción moderna de la «industria del español lengua extranjera»

Hablar de la enseñanza del español lengua extranjera como *industria significa* constatar que esta enseñanza ha llegado a ser desde un punto de vista cuantitativo un verdadero sector económico —como lo es, por ejemplo, tanto en Francia como en España, la llamada *industria del turismo*—. De este aspecto, por cierto importante, del tema de nuestro panel se ha encargado, como ya lo dije anteriormente, mi colega José María Davó Cabra.

Pero ello significa también unas exigencias muy fuertes desde un punto de vista cualitativo, y éste es el aspecto que por mi parte voy a abordar a continuación. Lo haré forzosamente de un modo muy alusivo, siendo mi idea clave la siguiente: la industria del español lengua extranjera debe concebirse y manejarse de un modo verdaderamente *profesional* según los criterios vigentes, lo cual significa que todos sus actores conozcan las orientaciones del *management* moderno y hayan reflexionado sobre las implicaciones de estas orientaciones en cuanto a lo que se podría llamar la *empresa lingüística*. Esta última expresión me parece adecuada para definir parte de la actividad tanto de un profesor de español lengua extranjera frente a sus alumnos, como de un director de una Escuela de lenguas, de un director de un Instituto Cervantes, o de los responsables de la «política lingüística exterior» de España.

2.1. El mercado lingüístico

2.1.1. La lógica universal del mercado

Esta expresión de *mercado lingüístico* corresponde en parte a lo que mi colega José María Davó Cabra ha llamado, en el título de su ponencia, «el español como recurso económico».

En este sentido, obviamente, el español es una *industria* en el sentido genuinamente económico de la palabra, y como tal cabe aplicarle todos los conceptos y modelos de análisis empresariales: tanto los centros privados de enseñanza como las casas editoriales tienen como finalidad esencial el producir beneficios, y por lo tanto tienen que definir su estrategia en cuanto a productos y costos en términos de rentabilidad y competencia.

De momento, este mercado sigue funcionando principalmente a nivel nacional, y hasta exclusivamente en la enseñanza escolar francesa²; si bien en este país como en los demás países europeos, las cosas forzosamente han de cambiar en los próximos años, en particular gracias a las nuevas tecnologías. Pero ya existe un mercado lingüístico internacional, en el que la competencia es fuerte, y es el de la llamada *certificación*, o expedición de diplomas. En Francia, por ejemplo, frente al DELE (Diploma de Español Lengua Extranjera) del Estado español, tratan actualmente de imponerse dos diplomas del Estado francés: el DCL (*Diplôme de Compétence en Langue*, para los trabajadores en empresas) y el CLES (*Certificat de Langue pour l'Enseignement Supérieur*, para los estudiantes no especialistas en lenguas)³.

² Por diversos motivos que se traerán a colación, eventualmente, en el transcurso del panel.

³ En este tema particular de la certificación, cabe notar una interrelación estrecha entre la enseñanza del español (y de los demás idiomas, claro) como sector económico, y el hecho de

Pero esta expresión de mercado lingüístico debe interpretarse también en el sentido *demercado de las lenguas*, o sea, en el sentido de que las diferentes lenguas están en una situación de competencia unas con otras en el mismo mercado (sea regional, nacional o internacional). El mecanismo de este mercado resulta ser sumamente complejo porque intervienen en él una multitud de parámetros heterogéneos e interrelacionados, tanto colectivos como personales, tanto subjetivos como objetivos⁴, relativos a representaciones sobre el interés de la lengua y de su(s) cultura(s) correspondiente(s).

En la enseñanza escolar francesa, la competencia entre el alemán, el inglés y el español ha llegado así a provocar institucionalmente a partir de los años 60 una diferenciación didáctica muy clara y todavía vigente en cuanto a objetivos y metodología⁵

2.1.2. El mercado lingüístico, un mercado específico

Todo ello no impide que el mercado lingüístico, a cualquier nivel que se contemple (regional, nacional, europeo o mundial) es un mercado muy específico porque obviamente no puede ni debe dejarse manejar por las simples leyes económicas. Para limitarme a mi área de especialidad —la didáctica escolar—, los objetivos de la enseñanza de una lengua extranjera no son solamente pragmáticos (adquirir un instrumento de comunicación para la vida personal y profesional), sino también formativos: formación intelectual por la *gimnasia intelectual* que implica un aprendizaje consciente y razonado; formación cultural por el descubrimiento de otras culturas que permite; formación ética por la apertura a la alteridad que supone. En este campo como en otros, es de notar que la diferencia entre la formación lingüística escolar y la que se imparte a los adultos tiende a reducirse, porque las mismas empresas privadas también cada día van dando más importancia a esa dimensión humanística de la formación de sus recursos... *humanos*.

2.2. Management moderno de una empresa lingüística y didáctica del español lengua extranjera

En el pasado, los modelos ideológicos del progreso siempre han sido lo suficientemente poderosos como para imponerse tanto en las empresas industriales y comerciales como en la didáctica de las lenguas. Hasta tal punto que uno no puede comprender lo que fueron históricamente los ejercicios estructurales de la *metodología audio-oral* norteamericana y la importancia que en ella cobraron, si no tiene en cuenta que en aquella época se concibieron inconscientemente esos ejercicios como unas cadenas tayloristas de montaje de automatismos lingüísticos. El mismo tipo de paralelismo se puede hacer a propósito tanto de la metodología audiovisual de los años 60 como del llamado *enfoque comunicativo* impulsado por el Consejo de Europa a principios de los años 70: así, el énfasis puesto por esta última metodología en la

que es el sector económico (concretamente el de las empresas) el que decide en última instancia el valor de las diferentes certificaciones...

⁴ Huelga decir que los mecanismos colectivos pueden ser tan subjetivos como los mecanismos individuales...

⁵ Sobre este particular, remito a los lectores interesados a mi artículo de 1999 (ver Bibliografía).

«focalización sobre el alumno» corresponde *ideológicamente* a la «focalización sobre el cliente» que el llamado "marketing impone esos mismos años en la gestión empresarial.

Una de las tesis que defiendo en mi *Ensayo sobre el eclecticismo* publicado en 1994 (véase Bibliografía) es que tal *porosidad* entre el mundo de las *empresas industriales* y comerciales por una parte, y el mundo de las empresas lingüísticas por otra, corresponde a un mecanismo ideológico constante. Y que por eso ese mecanismo debe en adelante ser reconocido y manejado de manera consciente y responsable —bien para asumirlo, bien para combatirlo— por todos los actores del campo lingüístico: políticos, administradores, didácticos y profesores.

Los tres apartados siguientes sólo quieren ilustrar muy brevemente ese último tema, que espero podrá ser comentado en esta sección del II Congreso Internacional de la Lengua Española.

2.2.1. Una empresa que adapta su estrategia a su entorno

Otra de las orientaciones actuales del management empresarial es que cada empresa defina constantemente su estrategia de manera muy flexible en función de las variaciones de su entorno, teniendo en cuenta que éste se vuelve cada día más *global*. Es lo que se podría llamar la ***lógica medioambiental***. Fue lo que tuvieron que hacer desde hace medio siglo los responsables de la política lingüística exterior de Francia frente al inglés. Utilizaron sucesivamente:

- *una estrategia de la diferencia* hasta los años 50-60, cuando pensaban que la tradicional *banda de mercado* de la lengua francesa estaba protegida (el francés como modo privilegiado de acceso a la prestigiosa cultura correspondiente);
- *una estrategia de la rivalidad* en los años 70-80, cuando esos responsables, al tomar conciencia del peligro que representaba el inglés, quisieron reorientar su enseñanza hacia la comunicación profesional, en particular en América Latina con el llamado *francés instrumental o funcional*;
- *una estrategia de la alianza* con todas las demás lenguas, desde los años 90, en defensa de la diversidad lingüística y cultural del mundo, riqueza que la difusión universal del inglés pondría en peligro al provocar una especie de *globalización lingüística*.

En cuanto a gestión de la «política lingüística exterior»⁶, los cuatro modelos ideológicos actualmente disponibles, según mis conocimientos, son los siguientes:

1. *el modelo histórico anglo-americano*, inspirado en el liberalismo económico radical, tanto más interesado en los principios abstractos de libertad y regulación automática del mercado cuanto que éste favorece concretamente la lengua inglesa;
2. *el modelo histórico francés*, caracterizado por su centralismo jacobinista y su voluntarismo expansionista;

⁶ No sé si esta expresión existe en español, pero sí en todo caso existe el concepto correspondiente, como lo demuestra la creación de los Institutos Cervantes y del DELE (Diploma oficial de Español Lengua Extranjera).

3. *un modelo «modular»*, en el que se trataría de combinar localmente las exigencias de adaptación y de coherencia, y que muy bien podría inspirarse en la experiencia política de las Autonomías españolas;
4. *un modelo «complejo»* todavía por inventar en lo relativo a una empresa lingüística internacional como lo es la *industria del español*, pero que ya existe en la reflexión empresarial: es el de la *red* (de instituciones, de asociaciones, de individuos), que las nuevas tecnologías desde ahora permiten imaginar y realizar.

Tener en cuenta la lógica medioambiental supone reflexionar sobre estrategias de difusión y modelos de gestión, y ello me parece tanto más importante en el caso del español cuanto que es una lengua en pleno período de desarrollo internacional y que por lo tanto se enseña como lengua extranjera para públicos, en contextos y con objetivos cada día más diversos y diferentes.

2.2.2. *Una empresa ética*

Otra de las orientaciones actuales del management empresarial es la importancia que se atribuye a las preocupaciones éticas. Esta ***lógica ética*** se relaciona tanto con la lógica profesional (se habla así mucho de *deontología profesional*) como con la lógica medioambiental (se habla así mucho de *empresa responsable o cívica*).

Sólo daré aquí, a modo de ilustración, tres ejemplos de los problemas éticos que las *empresas lingüísticas* deberían ahora afrontar conscientemente, y en que las tres lógicas señaladas están interrelacionadas. Todos estos ejemplos corresponden al nivel de un profesor en sus clases, pero no sería difícil dar otros ejemplos para otros niveles de responsabilidad.

1. Un profesor nativo que enseña en el extranjero debe preguntarse en qué medida tiene derecho a transmitir en sus clases —bien directamente con los contenidos culturales, bien indirectamente a través de su metodología— unos valores opuestos a los de la cultura de sus alumnos.⁷
2. Un profesor de inglés o de español en la enseñanza escolar francesa es objetivamente un actor de la política lingüística nacional, de modo que su ética profesional exige que defienda y promueva las lenguas actualmente en dificultad en lo relativo a la enseñanza secundaria francesa (el árabe, el alemán, el italiano, el portugués, el ruso...).
3. Un profesor de lengua que enseña a unos profesionales o futuros profesionales debe preguntarse sobre cómo puede orientar su metodología de tal manera que los alumnos cultiven, en su proceso de aprendizaje lingüístico, las capacidades que les serán después provechosas en su vida profesional: comunicar, ser autónomo, trabajar en grupo, afrontar la complejidad⁸...

⁷ Analizo esta problemática general en un artículo de 1994 titulado «Éthique et didactique des langues» (ver Bibliografía, 1994c)

⁸ Trato específicamente este tema en un artículo de 1998 titulado «Les langues vivantes comme outil de formation des cadres» (ver Bibliografía, 1998a), defendiendo la tesis de que la naturaleza del proceso de aprendizaje de una lengua extranjera hace que sea muy fácil adaptarlo específicamente a las exigencias de la formación empresarial

Conclusión

He tratado el tema que se me ha propuesto (la enseñanza del español en mi país, Francia) teniendo en cuenta el título del panel al que hicieron el honor de invitarme, «La industria del español como lengua extranjera». Otra *lógica* de la que no he hablado en mi ponencia, pero que resulta también muy importante en este caso, la *lógica retórica*, exige que concluya ahora ampliando mis palabras al tema general de este II Congreso Internacional de la Lengua Española: «El español en la sociedad de la información».

Mis dos ideas conclusivas serán las siguientes:

1. Para que la *industria* del español como *lengua* extranjera sea moderna, es decir, a la vez profesional, adaptada y ética, sus diferentes actores, a todos los niveles de la *empresa lingüística* en la que participan, deben estar no sólo informados sino sobre todo formados tanto sobre lo que es una lengua y su proceso de enseñanza / aprendizaje... como sobre lo que es una industria. Una sociedad de la *información* no se puede concebir fuera de una sociedad de la *formación* (sin formación, la información es mero ruido), y toda formación a la didáctica del español lengua extranjera forzosamente debe incluir la dimensión que ha alcanzado, la de una empresa internacional.
2. Este Congreso quiere ser también «un foro de reflexión [...] sobre las posibilidades y retos que plantean las nuevas tecnologías» (véase carta oficial de invitación). El tema me interesa particularmente, porque creé el año pasado en la Université Technologique de Compiègne (Francia) una formación doctoral titulada «Didactique des langues et technologies éducatives». Pero me parece evidente que esas *nuevas* tecnologías sólo pueden representar un progreso si se utilizan como un instrumento al servicio de una concepción *moderna* de la «industria del español lengua extranjera».

Bibliografía

- Puren, Christian (1988): *Histoire des méthodologies de l'enseignement des langues*, Paris, Nathan-CLE international, coll. «Didactique des Langues Étrangères», 448 p.
- Puren, Christian (1991): "La enseñanza del español en Francia: tradición e innovación", *Idiomas* (Revista española para profesores de lenguas), nº 7, abril-junio, Madrid, pp. 20-25.
- Puren, Christian (1994a): *La didactique des langues étrangères à la croisée des méthodes. Essai sur l'éclectisme*, Paris, CREDIF-Didier, coll. «Essais», 206 p.
- Puren, Christian (1994b): «La didactique scolaire des langues, base d'une transversalité inter-langues», *Intercompreensão, Revista de Didáctica das Línguas* (Escola Superior de Educação de Santarém, Portugal), n.º4, diciembre, pp. 31-45.
- Puren, Christian (1994c): «Éthique et didactique des langues», *Les Langues modernes*, n. 3, pp. 55-62. París, APLV.
- Puren, Christian (1996): «La problématique de la formation dans le contexte actuel de l'éclectisme méthodologique», Numero speciale *Convegno nazionale 1996* [Modena, Italia, 29 febbraio-2 marzo], settembre 1996, pp. 14-27. Roma, LEND, Lingua e nuova didattica.

- Puren, Christian (1998a): «Les langues vivantes comme outil de formation des cadres» [conferencia inaugural], pp. 7-14, en: Actes du XXVe Congrès de l'Union des Professeurs Enseignant les disciplines littéraires dans les classes préparatoires scientifiques (UPLEGESS), *L'enseignement des langues dans les grandes écoles : programmes, contenus et idées directrices*, Saint-Étienne, École Nationale Supérieure des Mines de Saint-Étienne, 148 p.
- Puren, Christian (1998b): «La didactique des langues à l'épreuve de la complexité», *Actes du XIXe Congrès*, volume 20, n° 1-2, pp. 74-87. Montréal, Association Québécoise des Enseignants de Français Langue Seconde (AQEFLS).
- Puren, Christian (1999): «Politiques et stratégies linguistiques dans l'évolution de l'enseignement des langues en France», *Les Langues modernes*, n.º 2, pp. 66-75. Paris, APLV.
- Puren, Christian (2001): Artículo «France» en *Routledge Encyclopedia of Language Teaching and Learning*, Michael Byram (dir.), New-York, Routledge, 714 p.