

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN LENGUAS MODERNAS**

**IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS ACERCA DEL VALOR ECONÓMICO DEL ESPAÑOL Y EL
VALOR ECONÓMICO DE LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA
DE LOS DOCENTES EN EJERCICIO Y DOCENTES EN FORMACIÓN**

Trabajo de grado para optar por el título de Licenciado en Lenguas Modernas

**LINA MARÍA CASTILLO MEJÍA
LUISA MARÍA HERNÁNDEZ CASTRO**

Asesora:

Juliana Angélica Molina

Bogotá, Colombia 2017

Tabla de contenido

Resumen4

Capítulo 1 5

1.1 Justificación 5

1.2 Situación problemática 7

Capítulo 2 Interrogante de investigación y objetivos10

2.1 Interrogante de investigación10

2.2 Objetivos10

2.2.1 Objetivo general10

2.2.2 Objetivos específicos10

Capítulo 3 Estado de la cuestión11

3.1 Escenarios glotopolíticos del español en Latinoamérica investigación12

3.2 Perspectivas en la enseñanza de español frente al valor económico investigación16

3.3 La economía de la lengua española en la actualidad investigación22

Capítulo 4 Marco teórico. 29

4.1 Sociolingüística29

4.1.1 Glotopolítica31

4.1.1.1 Representaciones sociolingüísticas33

4.1.1.2 Ideologías lingüísticas34

4.2 Valor económico del español36

4.2.1 Mercado lingüístico del español37

4.2.2 Industria del español38

4.2.3 El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera 39

4.2.4 Lengua como activo económico 40

Capítulo 5 Marco metodológico.42

5.1 Enfoque de investigación42

5.2 Población. 44

5.3 Instrumentos de recolección de datos45

5.3.1 Entrevista semiestructurada45

5.3.2 Encuesta 46

Capítulo 6 Análisis de encuestas y entrevistas48

6.1 Análisis de encuestas de docentes en formación 48

6.1.1 Primera categoría: El valor económico del español: mercado lingüístico del español 48

6.1.2 Segunda categoría: El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: prestigio lingüístico 55

6.2 Análisis de entrevistas a docentes en ejercicio62

6.2.1 Primera categoría: El valor económico del español: mercado lingüístico del español 62

6.2.2 Segunda categoría: El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: prestigio lingüístico 66

7. Conclusiones72

Bibliografía76

Anexos

Anexo 1 Encuesta docentes en formación

Anexo 2 Entrevista docentes en ejercicio

Anexo 3 Transcripción entrevistas

3.1 Informante 1

3.2 Informante 2

3.3 Informante 3

3.4 Informante 4

3.5 Informante 5

3.6 Informante 6

Resumen

El propósito de la presente investigación es identificar y analizar las ideologías lingüísticas acerca del valor económico del español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera que tienen los docentes en ejercicio y los docentes en formación del área de ELE de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana. El sustento teórico se realiza a la luz de la reflexión teórica de autores como Jean-Baptiste Marcellesi y Louis Guespin (1986), Elvira Narvaja de Arnoux (2011) Francisco Moreno Fernández (1998), Humberto López Morales (2004), entre otros.

El marco teórico se desarrolló de la siguiente manera, a saber: en la primera categoría desarrollamos elementos que se abordan desde la perspectiva sociolingüística teniendo en cuenta aspectos de la glotopolítica, que nos llevarán hacia la definición de ideologías lingüísticas. Como segunda categoría, ahondamos en la teoría económica de la lengua española, en la cual se abordan conceptos claves acerca del valor económico de la lengua española y su enseñanza. En el marco metodológico se define esta investigación de carácter cualitativo y los datos fueron obtenidos por medio de entrevistas semiestructuradas a docentes en ejercicio y encuestas aplicadas a veinte docentes en formación,

Los resultados del análisis de datos sugieren que los docentes en formación y docentes en ejercicio de la Licenciatura en Lenguas Modernas presentan ideologías lingüísticas que se originan en ciertos casos porque existen vacíos en los conceptos acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. Adicionalmente, se evidenciaron ideologías lingüísticas como: los docentes en formación relacionan el valor económico del español con las oportunidades laborales de la enseñanza de español como lengua extranjera, la temática del valor económico del español debería ser considerado en las clases de ELE. Además, los docentes en ejercicio afirman que el valor económico del español nos permite entender que las lenguas más que sistemas gramaticales son elementos que nos posibilitan expresiones del lenguaje, la comunicación, la interacción y la negociación, entre otras.

Finalmente, gracias a esta investigación pudimos dar cuenta de las ideologías lingüísticas que los

docentes en ejercicio y docentes en formación de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana, tienen en relación con el valor económico del español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera.

Palabras clave: valor económico del español, español como lengua extranjera, ideologías lingüísticas, prestigio lingüístico, mercado lingüístico del español.

Capítulo 1

1.1. Justificación

En el mundo existen alrededor de seis mil lenguas, pero sólo algunas de ellas han tenido mayor impacto en distintos campos como el político o económico. Como muestra de ello, los europeos cultos en la Edad Media, quienes eran influenciados por la Iglesia de Roma, de Irlanda hasta Polonia, y del Mediterráneo al Ártico, tenían una lengua en común que era el latín; del mismo modo, el francés se convirtió en la primera lengua de comunicación internacional en la época de la ilustración, sumándose el alemán y el inglés en el siglo XIX. Así mismo y decididamente, el inglés se convirtió en la primera lengua de comunicación internacional superando al francés a mediados del siglo XX, llevando a una proporción importante de la población mundial a adquirirlo como segunda lengua y destacando que dicha proporción sigue aumentando hasta el presente. Cabe destacar que lo mencionado anteriormente no ha ocurrido por casualidad, el conjunto de países de habla inglesa constituyen la mayor parte de poder económico en el mundo y en estos países se producen la mayoría de innovaciones científicas y técnicas que hacen posible la globalización.

En este contexto cabe mencionar que el español no se ha quedado atrás. Aunque la lengua más favorecida por el proceso de globalización sea, como hemos visto, el inglés, convertido en la lengua de comunicación por excelencia, el español también resulta en alguna medida beneficiado por el proceso, pues en muchos países el número de personas que lo aprenden como segunda lengua ha aumentado. Además, el futuro de la lengua española se ha consolidado como prometedora en diferentes ámbitos. Según el anuario del “español en el mundo”, al tener en cuenta los últimos datos sobre el español en 2015 que presenta el Instituto Cervantes, aproximadamente 470 millones de personas tienen el español como

lengua materna; asimismo, se predice que en 2030 los hispanohablantes serán el 7,5% de la población mundial. Del mismo modo, al menos 14 millones de alumnos en el mundo estudian el español como lengua extranjera, resultado que nace a partir de sumar el número de estudiantes de español en 86 países que no tienen el español como lengua oficial. Por todo lo anterior, es pertinente señalar que el español cuenta con un número amplio de hablantes y que su importancia social, política y económica es reconocida tanto por miembros de la comunidad hispanohablante como por comunidades ajenas a esta.

A partir de lo señalado anteriormente, el español ha tenido un desarrollo actual a gran escala debido al proceso de globalización económica (procesos productivos de mercados, bienes y servicios). El español es percibido como un bien intangible de naturaleza económica del cual se puede sacar provecho no sólo en los mercados nacionales sino globales, con el fin de aportar cantidades significativas a la economía global en donde las mercancías se mueven sin barreras por el mundo, y en donde el español puede ser considerado producto de comercialización internacional de los países hispanohablantes. Precisamente, el proceso de globalización no solamente en territorio físico sino humano de la lengua española ha aportado en proyección distintiva a los intercambios mercantiles y a las relaciones económicas de todo tipo entre las dos orillas del Pacífico en el caso específico del Canal de Panamá; también, el español ha contribuido en el reflejo de mejores salarios y mayores oportunidades de empleo gracias a su afianzamiento como segunda lengua. Por su parte, el bilingüismo en inglés y español (como en el caso de Estados Unidos) ha multiplicado con rapidez los requerimientos de la lengua española y por ende, la iniciativa de introducirla como segunda lengua de estudio tanto en Europa como en Asia.

En definitiva, todo ello revela un momento internacionalizador del español que tiene un doble apoyo: por un lado, la creciente apertura de las economías iberoamericanas, acompañada de una pujante internacionalización empresarial en los casos de España, México, Chile, Argentina, y Colombia; por otro lado, la globalización política, consecuencia de la creciente interdependencia entre los países por encima de las fronteras, al ser la comunicación y con ella la lengua española el primer punto de partida para las relaciones políticas internacionales a fin de discutir temáticas de interés global como lo son las relaciones de poder, o los cambios sociales, políticos y económicos del mundo actual.

En segundo lugar, la globalización cultural: en un mundo interrelacionado informáticamente, en donde la lengua es el cómputo global de los hablantes, todo parece indicar que la presencia de los idiomas en internet está condicionada por el desarrollo de la sociedad de la información experimentado en los países donde esas lenguas se hablan. La demanda de productos de alto contenido idiomático, industrias audiovisuales, editoriales, entre otros, ha ganado un mayor terreno y prestigio, y el español con su riqueza

y diversidad cultural es hoy la tercera lengua más utilizada en la red, después del inglés y del chino mandarín.

Finalmente, es importante tener en cuenta que la política y la educación lingüística de una comunidad están estrechamente vinculadas con un perfil sociolingüístico, de ahí que el número de hablantes y las comunidades lingüísticas sean agrupaciones y mercados cuyo tamaño y posibilidades determinan unos modos sociales y económicos en la praxis social. No obstante, es importante advertir que la consideración social de una lengua, si bien está ligada a su vitalidad, también depende de otros factores, como la historia, la autonomía o el nivel de desarrollo normativo, científico-técnico y literario. En ese sentido, aunque el español cuenta con una trayectoria histórica que le da el peso idiomático con el que hoy cuenta, y a pesar de que la producción científico-técnico es reducida, en el ámbito literario internacional tiene una fuerte acogida.

En particular, en el contexto de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana, la constante valoración social que ha generado en la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE) podría influir en distintos aspectos de la enseñanza como son concretamente las ideologías lingüísticas que nacen frente al valor económico de la lengua española y la enseñanza de ELE de los docentes en ejercicio y docentes en formación. De acuerdo con Del Valle (2007), las ideologías lingüísticas en términos estrictamente glotopolíticos son: sistemas de ideas que articulan nociones del lenguaje, las lenguas, el habla y/o la comunicación con formaciones culturales, políticas y/o sociales específicas. Las ideologías lingüísticas van desde la explicación sobre el origen de las lenguas hasta la practicidad y utilidad de las mismas. Las ideologías son un constructo ideológico interpuesto entre la praxis lingüística real y la conciencia social que se tiene de esa praxis, dando cabida a que toda ideología está dotada de materialidad discursiva. Así bien, el propósito académico de nuestra investigación es identificar y analizar las ideologías lingüísticas de los docentes en ejercicio y docentes en formación del área de español lengua extranjera de la Pontificia Universidad Javeriana.

En el caso de las ideologías lingüísticas en torno a la enseñanza de ELE y su valor económico surge lo que se podría llamar como “lo económico de la lengua”, que se deriva de certificados de conocimiento, guías didácticas, cursos, entre otros, y todo esto genera la posibilidad de negocio. Entramos aquí en la metáfora de sobreponer el valor económico de la lengua española frente a su valor intrínseco, pues algo semejante ocurre con la lengua cuando se escriben poemas, novelas y artículos de periódico, en donde también se negocia con ella, se crean productos industriales de la más variada intención o se enseña

a estudiantes extranjeros con un éxito comercial.

1.2. Situación Problemática

De esta manera, y debido al impacto de la globalización por el que ha atravesado el español, las ideologías lingüísticas sobre la enseñanza de ELE se han ido transformando, y por ende, dichos discursos podrían tener repercusiones en la enseñanza de la temática del español como recurso económico en la formación de futuros docentes de ELE en nuestro contexto educativo. A partir de este contexto general y teniendo en cuenta nuestra experiencia en los cursos del énfasis de enseñanza de español como lengua extranjera que ofrece la Licenciatura en Lenguas Modernas (Énfasis I y Énfasis II), pretendemos realizar este estudio con el fin de analizar en los cursos de ELE, las ideologías lingüísticas que existen en los docentes en ejercicio y docentes en formación acerca el valor económico de la lengua española y el valor económico de la enseñanza de ELE. Esta investigación se llevará a cabo al tener en cuenta el sustento teórico que nos aproxima a analizar las ideologías lingüísticas de los docentes en ejercicio y docentes en formación dentro de nuestro contexto educativo. Por otra parte, durante el desarrollo metodológico de nuestra investigación encontramos las evidencias necesarias para el sustento de dicha reflexión.

Ahora bien, el primer nivel del énfasis de ELE se centra en los aspectos generales de la enseñanza de español, teniendo en cuenta aspectos curriculares, metodológicos, de selección y diseño de material, en donde el docente en formación tiene un primer acercamiento a la enseñanza de ELE en distintos contextos, y en donde se espera que el docente en formación, al finalizar el curso, adquiera fundamentos generales en relación con los temas mencionados frente a los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación del español como lengua extranjera. Así mismo, el primer nivel del énfasis cuenta con ocho objetivos específicos, dentro de los cuales se espera que el docente en formación cumpla al finalizar cada módulo. Los objetivos de este nivel se centran en primer lugar en comprender el concepto de currículo y establecer diferencias entre enfoques y modelos curriculares aplicados a la enseñanza de ELE, también se busca establecer criterios para evaluar modelos curriculares en ELE y familiarizarse con el Marco Común de Referencia Europeo y con el Plan Curricular del Instituto Cervantes.

Por otro lado, este nivel se enfoca en el análisis de los conceptos de corriente, enfoque y método de enseñanza en el campo de las lenguas extranjeras. Finalmente, los últimos tres objetivos se enfocan en

la identificación y la reflexión de corrientes metodológicas, selección y diseño de material para la enseñanza de ELE. Por último, se pretende que el estudiante reflexione críticamente acerca de la necesidad de que el docente cree sus propios materiales para la enseñanza de ELE.

El segundo nivel del énfasis se encarga de la didáctica del español y las estrategias para el desarrollo de las habilidades comunicativas de tipo gramatical, léxico y sociocultural, en el cual se espera que al final del curso el docente en formación esté en capacidad de proponer una secuencia didáctica acorde con un contexto específico de enseñanza y aprendizaje de ELE. Por ello, el curso se articula en dos ejes: la reflexión y profundización en las diferentes perspectivas teóricas en relación con los temas tratados, y el análisis de las alternativas pedagógicas y didácticas para su abordaje desde un punto de vista crítico.

Al tener en cuenta el plan de estudios sugerido por el Departamento de Lenguas, se estima que los estudiantes a partir del tercer semestre cursan este énfasis en la Licenciatura en Lenguas Modernas; cabe destacar, que para tomar estos cursos es necesario que los estudiantes como prerrequisito hayan cursado las asignaturas Lingüística Aplicada e Interlocución y Argumentación con el fin de que cuenten con un bagaje crítico respecto a la lingüística en general y a estrategias argumentativas.

Así, situándonos en la línea de investigación del Departamento de Lenguas que se titula “Lenguajes, discurso y sociedad”, damos lugar a los estudios de la interfaz entre identidades sociales y lenguaje, las manifestaciones discursivas en torno a la economía de la lengua, sus actores y prácticas dentro de nuestro entorno educativo, pues existen diversas investigaciones que se han realizado acerca del valor político y económico de las lenguas, pero muy pocos se han propuesto analizar las ideologías lingüísticas que generan estas categorías sociales en nuestro contexto educativo de Enseñanza de ELE.

Por todo lo anterior, es relevante para nosotras identificar las ideologías lingüísticas que existen en los docentes en ejercicio y docentes en formación acerca el valor económico de la lengua española y el valor económico de la enseñanza de español, teniendo en cuenta el valor político y económico que ha adquirido la enseñanza de español como lengua extranjera, y como disciplina prometedora en distintos campos, que además posee un valor significativo dentro de las prácticas discursivas de los profesores y

docentes en formación de la Pontificia Universidad Javeriana. Nos encontramos aquí frente a una discusión que acoge la difusión del español como lengua panhispánica y global, y que en cuanto a global está relacionada al desarrollo y al valor económico, factores e intereses que sobrepasan las naciones lo que podría nombrarse como “la dinámica glotopolítica de la lengua española”. (Del Valle & Narvaja De Arnoux, 2010)

Capítulo 2

Interrogante de investigación y objetivos

2.1 Interrogante de investigación

¿Cuáles son las ideologías lingüísticas que tienen los docentes en ejercicio del área de español lengua extranjera y docentes en formación frente al valor económico de la lengua?.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

1. Identificar las ideologías lingüísticas que podrían tener o no tener los docentes en ejercicio del área de español lengua extranjera y los docentes en formación frente al valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera.

2.2.2 Objetivos específicos.

2. Analizar las ideologías lingüísticas que podrían tener o no tener los docentes en ejercicio y docentes en formación del área de español lengua extranjera acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera.

3. Reflexionar acerca de la influencia económica de la lengua española y su valor intrínseco en la formación ideologías lingüísticas en los docentes en ejercicio y docentes en formación del área de español lengua extranjera y los docentes en formación

Capítulo 3

Estado de la cuestión

Al tener en cuenta el campo de estudio de la sociolingüística acogido por primera vez por H. Currie en 1952 como una disciplina que estudia las “relaciones entre lengua y contexto sociocultural” Londoño, Cisneros Estupiñan, & Tabares Idárraga (2012), permitió que a partir de los años sesenta y setenta la sociolingüística se configurara como una interdisciplina de la lingüística. Sin duda alguna, la puerta que se abrió en los estudios sobre la relación entre la lengua y los factores sociales fue determinante, pues el hecho social y el uso de la lengua se ven fuertemente ligados con modos de concebir el mundo, formas de vida, pensamiento, y actitudes frente a la vida. Así mismo, la sociolingüística se ha encargado de la variación lingüística, las variables sociales, variedades de uso de la lengua, prestigio lingüístico, el contacto de lenguas, extinción o muerte de una lengua, sociolingüística y educación; y finalmente, el lenguaje, uso y contexto.

Al referimos a la interdisciplinariedad de la sociolingüística, que recientemente ha incluido a sus preocupaciones asuntos relacionados con política y economía, pretendemos de esta manera adentrarnos en

la *glotopolítica* específicamente, una subdisciplina que nace de la sociolingüística de la cual sus fuentes investigativas son limitadas hasta el presente. Aproximadamente, en el año 1986, los sociolingüistas franceses Jean-Baptiste Marcellesi_y Louis Guespin proponen por primera vez en su artículo “*Pour la Glottopolitique*” el término “glotopolítica” el cual empezaría años más tarde a consolidarse como una subdisciplina de la sociolingüística, como se mencionó anteriormente. Encontramos que la mayor parte de las investigaciones desde dicha perspectiva se han llevado a cabo en el ámbito internacional desde 1986. Sin embargo, en Latinoamérica ha sido un tema de gran interés principalmente por investigadores argentinos y brasileros, quienes retomaron esta subdisciplina que se había abandonado y la han consolidado y ampliado su campo de estudio a partir de los estudios realizados. En contraste, en el ámbito nacional la glotopolítica es un campo muy poco trabajado, y no se han llevado a cabo mayor número de investigaciones en el tema. No obstante, tendremos en cuenta aquellos artículos, investigaciones, y demás documentos que sean pertinentes para sustentar nuestro trabajo de grado.

El hecho de situar el lenguaje en un ámbito de acción colectiva como es el de la economía, da lugar a que supuestos como el poder, la autoridad y la legitimidad pasen a ser categorías centrales para el análisis glotopolítico; así bien, que el lenguaje mismo sea definido como un fenómeno ideológico-discursivo. Es por esta razón que el estado del arte de nuestra investigación se estructurará en tres apartados relacionados con lo anteriormente mencionado.

El primer apartado de nuestro estado de la cuestión estará dedicado a los *escenarios glotopolíticos del español en Latinoamérica*, en el que se integrarán trabajos y artículos que abordan el tema de la glotopolítica desde distintos ámbitos como lo son las representaciones ideológicas del lenguaje, la historia del español vista desde una perspectiva glotopolítica y finalmente un estudio de caso acerca de las ideologías lingüísticas de los profesores de español en un contexto específico. El segundo apartado, titulado *perspectivas en la enseñanza del español frente al valor económico de la lengua*, abarca trabajos y artículos relacionados netamente con la economía, no solamente del español sino de la enseñanza de español como lengua extranjera. Para finalizar, en el tercer apartado, titulado *la economía de la lengua española en la actualidad*, se incluirán trabajos relacionados con la perspectiva económica y política de lengua; además, esta serie de investigaciones nos acercarán a la importancia que se tiene del valor económico de la lengua y su panorama actual en el mundo.

3.1 Escenarios glotopolíticos del español en Latinoamérica

Este apartado incluye trabajos relacionados con las implicaciones políticas y económicas que tiene el español como lengua extranjera. La primera investigación abarca diferentes escenarios glotopolíticos en Latinoamérica acercándonos a la definición del término de “ideologías lingüísticas”, acogido en distintos ámbitos de desarrollo en procesos de integración regional. La segunda investigación desarrolla particularmente, la situación del español desde la perspectiva glotopolítica en función de las transformaciones en los campos económico, social, político, científico y tecnológico del español. Finalmente, se aborda el tercer trabajo investigativo, un estudio de caso que desarrolla la evolución que ha tenido el componente social en las prácticas lingüísticas e intenta comprender la carga ideológica que se ve involucrada en el proceso de transmisión de la lengua en cinco instituciones de Santiago de Chile.

En el primer artículo, titulado ***“Las representaciones ideológicas del lenguaje. Discurso glotopolítico y panhispanismo”*** y realizado por Elvira Narvaja de Arnoux y José del Valle (2010), se definen las ideologías lingüísticas y las relacionan con las demás disciplinas que han hecho parte del desarrollo del estudio contextual del lenguaje. En este artículo, específicamente los autores abordan las representaciones lingüísticas del español que surgen a partir de la creación de distintos procesos de integración regional tales como la creación de MERCOSUR o la promoción de la Comunidad Iberoamericana de las Naciones.

Así, el artículo nos aproxima a la definición de ideologías lingüísticas y contextuales del lenguaje. En él se establece que: “la ideología es un sistema (que posee su lógica y rigor propios) de representaciones (imágenes, mitos, ideas o conceptos, según los casos) dotadas de una existencia y de un papel histórico en el seno de una sociedad dada”. Los contextos históricos son claves para el entendimiento de las representaciones e ideologías sociolingüísticas, ya que esto nos permite avanzar en el reconocimiento del carácter contextual de las ideologías lingüísticas en los diferentes sentidos históricos los cuales pueden tener distintas formulaciones discursivas dentro de las ideologías lingüísticas. El texto nos acerca a las ideologías lingüísticas y su localización dentro de la política, esto en relación con la creación de procesos de integración regional en los cuales se han reestructurado el espacio de las lenguas nacionales. Esto resulta de un doble movimiento: de introducción y, por tanto, visibilización de las lenguas de los otros y, a la vez, de expansión de las lenguas propias.

Ahora bien, las ideologías lingüísticas y la construcción de identidades son parte de los discursos

glotopolíticos o representaciones del lenguaje en contextos políticamente relevantes y hacen parte de la lucha por la construcción de nuevas identidades. Estos discursos se desplazan hacia el nuevo universo de referencia, sintagmas reconocidos por sus vínculos con imaginarios anteriores (como el pasado colonial) o alternativos (como el ámbito de la actividad económica).

Las representaciones ideológicas del lenguaje definen los procesos que hacen parte del significado social de la actividad humana y esto claramente tiene influencia en el orden social debido a los distintos tipos de interpretaciones o contextos en los cuales aparecen. Las representaciones de la lengua dentro de esta investigación surgen a partir de entornos glotopolíticos contemporáneos y específicamente dentro del área lingüística hispanohablante. En donde se centran las ideologías que existen a través de las representaciones de las lenguas no solo por su contenido sino por la movilización que estos discursos despiertan, lo que (Robert, 1997) llama el espesor del lenguaje.

A partir de este trabajo pudimos dar cuenta de la importancia de las representaciones ideológicas de diferentes ídoles dentro de la estructura política y económica de una lengua, así como de los factores determinantes dentro de dichas representaciones, como lo son los discursos dados por distintos agentes en una sociedad tales como las iglesias, las organizaciones que hacen parte del desarrollo de la lengua española, entre otras. Finalmente, este trabajo nos permite tener una visión más completa y matizada del español, de sus usos y de su historia.

En el segundo trabajo, titulado “*Los ámbitos para el español: recorridos desde una perspectiva glotopolítica*” por Elvira Narvaja De Arnoux (2008)(Narvaja De Arnoux, 2008a), encontramos que si bien se consideran otras lenguas además del español, se evidencia la posición central de ésta en la integración regional en múltiples organizaciones regionales o subregionales como la Unión Europea, en Nafta y en MERCOSUR. Además, en este artículo la autora analiza las transformaciones en los campos económico, social, político, científico y tecnológico, producidas en las últimas décadas en el espacio del lenguaje, interrogándose por la relación entre lenguas y ampliando o desplazando sus funciones desde la perspectiva glotopolítica.

En efecto, dichas transformaciones han llevado a que se multipliquen las intervenciones tendientes a la defensa o expansión de algunas lenguas, lo que ha condicionado a crear nuevos escenarios glotopolíticos en relación con las mismas. Tal es el caso de los convenios de libre comercio que se firman

(multiplicados por efecto de la globalización), así como cursos, certificados, o material didáctico de soporte que no contempla una política respecto de los bienes culturales y lingüísticos, pero que en parte ha sido resguardada por antiguos Estados y ha obligado a dichas regiones a replantear las políticas lingüísticas. Con lo anterior, por un lado, se ha intentado crear un complejo equilibrio entre la libertad de circulación de mercaderías y de servicios y, por otro lado, la protección de la lengua propia y/o de la proclamada diversidad cultural y lingüística del planeta (Prujiner, 2005, p.383).

Como se mencionó anteriormente, es importante resaltar que en el recorrido por este artículo se puede ver el resultado de las transformaciones en las últimas décadas con respecto a las lenguas en el continente suramericano. Particularmente, el español ha sido considerado en avances para el desarrollo de políticas culturales en tanto que las identidades colectivas vinculan la lengua como un poder comparable en cifras en marcha de una maquinaria glotopolítica de envergadura; es decir, aquella que analiza las políticas lingüísticas y orienta a distintos colectivos sociales sobre medidas de planeación de la lengua, y de especial repercusión en el campo cultural y el campo económico el cual tiene gran importancia dentro de la dinámica glotopolítica de la lengua, y en especial en la creación de identidades colectivas respecto a la lengua.

Finalmente, la representación de la lengua como un valor económico, que España destaca y que la valoriza en su relación con los otros países de la Unión Europea, deriva no sólo de la importancia de los negocios de la lengua sino también de las industrias culturales como el cine, televisión, producción editorial y de la posibilidad de hacer negocios gracias a que comparte la lengua con los países hispanoamericanos. Así bien, esta estrategia le permite al español posicionarse en relación con el inglés y mostrarse como digno complemento, incluso en los últimos años asociándose al portugués. El avance de ambas lenguas y su articulación derivan de los requerimientos de los nuevos escenarios económicos, sociales, tecnológicos y culturales. Sin embargo, el sentido histórico que la expansión de la lengua adquiera dependerá de la acción y decisión política y económica de los diferentes actores involucrados, y para orientar la toma de decisiones, la reflexión glotopolítica es un considerable aporte.

Siguiendo así con el tercer documento, titulado “*Ideologías lingüísticas sobre el español de docentes de lenguaje y comunicación de enseñanza media, un estudio de caso*” por Elizabeth Nayareth Smith, describe las ideologías lingüísticas frente al español que tienen los docentes de educación media de la asignatura de Lenguaje y Comunicación en cinco instituciones en Santiago de Chile. La investigación

se acerca a la realidad sociocultural de los docentes e intenta comprender la carga ideológica que se ve involucrada en el proceso de transmisión de la lengua, y cómo esto repercute en sus hablantes y en los usos lingüísticos que se consideran legítimos. Este trabajo plasma por medio de un corpus, recolectado durante un año, el contenido ideológico y las creencias entorno a la variedad estándar y demás variedades del español, evidenciado durante las entrevistas, y así mismo en el quehacer de las clases.

Adicionalmente, este trabajo recrea la evolución que ha tenido el componente social en las prácticas lingüísticas, aproximándose a comprender cómo dichas formas lingüísticas ayudan a constituir posiciones ideológicas en los individuos, considerando el prestigio de la variante estándar, como la forma más “correcta” de utilizar el castellano. En buena medida, los parámetros que se consideran legítimos por las instituciones estudiadas en este trabajo están modelados por una “ideología lingüística” dominante que a gran escala ha generado que el sistema educacional en Santiago de Chile base sus políticas lingüísticas, principalmente, en enseñar las normas que conllevan a tener un buen manejo del estándar.

A partir de los hallazgos finales de este estudio, se observa que en el sistema educacional de Santiago de Chile los profesores resultan ser una especie de modelos idiomáticos que, a través de un currículo oculto, imponen una ideología lingüística hegemónica que favorece al estándar como la forma “ideal” de la lengua castellana y, en contrapartida, a las demás variedades lingüísticas nacionales. (Lacourt, 2015).

Para finalizar, el estudio concluyó que las creencias sobre la lengua se traspasan a los imaginarios de los alumnos lo que repercute en sus valoraciones acerca de la lengua; y con base en esto, se mantiene la creencia conducente que otorga al español estándar, al contrario del manejo “incorrecto” de la lengua no estándar que encaminará la estigmatización del hablante, y por ende se mantendrá en un lugar desventajado en la escala social.

Así mismo, la lengua estándar y la imposición de la “superioridad” de la lengua está dada por la autoridad lingüística del profesor, y su materialidad discursiva, las características para considerar a un hablante como bueno o malo sean vinculado especialmente con los parámetros otorgados por las élites académicas, agencias productoras de ideologías como la RAE, que reproducen ideologías dominantes a través del sistema educacional, considerando usos “adecuados” de la lengua por su vinculación con el ámbito académico.

Los tres trabajos presentados anteriormente, nos brindan un panorama de las transformaciones que se han llevado a cabo en diferentes ámbitos de la glotopolítica como ciencia prometedora dentro del campo del lenguaje, y a pesar de ser un tema poco desarrollado, ha impactado ámbitos totalmente desconocidos del lenguaje. Uno de los tópicos más importantes tratados en este apartado nos lleva a la definición de diferentes representaciones dentro de la estructura política y económica de una lengua, factores que son determinantes en nuestra investigación. Tal es el caso de las ideologías lingüísticas que nos brindan un panorama general, como se pudo evidenciar dentro de algunas instituciones educativas en el caso específico de Santiago de Chile, considerando el uso “adecuado” o no de la lengua española.

3.2 Perspectivas en la enseñanza del español frente al valor económico

Este apartado se desarrollará desde las perspectivas de interrelación entre la lengua y la economía. La primera investigación abarca cómo la economía de la enseñanza de español como lengua extranjera dio inicio, cómo se ha desarrollado a lo largo de la historia y los retos que esta disciplina se propone en el mundo actual, dando cabida a la siguiente investigación en la cual se desarrolla el panorama actual de la enseñanza de español como lengua extranjera, sus propósitos y retos dentro de la economía mundial. La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera oportunidades y retos y una perspectiva esencial en ELE: la economía, comprende temáticas relacionadas con las posibilidades económicas que ofrece el español como lengua extranjera, y de igual modo, las políticas públicas que se han legitimado entorno a la expansión del español.

El primer trabajo que trataremos en este apartado es la ponencia titulada “**Radiografía económica del ELE**” de Óscar Berdugo (2000), la cual se llevó a cabo en el “X Congreso Internacional de ASELE. Nuevas perspectivas en la enseñanza del español como lengua extranjera”. En esta ponencia encontramos varios puntos clave acerca del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. Este trabajo hace un análisis de cómo se ha gestado el campo de la enseñanza de español como lengua extranjera en busca de la consolidación de un nuevo sector en la economía española. El objetivo del primer proyecto en relación con la temática del valor económico del español llamado “Español Recurso Económico” fue instalar la idea en la sociedad y en la administración de que el sector de la enseñanza de español como lengua extranjera es un sector estratégico y que debe ser considerado, en la misma forma que otros sectores tradicionales de la economía española. De esta manera, se plantearon

criterios que ayudan a delimitar las tareas del proyecto y sectores en los cuales esta disciplina influye de manera económica como lo son los cursos de enseñanza de español a extranjeros, productores editoriales para la enseñanza de español, tecnologías de la lengua, sector editorial, audiovisual y finalmente el sector musical; sectores bien definidos con una cultura mercantil propia.

Dentro del sector económico de la enseñanza de español como lengua extranjera hacen parte dos tipos de oferta: la oferta pública, constituida por los cursos ofrecidos por las universidades y otras instituciones públicas, y la oferta privada, ofrecida por empresas que se dedican a la enseñanza de lenguas. Estas dos clases de ofertas tienen distintos canales de comercialización, por lo que no existe un vínculo fuerte entre las dos. Sin embargo, la oferta pública recibe mayores ingresos debido a los convenios con distintas universidades e instituciones educativas. Aproximadamente, el 70% de ingresos por concepto de la enseñanza del español como lengua extranjera provienen de la oferta pública, el resto está asociado a otro tipo de inscripciones no directas a ELE como lo son el turismo idiomático y algunos otros sectores.

Del mismo modo, el autor nos acerca a la fuerza laboral del sector en España en donde para la época datan aproximadamente dos mil doscientas personas vinculadas a la enseñanza de español como lengua extranjera en distintos lugares de España; cifras que con la llegada del verano tienden a incrementar. Además, el artículo nos muestra que aproximadamente el 70% de los estudiantes de ELE en España son de origen europeo, el 17% de estudiantes son norteamericanos y el 8% estudiantes japoneses; el 5% restante lo hacen estudiantes de otras partes del mundo. Si bien la enseñanza de español como lengua extranjera está llegando a ser considerada como sector de gran impacto económico para España, también existen ciertas debilidades, amenazas y oportunidades dentro del sector.

En primer lugar, las debilidades dentro del sector inician con la ausencia de un estatuto específico o de una categoría administrativa propia de la enseñanza de español lengua extranjera, lo que genera problemas dentro de la expansión. En segundo lugar, las empresas que conforman el sector aún son microempresas. Además, la ausencia de una regulación específica de la calidad también representa una debilidad en la estructura del sector, sin contar con la ubicación geográfica de España que genera conflictos en el acceso a este país por personas de distintas partes del mundo. Adicionalmente, existen también ciertas amenazas dentro del sector de ELE como lo son la competencia a través de los precios con la pérdida de calidad que conlleva, ya que al existir muchas empresas que brinden este servicio, la

calidad empieza a disminuir. Asimismo, la falta de inversión en formación del profesorado es otro problema que enfrenta el sector, así como la ausencia de profesionales formados en la gestión de empresas lingüísticas y la promoción del sector como servicio turístico.

En tercer lugar, las oportunidades y fortalezas que tiene el sector de ELE son muchas más que sus debilidades y amenazas. La enseñanza de español como lengua extranjera puede ser el motor de la economía en el siglo XXI dada la importancia de la transmisión de conocimientos; en ese sentido, España es aquí el puente o nexo entre Europa y el resto de la comunidad hispanohablante. Ahora bien, la creación de servicios educativos más complejos de los cursos de español con otros servicios educativos como cursos de posgrado, puede ser una oportunidad increíble para ELE, además de la articulación de economías de escala que promuevan un mayor tamaño de las empresas del sector, con mayor capacidad en los mercados exteriores. De esta manera, concluye el trabajo, dejándonos grandes retos acerca del sector de la enseñanza de español como lengua extranjera, que aunque esté visto desde una perspectiva española podemos tener en cuenta criterios claves para la economía de este sector en Latinoamérica.

El segundo trabajo académico, titulado ***“El español como recurso económico. Panorama actual de la enseñanza de español lengua extranjera”*** por Saida Ruiz de Temiño de la Fuente (2012), analiza, estudia y evalúa desde el campo de la enseñanza del español como lengua extranjera el estado actual del español como recurso económico, con el fin de exponer una serie de reflexiones que contribuyan a incrementar y mejorar su valor económico, así como a suscitar un mayor interés con relación a la lengua y su economía.

Este estudio estimula e incentiva la sociedad asolada por una profunda crisis económica, que necesita de nuevos estímulos e incentivos para reactivar la economía nacional como mundial. Compartir una lengua es un instrumento principal de comunicación entre los seres humanos, instrumento que mejora y facilita los intercambios en los mercados exteriores. Algo semejante ocurre a la hora de establecer cualquier tipo de negocio de transacción intelectual, cultural, científico etc, en donde las lenguas son elementos imprescindibles a la hora de cualquier intercambio. Este proyecto desarrolla las industrias culturales propuestas desde el punto de vista de Berdugo (2000), quien describe y valora, en gran medida, la forma en que las industrias están relacionadas con la difusión de la lengua.

Adicionalmente, esta investigación destaca la gran oportunidad económica que se está

construyendo a partir de cimientos lingüísticos. Sin embargo, la no inclusión del español dentro de la comunidad científica y tecnológica limita muchos ámbitos de la lengua que sólo podrían ser ampliados si todos los países hispanohablantes crearán políticas de gobierno que trabajen a favor de la expansión del español, en lugar de realizar esfuerzos por mejorar su imagen exterior y la credibilidad de sus gobiernos dentro del mundo globalizado. Sin duda alguna, la expansión de la lengua española trae consigo un sin fin de oportunidades económicas para aquellos países involucrados en los intercambios, así como en la creación de organismos de regulación que promuevan la calidad y no la cantidad de su expansión, en los distintos ámbitos como el tecnológico, académico o científico.

Finalmente, y como se ha ido demostrando a lo largo del presente trabajo, esta investigación es esencial para nuestro estudio debido a que nos muestra el posicionamiento del español y la crítica que se hace, primordialmente, a la formación de profesionales del sector basada en la excelencia y el progreso de los centros de enseñanza que imparten cursos de ELE. Así mismo, el trabajo de Ruiz de Temiño (2012) nos permite ubicar el rol de las políticas públicas que deberán legitimarse en colaboración con España y los países de la comunidad Iberoamericana para poder expandir el español y la enseñanza del mismo de forma uniforme y generalizada.

El tercer trabajo a tener en cuenta en este apartado es un libro, titulado “*La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera. Oportunidades y retos*” por Miguel Carrera y José J. Gómez (2009), en el cual se desarrollan las posibilidades económicas que ofrece el ELE. Del mismo modo, la obra aporta un análisis acerca de las políticas lingüísticas que se deben tener en cuenta con el fin de consolidar la industria que representa hoy el español, en donde se propone desarrollar un modelo que sea estable en el ámbito económico. Este libro está dividido en seis capítulos, agrupados en tres partes, y cada una de ellas está dedicada a un tema en específico. En el primero se señala el valor cualitativo que tienen los programas de enseñanza de español, el segundo analiza a profundidad el programa Erasmus, y el tercero discute el empleo generado por la industria de la enseñanza de español. Además, se agrega un último capítulo dedicado a las políticas públicas en el caso de Salamanca. Vale la pena destacar que, para este apartado, se tendrá en cuenta a profundidad el primer capítulo referente al valor económico del ELE.

Este libro nos ofrece un extenso recorrido por distintos ámbitos de la enseñanza de español, con el fin de aportar a profundidad en distintos sectores, así como recomendaciones de políticas para que las administraciones públicas y el sector privado puedan mejorar la calidad de la oferta y consolidar una

industria en expansión que presenta muchas carencias. En el caso de la enseñanza de ELE fuera de España, se observó que en muchos casos no se concede una atención especial a la formación de los licenciados en Filología hispánica, como si ser hispanohablante fuera requisito suficiente para enseñar ELE. Tomando como ejemplo el Instituto Cervantes, quien promueve que para dar clases el requisito es ser licenciado; pues las «carencias» formativas o profesionales de los no licenciados se compensan con mayores exigencias en la experiencia docente previa y/o en la formación específica en ELE.

Adicionalmente, uno de los retos más importantes que muestra el libro consiste en la promoción internacional del español, en donde se presenta el importante atractivo de reforzar el estudio del español y la imagen de España, y de los otros países hispanohablantes como destino de aprendizaje de ELE. Los autores proponen un primer reto para las políticas públicas y éste consiste en hacer disponible la información acerca de la enseñanza de español como lengua extranjera, ya que debido a esto podría crecer el sector y además sus posibilidades económicas. El impulso de una acreditación conjunta iberoamericana de enseñanza del español, así como conseguir que el DELE (Diploma de español lengua extranjera) deje de ser visto como un examen de España y que este examen, o su sucesor, sea un examen iberoamericano, facilitaría la expansión internacional de este estándar todavía muy débil en términos de personas que lo realizan en relación a los que estudian español en el mundo.

Finalmente, este trabajo es importante para nuestra investigación debido a que nos permite visualizar las oportunidades y los retos que tiene hoy el español como lengua prometedor. A pesar de que el libro se sitúa en el contexto específico de Salamanca, es posible tener en cuenta ciertas herramientas para el desarrollo del español como lengua extranjera en otros países hispanohablantes como es el caso de Colombia. Las posibilidades económicas que ofrece el ELE pueden ser un ancla para el desarrollo económico de los países hispanoamericanos, los cuales en su mayoría aún están en vías de desarrollo. De todo ello se pueden derivar implicaciones de políticas económicas por la existencia de este tipo de aglomeraciones industriales y la posibilidad de implementar políticas «industriales» específicas para este sector.

Para finalizar, el cuarto trabajo a tener en cuenta en este apartado, titulado *“Una perspectiva esencial en ELE: la economía”* por Emilio Alejandro Nuñez Cabezas (2000), trata acerca del reto de enseñar el español de los negocios, de la economía o del comercio. La enseñanza de la economía es una perspectiva esencial dentro del español como segunda lengua, ya que se trata de la especialización más

demandada por los alumnos que deciden adentrarse en el aprendizaje de la lengua con fines específicos. ¿Cuáles podrían ser las causas de esta expansión, del español de los negocios o del comercio? Siguiendo las consideraciones de Felipe Hernández Perlina (1998, p.29) podríamos señalar dos aspectos esenciales: 1) La apertura de la economía española al exterior, que ha tenido como consecuencia el incremento de las relaciones entre empresas españolas y extranjeras. 2) La recuperación económica de los países latinoamericanos. Así pues, es importante tener en cuenta y sobre todo hacer hincapié en la preparación de un currículo adecuado que satisfaga las necesidades de los estudiantes y de los docentes. Por lo tanto, es importante que el profesorado sea integral no sólo en lo filológico, sino además en lo económico de la lengua.

Ahora bien, fue importante para la investigación del autor la definición de los intereses y conocimientos de los estudiantes de español, ya que con esta información es mucho más fácil para el profesor la elaboración del currículo. Todo con miras a que el estudiante desarrolle al máximo sus posibilidades con la lengua. Con este trabajo investigativo pudimos evidenciar la importancia de reconocer los conocimientos económicos que ya poseen los estudiantes en su lengua o en otras lenguas. A pesar de que el estudio se da en la enseñanza de español con fines específicos como lo es el español comercial, en una clase de lengua en la que el estudiante también articule su bagaje económico en español el proceso de adquisición y perfeccionamiento podría ser mucho más rápido. El autor plantea de esta manera que separar la economía de la lengua no es un asunto lógico ya que va ligada una de la otra.

El lenguaje económico en la enseñanza de español es un campo con mucho futuro. Es bueno y necesario ahondar en una pedagogía que nos ayude en esta materia concreta, que nos ayude a diseñar desde el currículo hasta el material ideal para el desarrollo de este tipo de clases. La economía es una temática poco trabajada dentro de los cursos de enseñanza de español, sin embargo, implementarla no es tarea fácil ya que se debe empezar a pensar desde currículo hasta vocabulario, ejercicios y demás elementos presentes dentro de un proceso de enseñanza y aprendizaje de una segunda lengua. Este trabajo es esencial para nuestra investigación ya que si queremos lograr una reflexión dentro de las clases de enseñanza de español como lengua extranjera de nuestro contexto educativo es necesario conocer las implicaciones que tendría incluir la temática de lo económico del lenguaje. Del mismo modo, es importante conocer los componentes de una clase de español con fines específicos en donde la economía no deja de ser un tema de gran relevancia.

Vemos que esta categoría recoge trabajos que nos permiten un acercamiento a la industria de la enseñanza del español como lengua extranjera. Desde aquí podemos analizar como punto de partida cómo se van creando ideologías lingüísticas respecto a la enseñanza de una lengua, y además cómo se ha configurado a través del tiempo y las circunstancias de la industria del español, la cual es hoy parte importante de la economía de los países hispanohablantes.

3.3 La economía de la lengua española en la actualidad.

Esta última categoría está constituida por cuatro diferentes investigaciones que nos presentan el panorama económico actual del español, y las generalidades del español como lengua prometedora en distintos campos. La primera investigación analiza el trasfondo político que existe detrás de la lengua española; en la segunda y tercera investigación, tendremos en cuenta dos libros de la Fundación Telefónica que realizan un recuento sobre lo que concierne a la economía de la lengua española y el español como lengua extranjera en cuanto a la industria.

El primer trabajo que tendremos en cuenta para esta categoría es *“La lengua española, ¿herencia cultural o proyecto político-económico?” Debates en el congreso hispanoamericano de Graciana Vázquez (2008)*, en el cual la autora nos presenta el campo disciplinario de la glotopolítica histórica y se consideran los discursos sobre las lenguas como un material privilegiado para analizar tanto las ideologías lingüísticas como las estrategias de intervención propuestas por distintas instancias de poder, para pautar las prácticas lingüísticas de los hablantes.

Fundamentalmente, dentro de esta perspectiva y particularmente en este artículo se analiza la conformación de una ideología lingüística particular sobre el español, formulada en el Congreso Literario Hispanoamericano, realizado en Madrid entre el 31 de octubre y el 10 de noviembre de 1892, la etapa fundadora del proceso de construcción de una dominancia discursiva sobre el español que se extiende desde el primer congreso hasta los celebrados por la RAE y el Instituto Cervantes a partir de 1992.

Cabe destacar que la intervención en gran medida en este artículo es sobre la enseñanza de la economía y la perspectiva esencial dentro del español como segunda lengua, pero la pregunta clave en este trabajo es: ¿Cuáles podrían ser las causas de la expansión, del "éxito" del español, de los negocios o del comercio? La autora hace hincapié con dos causas claves de dicha expansión: la primera, la apertura

de la economía española al exterior, que ha tenido como consecuencia el incremento de las relaciones entre empresas españolas y extranjeras; y la segunda, la recuperación económica de los países latinoamericanos. Cabe destacar que las consideraciones de este trabajo nos ayudan a analizar el campo de la enseñanza de español con fines específicos debido a la demanda actual de los negocios internacionales. Además, es importante considerar la economía de la lengua española dentro de nuestra investigación y esta perspectiva nos muestra cómo el español y su enseñanza en los últimos años ha adquirido fuerza en el ámbito económico.

Este análisis se elabora en función de dos objetivos. En primer lugar, dentro del campo disciplinario del análisis del discurso, las representaciones otorgadas a la lengua y su relación con el proceso político del cual hacen parte. En segundo lugar, delimitar las políticas lingüísticas diseñadas en el ámbito de las deliberaciones del congreso. Dentro de esta perspectiva, los núcleos de sentido que orientan tanto las representaciones como la planificación lingüística propuesta se extienden en torno a las siguientes cuestiones: la unidad de la lengua española y su necesaria preservación; el debate suscitado en torno a la política lingüística delineada por España para implementar el rol de la RAE como única autoridad en Hispanoamérica; y finalmente, la primera formulación de un nacionalismo panhispanismo que tiene como finalidad no sólo revertir la imagen de España luego de la independencia sino, fundamentalmente, establecer vínculos económicos y culturales con Hispanoamérica, caracterizados por un particular disciplinamiento (Foucault, 2006) y una asequible potestad tutelar.

Este trabajo busca analizar las representaciones que nacen de la lengua española a partir de su relación con el proceso político de su contexto, lo cual es indispensable para el desarrollo de nuestra investigación. Así mismo, la investigación busca estudiar las políticas lingüísticas que nacen a partir de las representaciones acerca de la lengua española, además de la necesidad de preservación de la lengua como patrimonio intangible de la humanidad. Como bien se dijo anteriormente, llega desde España a manera de imposición la RAE como autoridad única reguladora de todo lo que concierne al uso y normatividad de la lengua lo cual sitúa a Latinoamérica en una posición subordinada de España; y por ende, su regulación y participación frente a asuntos de la lengua es nulo.

Fundamentalmente, este trabajo nos permite ver el español entorno a un proceso político-ideológico de la lengua que se delimita a partir de finalidades e ideas contrapuestas, hablando una vez más aquí de la dinámica glotopolítica de la lengua española y viéndola desde dos puntos de vista, no

con el fin de crear discusión entre ellos sino con el fin de hacerlos uno: El español como recurso cultural y a su vez herramienta económica.

El segundo artículo, titulado “*La economía de la lengua: una visión de conjunto*” por Juan Carlos Jiménez (2006), es importante para nuestra investigación porque el autor desarrolla una caracterización de los principales conceptos acerca del valor económico del español, además de yuxtaponer los intereses de la economía en la lengua y las distintas connotaciones que se le da a la lengua desde los dos ámbitos. También, este estudio es relevante para nuestro trabajo de grado ya que introduce las ventajas tanto sociales, políticas y económicas de la cuantificación y el valor monetario de la lengua española.

Ante todo, (la lengua como un bien económico), “La Economía de la lengua, como campo de investigación, se centra principalmente en el análisis, teórico y empírico, de las vías a través de las cuales las variables lingüísticas y económicas se influyen mutuamente, habitualmente dentro de los esquemas de la Economía ortodoxa (neoclásica)” (Grin, 2001). La economía de la lengua es una temática que bajo el análisis económico puede ser vista desde dos puntos de vista: el primero, como bien privado o el segundo como bien público. Esta perspectiva centrada en lo económico de la lengua implica a la economía a su vez inmersa en otro ámbito de estudio: el de la valoración económica de las políticas lingüísticas dentro del proceso de expansión de una lengua como lo es el español.

Ahora bien, la lengua o sistema cumple los tres requerimientos básicos del capital humano. La lengua, en efecto, está incorporada a las personas; es productiva (dentro del mercado de trabajo), y es costosa (exige sacrificar, en todo caso, tiempo y recursos, y muchas veces dinerarios). Sobre esta base, en un abundante número de trabajos se ha modelizado, para diferentes países y períodos, y sobre supuestos metodológicos distintos, la interrelación entre lengua e ingresos; así las cosas, es posible decir que la lengua es un bien intangible empresarial que sin duda posee un valor económico.

La lengua, como gran envolvente de las relaciones humanas y principal tecnología social de comunicación –de hecho, la “materia prima del conocimiento” (Cueto, 2003)–, está estrechamente ligada a la economía; sin embargo, el equilibrio no es fácil entre estas dos disciplinas. Es necesario que la economía de la lengua no se distancie del análisis netamente económico, pero también debe tener en cuenta otras disciplinas con las que se

pueda nutrir, dejando atrás recelos en cuestiones científicas. La relación entre lengua y economía no ha encontrado su equilibrio debido al distanciamiento evidente del análisis económico y el análisis de las lenguas.

Por otro lado, este libro nos permite evidenciar que los límites de la política lingüística panhispánica operan por medio de exclusiones. Además, es posible que exista una fuerte influencia de esta misma política lingüística panhispánica, la cual se hace extrema en términos de exclusión en donde las entidades normativas claramente juegan un papel antagónico. Este trabajo es de interés para nuestra investigación debido a que nos da un panorama acerca de la visión económica de la lengua y su relación con las políticas lingüísticas de cada región, la relación entre lengua y economía y las brechas que existen entre estas dos disciplinas son conflictos que influyen directamente con el proceso expansivo de la lengua.

El tercer libro, titulado “*Valor económico del español*” por José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez (2012) destaca la importancia del español como lengua internacional y se pone en evidencia a la lengua española como uno de los nuevos grandes actores del mercado internacional, y así, su relevancia no sólo para el campo económico sino también social de los países que la hablan. El libro nos da un recorrido desde los nuevos horizontes de la lengua hasta los desafíos o retos pendientes que esta debe enfrentar en el campo económico.

El español, como lengua de comunicación, presenta a lo largo de este libro un recorrido general dentro de la economía mundial, las grandes oportunidades que ha brindado la lengua a los países hispanohablantes los conceptos claves para el desarrollo de este trabajo investigativo; tales como, industria cultural, naturaleza económica de la lengua, valor económico de la lengua, lengua como elemento identitario, valor de uso de una lengua, etc. No obstante, el libro también nos hace una invitación a analizar los elementos para una política de apoyo a la proyección internacional del español, en donde se analizan desde los antecedentes, hasta las mejoras de los marcadores de estatus asociados a la lengua.

El desarrollo económico y social de una lengua nace a partir de la interrelación a la que nos invita el mundo globalizado, dada la emergencia de nuevos grandes actores dentro del mercado internacional, así como la reestructuración del mapa estratégico mundial. Las lenguas, como el español, que aspiran a tener relevancia dentro de este tipo de economía deberán tener presente que no solamente se expandirán

en términos demográficos, sino también en terreno económico, calidad institucional y demás asuntos que conciernen a la expansión de la lengua. De esta manera, este análisis nos propone que sólo con el desarrollo económico y social de los países que hablan español es posible un buen porvenir de la lengua que más que un patrimonio cultural es un producto internacional de todos aquellos países que la tienen como lengua materna.

Uno de los objetivos principales del libro es mostrarnos que al mejorar el estatus internacional del español, su posición como lengua diplomática internacional, como lengua de creación y comunicación científica, y como lengua en la que se expresa una cultura vigorosa y creativa con relevancia en la Red y en los medios masivos de consulta digital, su proyecto económico puede expandirse a límites inimaginables. Sin embargo, para conseguir una mayor funcionalidad del español como lengua internacional, se debe generar y estandarizar un paquete normativo que brinde una variante sintética del idioma, las competencias mínimas para su uso práctico; es decir, el equivalente a los estándares denominados “English as Global Language (EGL)”, un «español compendiado» que facilite enseñanza, aprendizaje y uso de la lengua.

Es importante este libro para nuestra investigación debido a que nos muestra un recorrido general por lo que ha sido hasta el momento la economía de la lengua española. Las conclusiones nos permiten vislumbrar los retos presentes no sólo en lo que concierne al valor económico de la lengua, sino que también nos hacen cuestionarnos acerca de los retos a los que podría enfrentarse desde la enseñanza de la lengua en su articulación y valoración desde lo económico, tanto con políticas de apoyo que soportan la industrialización, como el mercado lingüístico de la lengua española.

Para finalizar, el último trabajo que tendremos en cuenta se titula “*Naturaleza económica de la lengua*” por José Antonio Alonso (2007), el cual desarrolla la pertinencia que tienen los efectos económicos en las comunidades lingüísticas al definir los componentes de identidad y cohesión social de una comunidad, y al sustentar una serie de actividades (industrias culturales) generadoras de renta y empleo, en donde la lengua tiene una serie de características específicas como recurso o activo económico, que la diferencian de aquellas en las que el mercado puede operar con eficiencia.

Esas características aproximan a la lengua como un bien público con costes de acceso, pero ausencia de rivalidad en su uso. En este trabajo se discuten aquellas características que otorgan

singularidad a la lengua como recurso económico. Pero de forma más específica, se explora su naturaleza de bien público de club, estudiando los beneficios y costes que aparecen asociados a la pertenencia a un determinado club lingüístico.

De esta manera, la lengua se aproxima como un bien público con costes de acceso, pero ausencia de rivalidad en su uso. La UNESCO calculó que un 50% de las lenguas hoy registradas están en proceso de extinción; y, en extremo, el 96% de la población mundial habla sólo el 4% de las 6.000 lenguas que se calcula existen en nuestros días. Hablar de la naturaleza económica de la lengua nos hace pensar en el poco provecho que hemos sacado de un bien tan común como nuestra lengua. Más aún, la mercantilización de la lengua puede hacer que no le demos un valor, por su valor intrínseco sino por el activo económico que representa y esto tiene consecuencias dentro del ámbito lingüístico y educativo. Es por esto que esta investigación nos abre las puertas hacer un análisis desde distintos puntos claves considerando la economía de la lengua, pues este aspecto es interesante para nuestro trabajo ya que tiene en cuenta los factores que podrían condicionar el comportamiento eficiente de un agente al decidir su acceso a un determinado “club lingüístico” o comunidad lingüística; y se discuten los componentes que determinan el tamaño y calidad de una comunidad lingüística.

Así bien, dentro de esta categoría se discuten aquellas características que otorgan singularidad a la lengua como recurso económico. De forma más específica, se explora su naturaleza de bien público, estudiando los beneficios y costes que aparecen asociados a la pertenencia a un determinado club lingüístico, y se discuten los componentes que determinan el tamaño óptimo de una comunidad lingüística como se menciona anteriormente con las cifras dadas.

En suma, y por medio del presente estado de la cuestión, hemos podido dar cuenta del interés creciente que ha tenido el tema de la glotopolítica y a su lado la economía de la lengua española desde sus inicios, en el año 1986, en el primer tratado sobre glotopolítica hasta la actualidad, donde no solamente se pueden evidenciar estudios limitados acerca de las ideologías lingüísticas de los docentes en ejercicio y docentes en formación con respecto al valor económico de la lengua, sino que también se examina el tema de la política, reflejado en otros aspectos de la lengua tales como las perspectivas en la enseñanza de ELE, las cuales día a día van ganando lugares más amplios en nuestro contexto.

Capítulo 4

Marco Teórico

El marco teórico de esta investigación se lleva a cabo de manera deductiva y está constituido por dos categorías teóricas centrales que estarán acompañadas por dos subcategorías: una de ellas es la de sociolingüística y la otra está relacionada con el valor económico del español. En la primera categoría, desarrollaremos generalidades que se abordan desde la perspectiva sociolingüística, teniendo en cuenta aspectos de la glotopolítica que nos llevarán hacia la definición de ideologías lingüísticas. Como segunda categoría, ahondaremos en la teoría económica de la lengua española, en la cual se abordan conceptos claves acerca del valor económico de la lengua española y su enseñanza; lo anterior, con el fin de lograr el objetivo de la presente investigación que consiste en identificar las ideologías lingüísticas que tienen los docentes del énfasis de ELE y docentes en formación, acerca del valor económico de la lengua española y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera.

4.1 Sociolingüística

En esta primera categoría es importante tener en cuenta que el lenguaje está fuertemente ligado con el mundo social; es decir, el lenguaje no funciona solamente como medio de intercomprensión a las necesidades de la vida social, sino también se debe reconocer que el lenguaje se ve influenciado por prácticas que van más allá de su uso. El lenguaje funciona como un tipo de comportamiento social que se puede desarrollar en contextos específicos y que también trae consigo prácticas sociales que hacen parte de la cotidianidad de cada individuo.

El campo de estudio de la sociolingüística, acogido por primera vez por H. Currie en 1952, inició como una disciplina que estudia "las relaciones entre lengua y sociedad", y se configuró como una ciencia a raíz del paradigma formal de la lingüística. Inicialmente, F. Saussure (1961), vislumbró la existencia de la sociolingüística en su trabajo de Curso de Lingüística General, tomando la semiología como ejemplo en el que "la lengua es un producto social de la facultad del lenguaje, y de la relación con otros sistemas como el ideológico, político, económico, y cultural etc. que es influido como producto de los hablantes del sistema de la lengua" (Saussure, 1961, p.51). En 1964, W. Bright, se reúne en Los Ángeles con doce especialistas para examinar los objetivos claves de esta disciplina; las aclaraciones dadas en los objetivos marcaron pautas claves en ese momento. En los años 60 y 70, autores como Hudson (1981), López (1989), Labov (1996), y Moreno (1998) realizaron trabajos sobre las complejas relaciones que se establecen entre la lengua y el conglomerado social, que constituyeron solidez a la

sociolingüística utilizando métodos y teorías de las ciencias sociales en relación con la lingüística.

De esta manera, a partir de 1964 comienza una gran expansión de la sociolingüística, una sociolingüística que no comprendía en los años sesenta y sesenta una sola escuela unitaria sino que en ella se incluían escuelas diferentes. Como argumenta Labov (1972), la sociolingüística es la disciplina que estudia las lenguas tanto diacrónica como sincrónicamente en relación con su contexto social. La sociolingüística toma en cuenta todos los aspectos de la sociedad al momento de emplear el lenguaje como medio de comunicación, considerando la gran cantidad de diferencias sociales, pero sobre todo lingüísticas respecto a un contexto en específico. De acuerdo con Hudson (1981): "...la sociolingüística es parte del estudio del lenguaje; así, el valor de la sociolingüística está en la luz que proyecta sobre la naturaleza del lenguaje en general o sobre las características de alguna lengua en particular [...] no es fácil pensar en una propiedad de la sociedad tan distintiva como su lenguaje o tan importante como su funcionamiento" (p.56). La sociolingüística es la encargada de articular de manera equilibrada el lenguaje visto desde los hechos sociales, los articula entre sí, formando un campo que da igual valor a estos dos fenómenos (Sociedad y Lenguaje), a diferencia de la sociología del lenguaje en donde lo social tiene mayor relevancia para su estudio.

Para Maturana (1988), el lenguaje es una función cultural compartida por todos los miembros de una especie, además de asegurar la comunicación de deseos, emociones e ideas en el interior de un grupo. Estas funciones se dan en la interacción cotidiana de los seres humanos, y pensar en el lenguaje es pensar en un facilitador de relaciones sociales que hacemos con otros y para otros. Siguiendo en esta línea, para López (1989), la sociolingüística tiene como objetivo analizar la influencia que tiene en una lengua los factores que se derivan de su uso: la edad, el sexo, el origen étnico, la clase social, tipo de educación, y el tiempo o lugar en que se produce el hecho comunicativo. La sociolingüística, por lo tanto, se encarga de examinar los fenómenos lingüísticos en relación con ciertas variables sociales con el fin de establecer estratificaciones lingüísticas y de estudiar los cambios que allí se producen. La sociolingüística es necesaria ya que ofrece una visión de los factores lingüísticos y sociales que condicionan la competencia sociolingüística de un contexto comunicativo.

El lenguaje se configura como experiencia importante en la historia evolutiva de los seres humanos, y este a su vez es instrumento mediador en la toma de decisiones. Asimismo, el lenguaje, se ha considerado como una función cognitiva que tenía como misión natural "representar" al mundo en la

medida que constituye un “medio” de comunicación que posibilita la relación lingüística. Al ser el lenguaje un instrumento de cambio social, éste está formado por unidades o símbolos que no sólo corresponden a la experiencia individual del sujeto sino que se agrupan en categorías, experiencias o conceptos (Reina, 2008). Por consiguiente, cuando se toma como objeto de estudio la sociedad en relación con la lengua, la ciencia que convoca es la de la sociología del lenguaje. Distinguiremos entonces, la sociolingüística urbana o variacionista, propulsada por William Labov, rama que estudia la variación lingüística asociada a factores sociales que se dan en un hablante o en una comunidad de hablantes. También, la etnografía de la comunicación de D.H. Hymes, que busca estudiar la interacción comunicativa de los seres humanos; y la Sociología del Lenguaje de J. Fishman, que estudia el contexto social de las comunidades de habla. En concreto, el estudio de las relaciones entre diversos factores sociales y las lenguas o variedades de lengua.

En resumen, para Londoño *et al.* (2012) la sociolingüística es una disciplina que estudia las “relaciones entre lengua y contexto sociocultural” (p.2). Esta disciplina configura el lenguaje a partir de hechos sociales con más precisión que la lingüística, ya que la lingüística considera al lenguaje como un sistema de reglas, y no como un sistema que se articula en un contexto, con eje fundamental en la interacción. Es así, que la sociolingüística se define como aquella disciplina encargada de las variaciones lingüísticas que se presentan en el uso y en la relación con los factores sociales que las determinan (Londoño *et al.*, 2012, p.3). Como hemos evidenciado la sociolingüística ha tomado aportes de diferentes disciplinas con el fin de consolidarse; dado a esto, se puede decir que la Sociolingüística es considerada de carácter interdisciplinar.

4.1.1 Glotopolítica

Siguiendo la línea de la sociolingüística, la glotopolítica se puede ubicar aproximadamente después de la Segunda Guerra Mundial en el mundo académico, tal vez porque desde ese momento se empieza la conformación de los Estados nacionales que llevará más adelante a una economía que permite la formación y desarrollo de los Estados modernos, y las transformaciones operadas con el de la globalización (Narvaja De Arnoux, 2000). A partir de este paradigma, en el año 1986 los sociolingüistas franceses Jean-Baptiste Marcellesi_y Louis Guespin acogen por primera vez en su artículo “*Pour la Glottopolitique*” el término “Glotopolítica” que empezaría años más tarde a consolidarse como una subdisciplina de la sociolingüística.

Al tener en cuenta lo anterior, el término “Glotopolítica” es conceptualizado por (Narvaja De Arnoux, 2008a) como “el estudio de las intervenciones en el espacio público del lenguaje y las ideologías lingüísticas sobre las que inciden, asociándose con posicionamientos dentro de las sociedades nacionales o en espacios más reducidos como el local, o en espacios más amplios como regional o global” (p.1). La glotopolítica es significativa pues se interesa por las intervenciones en el espacio del lenguaje que afecta en toda medida a la distribución social del discurso, aunque su objetivo sea las relaciones de producción, y no lo lingüístico. “La glotopolítica estudia las intervenciones, explícitas, voluntarias, generadas por agentes – colectivos o individuales – que podemos identificar, producidas “espontáneamente sin mediadores claramente identificables”. Estas intervenciones se ejercen tanto sobre las lenguas, sus variedades y registros como por los discursos o las diversas articulaciones de lo verbal con otros sistemas semióticos. En todos los casos podemos reconocer la incidencia de los procesos sociales en el espacio del lenguaje...”. (Narvaja De Arnoux, 2000) pues lo glotopolítico se encarga de estudiar las diversas formas en las que una sociedad actúa sobre el lenguaje del cual es o no consciente; es por tanto, que la glotopolítica ha de consolidarse como una subdisciplina de saber aplicado, reproducción o transformación de entidades políticas, relaciones sociales y estructuras de poder.

De esta manera, podríamos afirmar que la glotopolítica además de tratar temas que conciernen al lenguaje, también indaga conjuntamente acerca del lenguaje y las ideologías lingüísticas que intervienen en las transformaciones de estructuras de poder. La glotopolítica tendrá dentro de su debate aspectos sobre la lengua, es decir, propiamente lingüísticos, pero sobre todo se centra en estudiar las relaciones de interacción entre la identidad social y las prácticas lingüísticas (Guespin y Marcellesi, 1986, p. 5).¹ La perspectiva glotopolítica, también se encarga de abordar temas como los discursos, los registros, los géneros, las variedades, la política etc. Por tal motivo, la necesidad glotopolítica es cubrir todos los hechos del lenguaje en que la acción de la sociedad toma la forma de política, tal y como lo afirman (Marcellesi y Guespin, 1986, p.1)². Es importante agregar, que la glotopolítica no es la inclusión del hecho lingüístico y social sobre un ideal abstracto de estos dos conceptos, es el desarrollo de la identidad social a través de la lengua.

Sin duda alguna, la glotopolítica tal y como lo afirma José del Valle (2009)

¹ Traducción libre de las autoras.

² Definición encontrada en el documento base de glotopolítica. Traducción libre de las autoras.

“...se acerca también a lo que Henry Boyer llama *sociolingüística de las representaciones* (diferenciándola así de la sociolingüística de las prácticas que evoluciona a partir de los trabajos pioneros de William Labov o Peter Trudgill). Las representaciones del lenguaje inciden en la construcción de regímenes de normatividad y forman por tanto parte integral del perfil lingüístico de cualquier comunidad. Tienen de hecho, tal como enfatiza Arnoux, un carácter performativo (interesan en tanto que intervenciones en el contexto de su producción y no solo por lo que representan), e ideológico (interesan en tanto que se hallan inscritas en un contexto a cuya naturalización contribuyen)”

Por tanto, la glotopolítica además de acercarnos a lo político del lenguaje, también nos encamina a la relación que existe entre las representaciones del lenguaje y la construcción de discursos metalingüísticos de cada comunidad. Por este motivo, entraremos a definir desde la glotopolítica dos conceptos necesarios para el desarrollo de nuestro trabajo investigativo: representaciones sociolingüísticas e ideologías lingüísticas.

4.1.1.1 Representaciones sociolingüísticas

Fundamentalmente, las representaciones sociolingüísticas son construcciones ideológicas de lo que son las lenguas y la conciencia social que se tiene de ellas; por ejemplo, cuando expresamos discursos como: “algunas lenguas son más importantes que otras”, “el inglés es el idioma de los negocios” etc, somos parte del discurso formado por nuestras representaciones sociolingüísticas. Podemos agregar que las representaciones sociolingüísticas son un tipo particular de representaciones sociales, así como afirman Narvaja de Arnoux y Del Valle (2010), “por un lado, se refieren a objetos lingüísticos (lenguas, variedades, hablas, acentos, registros, géneros, modos de leer o de escribir, etc.) y [...], por otro, implican evaluaciones sociales de esos objetos y de los sujetos con los que son asociados” (p.3). Por tal motivo, las representaciones sociolingüísticas son la estructuración de los hechos lingüísticos en articulación con los hechos sociales que se presentan en sus contextos, permitiendo la comprensión de distintos aspectos de la realidad social.

Sin duda alguna, las representaciones sociolingüísticas toman fuerza dependiendo de las zonas

discursivas en donde se manifiestan; por ejemplo: los libros de texto que regulan jurídicamente el uso del lenguaje, o en aquellos en donde se definen los objetos lingüísticos (gramáticas, diccionarios, libros de estilo etc); también, las imágenes en los medios que promueven determinados estereotipos sociolingüísticos, y sin lugar a dudas, en la praxis lingüística en donde los interlocutores negocian sus identidades sociales. (Del Valle y Arnoux, 2010). Por tal motivo, es en las representaciones sociolingüísticas donde encontramos el discurso metalingüístico que existe en un determinado grupo social bajo la influencia de distintos aspectos regulados por la sociedad.

En efecto, las representaciones sociolingüísticas desencadenan y coexisten con otras nociones dentro de la articulación del lenguaje y la sociedad. Por ejemplo, las actitudes, los estereotipos, la imagen, y por supuesto las opiniones que nacen a partir de las distintas comprensiones que se articulan y se forman desde distintos discursos en donde son evidentes tales representaciones sociolingüísticas que legitiman las formas en que se conciben las lenguas, las variedades y sin duda los discursos que subyacen en ellas. De la misma forma, las representaciones sociolingüísticas dan cabida a lo que conocemos como ideologías lingüísticas que surgen a partir del análisis de la materialidad discursiva producto de las representaciones sociolingüísticas que existen en distintos contextos sociales.

4.1.1.2 Ideologías lingüísticas

El concepto de *ideología* durante mucho tiempo tuvo una visión distante con respecto a la lingüística y la antropología. Las ideologías que se definen como sistema de representaciones, en general son imágenes a veces conceptos, pero sobre todo se imponen como estructuras en la sociedad, y como en toda sociedad se observa la existencia de una actividad económica, de una organización política y de formas “ideológicas”. Las ideologías forman parte de todo lo que concierne a lo social; por lo tanto, la ideología es la expresión de la relación del ser humano con su “mundo”, es decir, la unión de su relación real y de su relación imaginaria con sus condiciones de existencia reales. En esta precisión de lo real por lo imaginario, y de lo imaginario por lo real, la ideología activa, refuerza o modifica las relaciones de los seres humanos con sus condiciones de existencia, en esa misma relación imaginaria.

En la ideología, la relación real está inevitablemente otorgada a la relación imaginaria: relación que expresa más una voluntad (conservadora, conformista, reformista o revolucionaria), una esperanza o una nostalgia, concepción que describe una realidad. Silverstein basándose en B.L Whorf “categorías

lingüísticas” enuncia que la ideología puede modificar la estructura de manera positiva o negativa:

I should clarify that ideologies about language, or linguistic ideologies, are any sets of beliefs about language articulated by the users as a rationalization or justification of perceived language structure and use” (1979, p. 193).

Es entonces que las ideologías imponen una norma hegemónica respaldada por una institución que se encuentra relacionada a los intereses sociopolíticos de ciertos grupos, por lo que el uso del lenguaje es la herramienta de un bloque dominante que es difundido por los hablantes al emitir un discurso. Existe una multiplicidad de ideologías, por ejemplo, las de clase, género, élites, grupos etarios etc. Las ideologías pueden tener grados de conciencia (implícita o explícita) que se manifiestan en discursos y en la práctica lingüística (Kroskity 1998).

Estas ideas presentadas anteriormente introdujeron un campo independiente etiquetado como “ideologías lingüísticas” (Blommart, 2006). Por su parte, reivindicaron la conciencia del hablante en los estudios lingüísticos, y reconocieron el rol activo de los hablantes por su capacidad de racionalizar el lenguaje; esto permitió que otros investigadores se interesaron en las concepciones de los hablantes ligadas a las prácticas lingüísticas.

Así, José del Valle (2007) define las ideologías lingüísticas como:

“Sistemas de ideas que articulan nociones del lenguaje, las lenguas, el habla y/o la comunicación con formaciones culturales, políticas y/o sociales específicas. Aunque pertenecen al ámbito de las ideas y se pueden concebir como marcos cognitivos que ligan coherentemente el lenguaje con un orden extralingüístico, naturalizándolo y normalizándolo, también hay que señalar que se producen y reproducen en el ámbito material de las prácticas lingüísticas y metalingüísticas, de entre las cuales presentan para nosotros interés especial las que exhiben un alto grado de institucionalización (2007,p.20).”

Por su parte, Kroskity (2010), se refiere a las ideologías lingüísticas como: “beliefs, feelings, and conceptions about language structure and use which often index the political economic interest of individual speakers, ethnic and the other interest group, and nation states”. Con respecto a esto,

el concepto se caracteriza por ser acumulativo y tener dimensiones estrechamente relacionadas (Kroskity, 2010, p.195). El lenguaje cuando se impone como norma asegura la existencia de un código comúnmente aceptado y compartido en una comunidad. Estas variaciones del lenguaje obedecen a un orden social en donde la jerarquización de la variedad juega un papel determinante dentro de las ideologías lingüísticas de los usuarios. Por lo tanto, las ideologías lingüísticas se configuran como representaciones que se crean a partir de distintos fenómenos lingüísticos y/o las lenguas en articulación con los ámbitos sociales tales como la economía.

4.2 Valor económico del español

Es entonces desde la perspectiva económica que abordamos al español, lengua romance que desciende del latín vulgar. En su expansión, el español se dividió en dos grandes vertientes que conocemos como: español ibérico y español latinoamericano. En los dos últimos siglos, el español se ha desarrollado en distintos escenarios: económico, social, cultural, político, y especialmente en el campo lingüístico; dando lugar a la integración del español en diferentes áreas que han tenido gran impacto en la sociolingüística como campo de estudio ya mencionado.

En efecto, a pesar de que la lengua en su naturaleza es intangible se podría ver de forma material, y por tanto contable, pues toda colectividad humana tiene ciertas condiciones sociales y relaciones de poder. Estos dos factores sociales hacen parte de lo que se configura como mercado lingüístico, pues la lengua desde su valor económico podría considerarse un bien (o servicio) privado o público. Es así como, la lengua española genera aproximadamente el 16% del PIB y de empleo en España, sin contar las cifras en otros países hispanohablantes. La lengua española es la segunda lengua más hablada del mundo teniendo en cuenta el número de personas que la tienen como lengua materna y además los que la aprenden como segunda lengua.

Para Alonso Rodríguez, García Delgado, & Jiménez (2012), el avance del proceso de globalización económica revaloriza las lenguas de comunicación internacional y nos permite ser parte del proceso de homogeneización cultural que trae consigo. Es desde ese proceso de globalización que el español, una lengua marcada desde su mismo origen por una vocación integradora y de apertura, juega un rol importante dentro del mundo globalizado, no sólo en términos económicos sino también a nivel de

información y educación. La creciente apertura de las economías iberoamericanas y distintos mercados apoyados en la lengua es evidente. Por ejemplo, en los Estados Unidos, el español juega un papel dinamizador dentro de las pautas culturales y económicas de ese país, ya que está brindando hoy en día más accesibilidad al mercado de trabajo y ciertos niveles de integración social.

Así, el español claramente representa un valor económico no sólo para las naciones que la tienen como lengua oficial, sino también para todos aquellos hablantes que hacen de su lengua un producto económico que genera así activos económicos. De esta manera, podemos señalar que el español funciona como mercancía en tanto se puede vender como comprar, y su valor económico es tan fructífero como cualquier otro bien tangible que posee una nación. En este orden de ideas, existen campos en donde el español es un bien económico cuantificable, el campo de la enseñanza de español como lengua extranjera es una de ellas, pues se espera que el español sea la lengua más hablada después del inglés; otro de estos campos son las industrias culturales y turísticas que muestran un gran aporte dentro de la economía del español.

Es por tanto que dentro de este apartado presentamos conceptos importantes dentro de nuestra investigación. Estas nociones están relacionadas con la categoría del valor económico del español que nacen del recorrido que ha tenido la lengua dentro del campo de la economía, la industrialización del idioma y la percepción económica de la lengua española, dando lugar a conceptos que nos brindan una noción amplia del papel que juega la economía dentro del desarrollo de la lengua española en el mundo globalizado.

4.2.1 Mercado lingüístico del español

Así bien, la lengua como bien privado es en ocasiones un objeto de transacción mercantil (como sucede en la industria de la enseñanza de la lengua), o el soporte de comunicación esencial de los bienes y servicios comercializados por sectores económicos diversos (las llamadas de un modo algo más genérico, industrias de la lengua). Es así que podemos considerar que el mercado lingüístico es:

“Un bien público cuyo valor aumenta conforme crece el número de quienes la hablan y de su capacidad para servir de medio de comunicación internacional. Se trata de un activo inmaterial -intangible, por tanto-, dotado de importantes externalidades, incapaz de ser apropiado por los agentes económicos que acceden a su uso, que carece de costes de producción y que no se agota

al ser consumido” (García, 2012, p.25).

En el mercado lingüístico se ejercen unas formas de dominación específicas que dependen de los efectos sociales del discurso, y se basan en las estrategias del habla de los distintos grupos sociales, que son estrategias de dominación, adaptación o resistencia como ya lo habíamos citado.

Es así que la lengua también es una cuestión de prestigio, pues la creciente capacidad de compra, emprendimiento e influencia opera en la industria como un bien intangible que no tendría que tener coste alguno. Sin embargo, parece ser que al pensar en lo económico del lenguaje, su valor intrínseco ha empezado a articular su importancia. El español es un ejemplo de esto, pues a través de diferentes investigaciones se ha podido constatar que en el mundo hay 18 países que lo tienen como idioma oficial, 3 países que lo poseen como idioma cooficial, y aproximadamente 500 millones de personas que lo hablan, dando lugar a un posicionamiento cada vez mayor y llevando al español a ser una de las lenguas más apetecidas dentro del mercado lingüístico.

Ahora bien, si la condición de mercado se da a partir de un concepto de Estado que a su vez está relacionado con el de lengua oficial es necesario que exista una relación de dependencia entre Estado y lengua, ya que de esta manera el uso de la lengua se estandariza y se regula legitimando el capital lingüístico de la comunidad en donde su valor de uso es de gran importancia (Londoño *et al.*, 2012, p. 55). Es por esto que instituciones como la Real Academia de la Lengua Española o el Instituto Cervantes se han encargado de parametrizar la lengua en pro de contribuir al desarrollo de su mercantilización. Pues según Bourdieu (1991), el mercado lingüístico debe ser reconocido como una forma legítima para que se constituya el capital lingüístico, pues el mecanismo que establece una relación de poder y además de prestigio de las lenguas son los intercambios lingüísticos. Lo anterior ocurre ya que el mercado lingüístico determina la estructura social en los discursos e intercambios mercantiles, que no son más que prácticas en las que los sujetos intervienen en un mercado aumentando sus beneficios simbólicos, en pro de un capital lingüístico, social y culturalmente codificado.

4.2.2 Industria del español

El español como industria aparece en un primer momento en España, con más de 167 centros de enseñanza. La Secretaría General de Turismo (SGT) de ese país estima aproximadamente la existencia de

263 centros especializados en el sector privado. La estructura empresarial del ELE en el mundo va desde el ejercicio de docencia, las labores subsidiarias de administrativos, hasta guías turísticos. Esta estructura demanda la ocupación sobre el mercado del trabajo con factores tales como número de demandantes de empleo, tipología de contratos, o rotación laboral, lo que resulta en que este sistema se comporte claramente como una industria que está en articulación con varios sectores.

Cabe resaltar, que el español funciona como industria integradora no sólo porque brinda ciertos servicios educativos, sino porque varias actividades se relacionan entre sí: la edición de materiales de enseñanza, la organización de viajes y estancias para los cursos, o la promoción de actividades turísticas que conforman una relevante industria idiomática. Ahora bien, como afirman Delgado *et al.*, (2010) “el avance del proceso de globalización económica y el incesante despliegue de la sociedad del conocimiento revalorizan en nuestro tiempo las lenguas de comunicación internacional, imponiendo a la vez desafíos a todas ellas en virtud de la homogeneización cultural que corre en paralelo.” (p.8) Entonces, podemos argumentar que, el español es parte indispensable de esta homogeneización cultural por la cual está atravesando el mundo; promover nuestra lengua es importante y pensar en el español como una industria que se debería expandir podría llegar a que el producto que es la lengua, tenga más demanda no solo en el sector educativo sino en otros sectores que hacen parte de la industria del español.

La industrialización del español es sin duda indiscutible y no por nada se posiciona hoy en día en el segundo lugar como lengua extranjera más estudiada en el mundo después del inglés. El despliegue internacional del español ha permitido así que se creen dentro de esta industria distintos sectores que utilizan al español como materia prima; por ejemplo, el sector turístico, científico y sin duda el académico. Ahora bien, en el artículo “el español como recurso económico: anatomía de un nuevo sector”, el autor español Óscar Berdugo (1996) afirma que la idea que subyace en el concepto “español como recurso económico” es la de articular todos estos sectores que industrializan el español para fomentar el sentido empresarial de la industria cultural del español, y de esta manera, “inducir el incremento de la demanda de bienes y servicios ligados genéricamente con la idea de lo español” o en su defecto cualquier país de habla hispana.

4.2.3 El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera

Inicialmente, es importante aclarar que, aunque no existen datos universales, completos y

comparables, se estima que al menos 14 millones de alumnos estudian español como lengua extranjera. Éste es el resultado de sumar el número de estudiantes de español existentes en la actualidad, en 86 países, que lo tienen como lengua oficial. Las cifras se refieren a todos los niveles de enseñanza y se rigen a los datos disponibles en cada uno de los países (Moreno, F., & Otero, 2007). La lengua española tiene un carácter internacional y juega un papel cada vez más importante dentro de la Unión Europea, lo que abre muchas puertas profesionales y culturales. Es importante destacar que en la actualidad existe una demanda de campos especializados en español en el sector de los negocios, la economía y el turismo, esto implica que la lengua española ya no sea exótica y cultural sino un idioma destacable profesional y económicamente.

Un agregado a la economía de la enseñanza del español como lengua extranjera son los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE), títulos oficiales acreditativos al grado de competencia y dominio del idioma español, otorgados por el Instituto Cervantes en nombre del Ministerio de Educación de España. La oferta de los DELE abarca más de cien países, y en el curso 2007/2008 la red de centros de exámenes creció en más de un 15% frente al curso anterior, pasando de 470 centros a 545 centros de enseñanza, el número de aspirantes que obtuvo los Diplomas de Español como Lengua Extranjera. (DELE también experimentó un incremento amplio con 45.095 candidatos inscritos, frente a los 36.907 del curso anterior; es decir, un aumento del 22% en la demanda de candidatos.

Es por lo anterior que la demanda de la enseñanza de español como lengua extranjera día a día sigue aumentando, y esto a su vez genera un importante avance dentro del desarrollo económico de la lengua, ya que permite el proceso internacionalizador del español en donde los docentes de enseñanza de español como lengua extranjera son cada día más solicitados dentro del campo de la enseñanza de lenguas extranjeras. La enseñanza de español como lengua extranjera es un campo que si bien no es reciente ha empezado a ganar prestigio económico no sólo en España sino en todos los países de habla hispana.

4.2.4 Lengua como activo económico

Analizar la lengua con las herramientas analíticas de la economía nos aporta elementos interpretativos de notable interés para entender el valor económico que aparece asociado a la posesión de una lengua internacional, como el español. De esta manera, la lengua dentro de la teoría económica tiene tres funciones claves que son: la lengua como mercado; la lengua como soporte de la comunicación y de

la creación; y la lengua como idioma para el comercio.

En primer lugar, la lengua como mercado tiene que ver con la enseñanza del idioma y las actividades mercantiles asociadas a ella como los servicios lingüísticos, la enseñanza del español para extranjeros, las ediciones para la enseñanza del español y las tecnologías de la lengua. En segundo lugar, la lengua como soporte de la comunicación y de la creación tiene que ver con el sector cultural, que ha adquirido gran importancia en la economía internacional con el crecimiento de las industrias culturales como la literatura, el teatro, el cine, la música, los medios de comunicación, la producción científica e intelectual, la educación, entre otras. Así, por tanto, la lengua como comercio está ligada estrechamente con las inversiones internacionales; pues este factor reduce los costes de transacción (formación, información y negociación) y acorta la distancia psicológica entre los agentes económicos.

Finalmente, la lengua como activo económico, tiene puntos claves que complementan su interacción como una destreza de comunicación social, como elemento identitario de una nación, y como soporte creativo en donde recae su valor como activo económico, debido a que tiene un valor de cambio y además un valor de uso (Jiménez, 2007, p. 22). La lengua no es vista sólo como un bien intangible, en tanto se tienen en cuenta las transacciones y la actividad económica que existen detrás de ella. Este valor económico parece estar asociado directamente con el producto de las industrias, y con aquellas transacciones que surgen y se facilitan por el hecho de que ciertos agentes compartan una misma lengua.

Capítulo 5

Marco Metodológico

5.1 Enfoque de investigación

La presente investigación se realiza en el marco del enfoque cualitativo. Abordamos la definición del enfoque cualitativo desde la perspectiva de Irene Vasilachis (2006) y Sampieri, Collado, & Lucio, (2006) El enfoque cualitativo según Sampieri se guía por áreas o temas significativos de investigación, los estudios cualitativos desarrollan el análisis de los datos, la acción indagatoria se mueve de manera dinámica, entre los hechos y su interpretación, por eso resulta ser circular. Suele servir para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, ajustarlas y responderlas, aunque la secuencia varía dependiendo de cada estudio en particular (Esterberg, 2002).

Para (Creswell, 1998), citado en Vasilachis, (2006), la investigación cualitativa es un proceso interpretativo de indagación que examina un problema humano o social, el investigador construye una imagen detallada de los informantes y conduce el estudio en una situación natural basado en distintas tradiciones metodológicas, estudio de casos, biografía, análisis de palabras, entrevista, textos observacionales, que describen los momentos habituales y problemáticos en la vida de los individuos. En esta perspectiva, la investigación cualitativa se interesa por “interpretar las acciones, los sentidos, las perspectivas subjetivas de manera situada, ubicándolos en el contexto particular en el que tiene lugar” Vasilachis, (2015), que para la presente investigación se relaciona con las ideologías lingüísticas que tienen los docentes en ejercicio de ELE y docentes en formación acerca del valor económico del Español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera en la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana.

El enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los sucesos, reconstruye la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido Corbetta citado en Vasilachis,

(2006). Por tal motivo, nuestra investigación es de carácter cualitativo, lo cual supone de antemano que se llevó a cabo de manera inductiva. Así mismo, las investigaciones cualitativas tienen como característica principal que los objetivos y las preguntas orientadoras se planteen de manera enunciativa, lo cual constituye un punto de partida clave dentro de la investigación. La investigación cualitativa nos permite cuestionarnos acerca de la modificación de los planteamientos en cualquier punto de la investigación, debido a su flexibilidad, tenemos claro que dichos planteamientos podrían modificarse sobre la base de los razonamientos de nosotras como investigadoras, y se adaptarán según los datos e información recolectados durante el proceso en que se lleve a cabo la investigación.

Para llevar a cabo la recolección de datos de nuestra investigación, y teniendo en cuenta la densidad de nuestro marco teórico, sobre todo conceptual en donde el término “*ideologías lingüísticas*” marca un gran parámetro dentro de nuestro análisis, consideramos que se llevará a cabo por medio de encuestas y entrevistas semiestructuradas.

La investigación, de acuerdo con Sabino, (2000), se define como “un esfuerzo que se emprende para resolver un problema, claro está, un problema de conocimiento” (p. 47). Así mismo, existen distintos tipos de investigación, la investigación descriptiva, exploratoria y explicativa. El tipo de investigación con el que inicia nuestra investigación es el exploratorio, debido a que nuestro objetivo es identificar las ideologías lingüísticas de los docentes en ejercicio y docentes en formación sobre el valor económico de la lengua española y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. En nuestro caso particular, hemos indagado esta problemática a la luz de los conceptos teóricos (véase Marco Teórico) y, a través de una exhaustiva revisión bibliográfica, hemos realizado un acercamiento investigativo para captar y conocer las ideologías lingüísticas acerca del valor económico de la lengua española y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera.

Ahora bien, los estudios exploratorios se realizan con el objetivo de analizar un tema o problemática de investigación que no ha sido desarrollada o muy poco estudiada. Según Selltiz, (1980), la investigación de carácter exploratorio puede estar dirigida a la formulación más precisa de un problema de investigación, dado que se carece de información suficiente y de conocimientos previos del objeto de estudio. En este caso la exploración permitirá obtener nuevos datos y elementos que permiten formular con mayor precisión las preguntas de investigación.

Asimismo, el tipo de investigación en el que se sustenta el presente trabajo también es de carácter descriptivo, dado que parte del propósito general es identificar y analizar las ideologías lingüísticas y cómo éstas se manifiestan dentro del contexto específico en el cual desarrollamos nuestra investigación. Además de analizar los resultados obtenidos a partir de la recolección de datos, pretendemos mostrar con precisión las diferentes dimensiones de la situación -ideologías lingüísticas de los docentes en ejercicio y docentes en formación-; con el fin de conocer los elementos significativos de cuáles son las ideologías lingüísticas acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera en el contexto de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana Bogotá.

5.2 Población

La población seleccionada está compuesta por dos grupos: docentes del énfasis de ELE a los cuales se les realizó una entrevista semiestructurada, y docentes en formación a los cuales se les realizó una encuesta, con el fin de recolectar la información necesaria para el análisis de nuestra investigación. En total, veintiséis personas fueron encuestadas y entrevistadas, lo cual representa una muestra significativa para identificar las ideologías lingüísticas acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera en el contexto mencionado.

El primer grupo de la población seleccionada está conformado por seis docentes en ejercicio del área de español lengua extranjera de la Licenciatura en Lenguas Modernas, cinco de ellos de nacionalidad colombiana y uno de nacionalidad española. La totalidad de estos docentes en ejercicio llevan trabajando más de diez años en el área y hoy en día se desempeñan en este campo, aunque su primera opción nunca fue la de ser docentes de español.

El segundo grupo está conformado por docentes en formación, es decir, estudiantes de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana que se están preparando para ser profesores de enseñanza de español como lengua extranjera. En total, se realizaron veinte encuestas semiestructuradas, diez de ellas en el nivel uno del Énfasis, y diez en el nivel dos del Énfasis, tomando en cuenta aspectos como género, semestre, y edad.

La Licenciatura en Lenguas Modernas ofrece a sus estudiantes dos niveles del énfasis; los cuales

están divididos en las siguientes estructuras: el primer nivel del énfasis se centra en aspectos generales de la lengua española, teniendo en cuenta aspectos curriculares, metodológicos, de selección y diseño de material; el docente en formación tiene un primer acercamiento a la enseñanza de ELE en distintos contextos, donde se espera que el estudiante al finalizar el curso, adquiera fundamentos generales en relación con los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación del español como lengua extranjera.

El segundo nivel del énfasis se enfoca en el análisis de los conceptos de corriente, enfoque y método de enseñanza en el campo de las lenguas extranjeras, se centra en la identificación y reflexión de corrientes metodológicas, selección y diseño de material para la enseñanza de ELE. Por último, se pretende que el docente en formación reflexione críticamente acerca de la necesidad de crear sus propios materiales para la enseñanza de ELE tomando en cuenta los conceptos abordados durante los dos énfasis.

5.3 Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos de la presente investigación se emplearon dos instrumentos: la entrevista semiestructurada y las encuestas con el fin de conocer a fondo las ideologías lingüísticas que existen acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. En total, se realizaron veinte encuestas semiestructuradas, diez de ellas en el énfasis uno, y diez en el énfasis dos, tomando en cuenta aspectos como género, semestre, nivel de énfasis, y edad. Estos dos instrumentos nos permitieron en primer lugar recolectar los datos necesarios para el desarrollo de nuestro análisis, así como también identificar las ideologías que existen en la totalidad del universo poblacional de veintiséis docentes en formación y docentes en ejercicio.

5.3.1 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada se basa en preguntas abiertas, las cuales aportan flexibilidad a las respuestas, pues permiten aclarar dudas, y evaluar mejor qué piensa realmente el entrevistado ya que el entrevistador debe ser quien formula y direcciona las preguntas de forma directa y clara, quien escucha más de lo que habla. Es el encargado de guiar los temas a cubrir, los términos a usar y el orden de las preguntas, aunque en muchos casos el orden o la aparición de nuevas preguntas se da en función de lo que dice el entrevistado.

En primer lugar, se planteó una entrevista semiestructurada. Los docentes del área de español lengua extranjera contestaron ocho preguntas abiertas, y se leyeron dos extractos de los cuales debían opinar. Los extractos fueron tomados de dos libros patrocinados por la Fundación Telefónica que tratan la temática del valor económico del español y valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera desde distintas perspectivas. Durante el transcurso de la entrevista se relacionaron preguntas con temas de interés para el estudio, enlazando la conversación de manera natural.

Por su parte, la entrevista se organizó por campos semánticos: Valor económico del español y valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. Cuatro preguntas relacionadas con el campo de la enseñanza de español como lengua extranjera, su motivación por ser docentes de ELE, el significado de ser docentes de ELE, la importancia de enseñar ELE y la proyección de ese campo de enseñanza. Tres de ellas relacionadas con el valor económico del español, su conocimiento del campo, la importancia del valor económico frente al valor intrínseco de la lengua español y la inclusión de la temática en el currículo de las clases de los énfasis de ELE en la Licenciatura de Lenguas Modernas. Finalmente, se elaboró una pregunta sobre qué pensaban del español como recurso económico, y se procedió a leer los dos extractos referenciados anteriormente.

5.3.2 Encuesta

La encuesta es un método descriptivo por medio del cual se pueden detectar ideas, preferencias, hábitos, etc. La encuesta es una observación no directa de los hechos, y permite llevar a cabo la investigación social de los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad. La encuesta debe tener en cuenta tres tipologías de preguntas que son: preguntas de hechos, de aspectos subjetivos, y de conocimientos o recuerdos concretos. La encuesta es una de las técnicas utilizadas para el estudio de actitudes, valores, creencias o representaciones, además es aplicable a todo tipo de población, es una opción eficaz de recolección de datos ya que estandariza de forma adecuada los datos.

Al respecto, Mayntz *et al.* (Citados por Díaz de Rada, 2009), describen la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. Para Gómez (2006) se consideran dos clases de preguntas: abiertas, que no delimitan las posibles respuestas, no permiten precodificar las respuestas (valores numéricos) pues se hace después de

obtener las respuestas; Por su parte, las preguntas cerradas, contienen preguntas de categorías fijas, que permiten previamente facilitar la codificación de las respuestas de los encuestados.

Los docentes en formación contestaron una encuesta de seis preguntas en total. Se plantearon tres preguntas abiertas, divididas en dos campos semánticos: el primero relacionado con la enseñanza de español como lengua extranjera y la motivación que tuvieron para tomar el énfasis; y el segundo está relacionado con su percepción acerca del “valor económico del español”. Adicionalmente, se preguntó si era importante aprender acerca del valor económico del español en las clases de ELE y por qué pensaban que era importante. En la segunda parte de la encuesta, se plantearon dos preguntas de selección múltiple con única respuesta. La primera: si creían que tomar el énfasis les podría brindar mayores oportunidades laborales; y la segunda: su percepción acerca de la enseñanza de español como lengua extranjera.

Capítulo 6

Análisis de encuestas y entrevistas

En el presente apartado analizaremos los datos obtenidos por medio de las encuestas y entrevistas semiestructuradas realizadas a los docentes en formación y en ejercicio del énfasis de ELE, con el fin de conocer las ideologías lingüísticas acerca del valor económico del español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. Desde este contexto analizamos las ideologías lingüísticas desde dos categorías que surgieron a partir del diálogo entre el marco teórico y el corpus recolectado, a saber: *valor económico del español: mercado lingüístico del español*, y una segunda categoría: *valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: prestigio lingüístico* concepto que surge principalmente de los datos recolectados, ya que este último no se había contemplado dentro de los conceptos teóricos.

6.1 Análisis de encuestas de docentes en formación

Dentro de las siguientes categorías analizaremos los datos recolectados teniendo en cuenta las respuestas de los docentes en formación acerca del valor económico del español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. El desarrollo de la recolección de datos se realizó en dos sesiones de clase de una hora de duración cada una, dentro de las asignaturas: Enseñanza de español como lengua extranjera Nivel I y Nivel II. Los datos recolectados se llevaron a cabo en los niveles I y II del Énfasis y se

distribuyeron de la siguiente manera: diez docentes en formación en el énfasis I y diez docentes en formación en el Énfasis II, para un total de veinte docentes en formación.

6.1.1 Primera categoría de análisis: Valor económico del español: mercado lingüístico del español

Al tomar como referencia nuestro marco teórico, el concepto de “*valor económico del español*” es definido, según Delgado *et al.* (2010), como la manera en la que el español funciona como mercancía en tanto se puede vender como comprar. El valor que adquiere la lengua es tan fructífero como cualquier otro bien tangible que posee una nación; en este orden de ideas, existen ámbitos en donde el español es un bien económico cuantificable: el campo de la enseñanza de español como lengua extranjera es uno de ellos; el segundo ámbito, está asociado al amplio conjunto de industrias enmarcadas bajo el rótulo de «culturales y del ocio»; el tercero, por los sectores turísticos y de la edición en español; y el cuarto, asociado a las empresas encuadradas en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones que se despliegan en gran amplitud como principales símbolos de una redoblada comunicación oral y escrita.

Desde este contexto, los datos nos permitieron identificar en el gráfico a continuación (ver figura 1) cuatro ideologías lingüísticas que dan cuenta del valor económico de la lengua española:

- a) El valor económico del español es concebido como un proceso internacionalizador de la lengua española en el mundo globalizado.
- b) El valor económico del español está relacionado con las oportunidades laborales de la enseñanza de español como lengua extranjera.
- c) El valor económico del español tiene un rol en los procesos económicos de la lengua.
- d) El valor económico del español se vincula con el mercado lingüístico de la enseñanza de español como lengua extranjera.



Figura 1. Valor económico del español. Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de los niveles I y II del Énfasis de Enseñanza de ELE

Los datos arrojados a partir de la formulación de la pregunta mencionada en la figura 1, presentan la primera ideología lingüística que encontramos dentro de la encuesta realizada, seis docentes en formación, que equivale al 33%, conciben el valor económico del español como un proceso internacionalizador de la lengua española en el mundo globalizado.

Algunos de los comentarios fueron:

Informante 3: “el valor económico del español se refiere al rol de la lengua dentro de un mundo globalizado”.

Informante 4: “lo entiendo como el posicionamiento del español en el mundo”.

Informante 9: “tiene que ver con lo que significa aprender o conocer una lengua en un entorno globalizado”.

Informante 6: “tiene que ver con la importancia del español en el contexto de la globalización.”

De esta manera, podemos decir que la globalización es un proceso que le permite a la lengua española ser vista desde el panorama internacional y además adquirir importancia dentro de la geopolítica

de las lenguas. Según Delgado *et al.* (2010), el español juega un papel importante dentro del mundo globalizado, cabe señalar que la creciente apertura de las economías iberoamericanas y distintos mercados apoyados en la lengua permiten vislumbrar el papel dinamizador del español dentro de las pautas culturales y económicas de los países de habla hispana. Si bien es cierto que el proceso internacionalizador del español hace parte de la economía, no solo este componente es el que define el concepto.

No obstante, la ideología lingüística que surge en relación con el rol internacionalizador del español no es la única que encontramos en esta figura, ya que cinco estudiantes, que equivalen al 28% del total del universo poblacional, relacionaron el concepto de lo económico de la lengua española con las oportunidades laborales del sector de ELE, argumentando que:

Informante 13: “las posibilidades que da el español, saber español abre muchas puertas y oportunidades laborales actualmente”

Informante 14: “el interés de estudiar una lengua de acuerdo a las oportunidades laborales que ofrece”

Informante 1: “cada día más personas buscan aprender español”.

Las anteriores afirmaciones son evidenciadas cuando al tener en cuenta el reporte del Instituto Cervantes “Español Lengua Viva” año 2014 se argumenta que el número de matrículas de español de los centros del Instituto Cervantes de todo el mundo se multiplicó por catorce entre 1993 y 2013. Si bien la tendencia general de la demanda sigue apuntando al crecimiento del número de matrículas en el sector de la enseñanza de español, también la demanda de los agentes encargados de la enseñanza de la lengua aumenta generando más oportunidades laborales. Lo que implica que esta ideología lingüística acerca del valor económico del español está relacionada con las oportunidades laborales de la enseñanza de español como lengua extranjera y no se aleja de la realidad en la medida en que los datos así lo demuestran.

Ahora bien, cinco docentes en formación, que equivale al 28% del universo poblacional relacionaron el concepto del “*valor económico del español*” con el rol que tiene la lengua en los procesos económicos, con procesos nos referimos a la demanda de bienes y servicios ligados al español. Según afirma Óscar Berdugo, Director de la Asociación para el Progreso del Español como Recurso Económico, los docentes en formación relacionan dicho concepto con:

Informante 4: “el dinero que se puede adquirir a través del uso de la lengua”

Informante 12: “el papel de la lengua en la economía”

Informante 3: “capacidad monetaria del español”

Informante 11: “la realización del español con la economía creciente del mundo”

Informante 17: “el valor económico que el español me podría añadir”

Informante 1: “los ingresos del español para la economía de un país”

Informante 20: “el uso del español para fines financieros y económicos”

Informante 16: “lengua como medio de producción económica”

Informante 14: “las ganancias que genera el español”.

De los anteriores datos, podemos inferir que los docentes en formación consideran que el concepto de valor económico no es inherente a su valor intrínseco, tal como lo cita Delgado *et al.* (2010) La creciente capacidad de compra, emprendimiento e influencia opera en la industria como un bien intangible que no tendría que tener coste alguno; sin embargo, para los docentes en formación pensar en lo económico del lenguaje los lleva a un solo ámbito que no abarca la amplitud del concepto, teniendo en cuenta que el concepto valor económico del español está relacionado con campos que van más allá de solo lo que concierne a lo económico.

Igualmente, dos de los docentes en formación, que equivale al 11% del universo poblacional, relaciona el concepto de “*valor económico del español*” con el mercado lingüístico de la lengua española, nos referimos al mercado lingüístico del español con la capacidad que tiene la lengua para estimular la creciente capacidad de compra, emprendimiento y actividades concretas que emplean la lengua como materia prima fundamental (M. E. Bombarelli & Gómez Asencio, 2010). Teniendo en cuenta lo anterior, los docentes en formación manifestaron afirmaciones como:

Informante 11: “cuando hablamos del valor económico del español se habla de su importancia en el mercado, qué tan fructífero es”

Informante 19: “el peso económico del mercado de la lengua”

Informante 8: “la lengua vista desde las editoriales, turismo idiomático etc. Mercado en donde la lengua genera ingresos para el país”

Tal y como afirma O. Berdugo, (2000), lo que podemos evidenciar es que la idea fundamental que trasciende el valor económico del español es la de instalar la noción, en la sociedad y en la administración, de que el sector de la enseñanza de español como lengua extranjera es un área estratégica

y que debe ser considerada en la misma forma que otros sectores tradicionales de la economía española.

Teniendo en cuenta que el mercado lingüístico determina la estructura social de los discursos e intercambios lingüísticos que no son más que prácticas en las que los informantes intervienen en un mercado aumentando sus beneficios simbólicos a favor de un capital lingüístico, social y culturalmente codificado, los docentes en formación manifestaron que aprender acerca del valor económico del español es necesario debido a que:

Informante 8: “puede llegar a mostrarnos la importancia de enseñar una lengua objeto de transacción mercantil como sucede en la industria de la enseñanza de la lengua como lo debido a su demanda en el mercado lingüístico.”

Identificamos entonces que la noción que se despliega del concepto de valor económico del español genera en los docentes en formación la siguiente ideología lingüística: el valor económico del español se vincula con el mercado lingüístico de la enseñanza de español como lengua extranjera, lo cual implica que los docentes en formación reconocen que dentro del concepto valor económico del español está ligado el mercado lingüístico del español estrictamente relacionado con la enseñanza de español como lengua extranjera.

En este orden de ideas, preguntamos a los estudiantes si consideraban importante aprender en las clases de ELE acerca del concepto valor económico del español. Así, en el gráfico a continuación (ver figura 2), se da cuenta de las ideologías lingüísticas que surgen en los docentes en formación con respecto al “*valor económico del español*”:

e) La temática del valor económico del español debería ser considerado en las clases de ELE.



Figura 2. Importancia de conocer acerca del valor económico del español en los cursos de ELE. Fuente: Elaboración propia.

Al tener en cuenta la figura 2, dieciséis estudiantes, que equivalen al 80% de la población, contestaron que sí. Encontramos que seis de estos docentes en formación manifestaron que esta temática sería interesante debido a que los haría más conscientes respecto a la lengua y sus distintos enfoques y perspectivas económicas. Los docentes en formación argumentan que:

Informante 8: “es importante ya que puede llegar a mostrarnos la importancia del español dentro del mercado lingüístico”

Informante 7: “es importante para nosotros conocer los beneficios económicos de la enseñanza de español como lengua extranjera”

Informante 17: “definitivamente considero que es importante, escogí éste énfasis precisamente porque me gustaría considerar las oportunidades laborales en este sector; sin embargo, no conozco mucho del tema”.

Los anteriores datos nos llevan a identificar que el valor económico del español debería ser considerado en las clases de ELE.

Al tener en cuenta los aportes señalados anteriormente, dado al desconocimiento acerca del tema que se presenta por parte de los docentes en formación, es importante señalar que, como lo afirma Núñez (2000), el lenguaje económico en la enseñanza de español es un campo con mucho futuro. Es bueno y necesario ahondar en una pedagogía que nos ayude en esta materia concreta, que nos ayude a escoger desde el currículo hasta el material ideal para el desarrollo de este tipo de clases. La economía es una temática poco trabajada dentro de los cursos de enseñanza de español; sin embargo, implementarla no es tarea fácil y se debe empezar a pensar desde el currículo hasta los programas, el vocabulario, ejercicios y demás elementos presentes dentro de un proceso de enseñanza y aprendizaje de una segunda lengua.

Lo anterior nos lleva a concluir que los docentes en formación deben estar en contacto dentro de los cursos de ELE con la temática del valor económico del español; sin embargo, como lo cita el autor, esto implica que tanto los docentes en ejercicio como los docentes en formación sean preparados para la enseñanza del tema, ya que como se constató, los docentes en formación están interesados en conocer acerca de la temática del valor económico del español, lo que sugiere además, que sería interesante incluirlo dentro del énfasis de enseñanza de español como lengua extranjera.

No obstante, tres estudiantes, que representa el 15% del universo poblacional, argumentan que sería bueno incluir la temática del valor económico del español para incentivar a los docentes en formación. Sin embargo, el tema del valor económico del español no es un tema significativo para un docente de ELE ya que, Informante 3 “estas cosas no son relevantes en el aprendizaje como lo son los métodos de enseñanza de español”. Asimismo, consideran que existen dimensiones que son vitales de aprender como la pedagogía, la metodología, la investigación y/o el diseño de material. También, parece no ser relevante la inclusión de esta temática dentro de los cursos de ELE, como lo señala un docente en formación al decir que “el valor económico del español es algo que viene por añadidura, no es algo importante” (informante 14). Lo anterior nos revela que aunque es mayor el porcentaje de docentes en formación que considera la inclusión de esta temática en los cursos, existe una minoría que supone que las lenguas como el español son sistemas aislados que operan al vacío y no se articulan con el ámbito de la economía.

A manera de conclusión, en esta primera categoría podemos constatar que los docentes en formación relacionan el concepto de valor económico del español: mercado lingüístico del español como un proceso internacionalizador de la lengua española en el mundo globalizado ya que la demanda del

español ha incrementado en los últimos años. Tal y como lo afirma el Instituto Cervantes, el valor económico del español está relacionado con las oportunidades laborales de la enseñanza de español como lengua extranjera debido a la demanda laboral en el sector de ELE. Asimismo, el valor económico del español tiene un rol en los procesos económicos de la lengua y también se vincula con el mercado lingüístico de la enseñanza de español como lengua extranjera, lo que supone que lo intrínseco de la lengua y lo económico y mercantil son dos entes aislados desconociendo que el concepto valor económico del español recoge estos dos valores en una unidad. En definitiva, todo lo anterior revela la última ideología que encontramos respecto al valor económico del español, que supone que los docentes en formación están interesados en conocer acerca del tema por lo que debería ser considerado en las clases de ELE de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana.

6.1.2. Segunda categoría: El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: prestigio lingüístico

Al tomar como referencia nuestro marco teórico, es primordial considerar que como afirman F. Moreno y J. Otero (2007), el número de estudiantes de español existentes en la actualidad en 86 países que tienen el español como lengua oficial ha alcanzado una alta demanda en la enseñanza de español como lengua extranjera. Esto, a su vez, genera un importante avance dentro del desarrollo económico de la lengua, ya que produce un potencial consumo y demanda en el extranjero. Por ende, el prestigio lingüístico que ha adquirido el español ha colaborado para que muchos estudiantes sean impulsados a estudiarlo por motivos económicos, como se evidenció en los datos recolectados en la primera categoría. A diferencia del análisis de la categoría anterior, las ideologías lingüísticas acerca del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera se amparan en el prestigio lingüístico.

En efecto, de las veinte encuestas realizadas a los docentes en formación, en las figuras 3, 4 y 5, encontramos las siguientes ideologías lingüísticas que prevalecen en relación con el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera:

- f) La lengua española y su enseñanza han adquirido en los últimos años prestigio lingüístico y esto genera más demanda en el sector.
- g) La enseñanza de español como lengua extranjera brinda oportunidades laborales que son bien remuneradas

- h) Los docentes en formación no consideran valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera como un motivo determinante para tomar el énfasis.
- i) Tomar el énfasis de enseñanza de español como lengua extranjera brinda oportunidades laborales en el extranjero debido a que es bien remunerado.

Inicialmente, en la figura 3 se da cuenta de las ideologías lingüísticas que surgen en los docentes en formación con respecto al “valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera” teniendo en cuenta las motivaciones de los docentes en formación para tomar el énfasis de ELE.

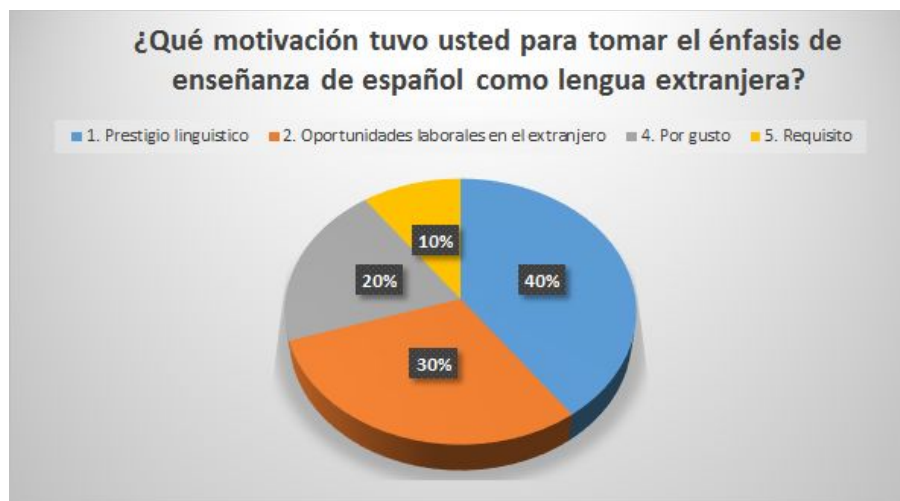


Figura 3. Motivación para tomar el énfasis de ELE. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la figura 3 sobre el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera, podemos dar cuenta que la lengua española y su enseñanza han adquirido *prestigio lingüístico* en los últimos años, como lo señala (Hernández Campoy, 2004), el prestigio lingüístico es un comportamiento lingüístico motivado por las actitudes sociales adoptadas ante determinadas formas lingüísticas que se refieren a la estima que adquieren algunas variedades dialectales, incluso rasgos lingüísticos determinados, como consecuencia de una reputación adquirida o atribuida, que es totalmente subjetiva (p. 41). Es así que podemos inferir que la lengua española ha sido parte de esta valoración a la cual se refiere el autor. Cabe señalar que el prestigio lingüístico se refiere a los juicios de valor acerca de fenómenos lingüísticos, o las lenguas, que se desatan sin duda en ámbitos sociales y por fenómenos sociales tales como la economía, los cuales valorizan o desvalorizan las lenguas. Esta valoración por la cual

ha atravesado la lengua española a su vez ha generado más demanda en el énfasis de ELE.

Tal es el caso que ocho docentes en formación (40%) del universo poblacional, manifestaron lo siguiente:

Informante 11: “el español está adquiriendo un estatus muy alto constantemente en ascenso entre los extranjeros y el mundo”

Informante 5: “el hecho que cada vez se ven más extranjeros en Colombia con el objetivo de aprender español”.

Así, con las anteriores afirmaciones podemos evidenciar que los docentes en formación tomaron el énfasis de enseñanza de español como lengua extranjera dado a ese prestigio que ha adquirido la lengua. Sin embargo, a pesar de que se asocia el prestigio lingüístico con el estatus internacional de la lengua, existe un trasfondo asociado al valor económico. Esto lo evidenciamos cuando los docentes en formación afirmaron lo siguiente: “mi motivo para tomar el énfasis de ELE fue reconocer que el español como lengua internacional está teniendo mayor valor económico, pues actualmente más extranjeros están interesados en la lengua” (informante 5).

Lo anterior implica, sin duda alguna, que el trasfondo económico de la enseñanza de español como lengua extranjera tome mayor importancia dado que la demanda en el sector nos exige que exista más personal capacitado en el área. El desarrollo económico del español ha permitido que su enseñanza también adquiriera un valor económico; por lo tanto, invertir en este sector es determinante para que no sólo la lengua sino también la enseñanza de la lengua y a su lado los docentes tengan una formación integral en el área. De esta manera, encontramos que en los docentes en formación existe la ideología lingüística que señala que la lengua española y su enseñanza han adquirido en los últimos años prestigio lingüístico, lo que genera más demanda en el sector y por ende su valor económico acrece.

Asimismo, como argumenta Labov (1972), el prestigio está asociado con el poder, el dinero y el estatus social, pues cada comunidad es la encargada de atribuir el prestigio y las posiciones a las lenguas, lo que quiere decir que la misma sociedad es la que decide cómo clasificarlas. Al tener en cuenta que el prestigio de las lenguas, varía de acuerdo al contexto en el cual el hablante use la lengua y dependiendo de la comunidad, es importante reconocer que dentro de la comunidad de docentes en formación el prestigio del español fue motivo determinante para elegir el énfasis de ELE.

Los datos presentados en la figura 3, nos muestran que la demanda del español está ligada al prestigio lingüístico que ha adquirido la lengua, pero de igual manera, seis docentes en formación (30%) manifestaron que las oportunidades laborales que les puede brindar enseñar español son un motivo determinante para tomar el énfasis:

Informante 3: “siento que puedo desempeñarme como maestro de ELE en cualquier parte del mundo debido a la importancia que tiene esta lengua en el mercado.”

Informante 4: “me gustaría enseñar el español si vivo o si estoy en el extranjero.”

Informante 10: “quisiera ser profesor de español en el extranjero,”

Informante 1: “mi principal motivación es la oportunidad de poder enseñar y trabajar enseñándolo mientras hago mi maestría en el exterior”.

De acuerdo con lo señalado por los docentes en formación, se evidencia que su motivación por tomar los énfasis de ELE obedece en gran medida a las expectativas de empleo en el sector, a la salida de titulaciones en el campo, e inclusive a que la filología hispánica, como señalamos en el marco teórico de la investigación, ha ganado mayor demanda, pues muchas de las contrataciones que se efectúan de licenciados en filología inglesa en academias se esperaba que enseñaran fundamentalmente inglés, pero, por el contrario, se busca que enseñen español.

Según Molina (2007), el motivo que lleva a tantos estudiantes a estudiar español es su valor instrumental, ya que ocupa un importante lugar como lengua de comunicación internacional, pues los estudiantes ven el español como una lengua con carácter internacional y con un papel cada vez más importante no solo en la Unión Europea sino en el mundo. Esto nos remite a identificar la siguiente ideología lingüística acerca del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: La enseñanza de español como lengua extranjera brinda oportunidades laborales que son bien remuneradas. Es importante destacar que es por este motivo que los docentes en formación ven la enseñanza de español como lengua extranjera como un instrumento lingüístico del cual pueden sacar provecho económico.

Adicionalmente, cuatro docentes en formación, que equivalen al 20%, manifestaron lo siguiente:

Informante 10: “considero que la mejor manera de interactuar con los extranjeros es por medio de la lengua.”

Informante 11: “mi motivación por estudiar ELE fue el gusto que tengo por el español.”

Informante 13: “Me gustó la intervención que hice cuando compartí con chicos extranjeros una clase de español y decidí aventurarme en el Énfasis”

Por su parte, 2 docentes en formación manifestaron tomar el Énfasis sólo por requisito, lo que implica reflexionar que no todos los docentes en formación deciden tomar el énfasis por proyecciones profesionales económicas, sino por el contrario, seis docentes en formación, el 30% de la población, decidieron tomar el énfasis por motivos académicos o vocación.

Si bien la figura 3 nos permite evidenciar los motivos por los cuales los docentes en formación decidieron tomar el énfasis de ELE, en la figura 4 que se presenta a continuación se evidencia la ideología lingüística que surge en los docentes en formación con respecto a las oportunidades laborales que podría brindar el hecho de elegir tomar el Énfasis.

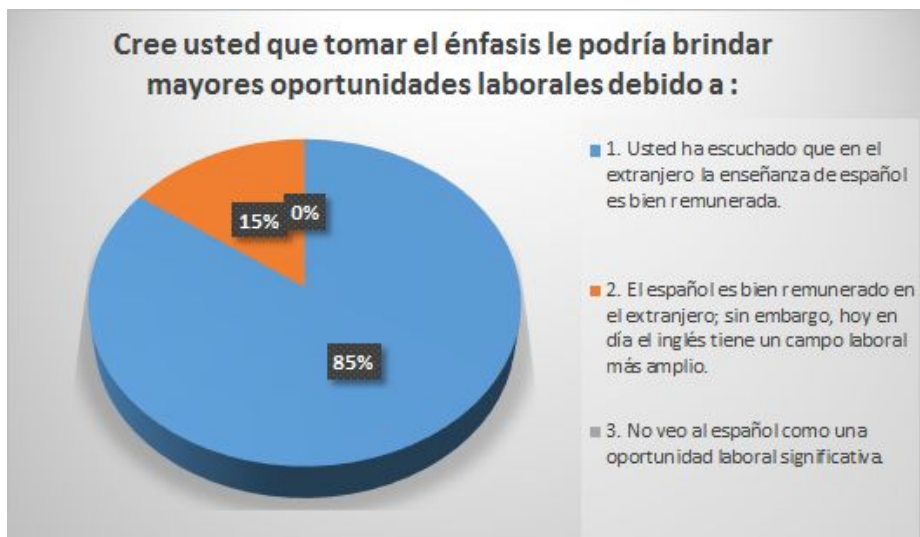


Figura 4. Oportunidades que le podría brindar el Énfasis. Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, se les preguntó a los docentes en formación si pensaban que tomar el énfasis de español lengua extranjera les brindaría mayores oportunidades laborales. Al respecto, 17 docentes en formación, que representa el 85% del total de la población, contestaron: “ha escuchado que en el extranjero la enseñanza de español es bien remunerada”.

Así como lo cita Bombarelli *et al.* (2010), es recomendable prestar atención al análisis de las condiciones profesionales de los profesores de ELE para saber si esta actividad está generando puestos de trabajo de alto valor añadido, ya que en la actualidad existe una demanda de campos especializados en español en el sector de los negocios, la economía y el turismo. Lo anterior implica que la enseñanza de la lengua española ya no sea exótica y cultural sino un idioma destacable profesional y económicamente y es por este motivo que los docentes en formación perciben el sector de ELE como un campo significativo dentro del ámbito laboral, que además es bien remunerado. Sin embargo, tal y como afirma el autor citado anteriormente, es importante analizar las condiciones reales que ofrece el sector de ELE.

Al mismo tiempo, tres docentes en formación, que equivalen al 15% de la población total, eligieron la opción: “el español es bien remunerado en el extranjero; sin embargo, hoy en día el inglés tiene un campo laboral con más oportunidades”. Tal y como afirma Bombarelli *et al.* (2010), el campo que se ocupa de la enseñanza del español como lengua extranjera es un sector que no deja de crecer y con muy halagüeñas expectativas a la luz de la progresiva implantación del español como segunda lengua, tras el inglés, en los sistemas educativos no anglosajones. La capacidad del sector para generar empleo y, en definitiva, bienestar, va a depender de manera crucial de su capacidad para crear puestos de trabajo adecuadamente remunerados para los profesionales formados específicamente en ELE, ya que existe un amplio campo para el desarrollo de políticas públicas dirigidas al empleo de profesores de ELE. Lo anterior nos permite vislumbrar que si bien el inglés es aún un campo laboral con condiciones favorables, también el enseñar ELE trae beneficios laborales significativos debido al posicionamiento que ha adquirido como lengua extranjera en países que no la tienen como lengua oficial.

Por el contrario, ningún docente en formación seleccionó la tercera opción: “no veo al español como una oportunidad laboral significativa”. Esto nos permite inferir que los docentes en formación tienen la ideología lingüística que la enseñanza de español como lengua extranjera les brinda oportunidades laborales sobre todo en el extranjero debido a que es bien remunerado. Teniendo en cuenta las consideraciones de los docentes en formación, podemos argumentar que si bien es cierto que la demanda de docentes en el sector de ELE es representativa, las condiciones laborales en el sector aún son tema de análisis.

Así bien, la figura 5 que se presenta a continuación da cuenta de la ideología lingüística que surge en los docentes en formación acerca de sus consideraciones frente a lo que significa para ellos la

enseñanza de español como lengua extranjera: La enseñanza de español como lengua extranjera representa un valor económico significativo para los docentes en formación.

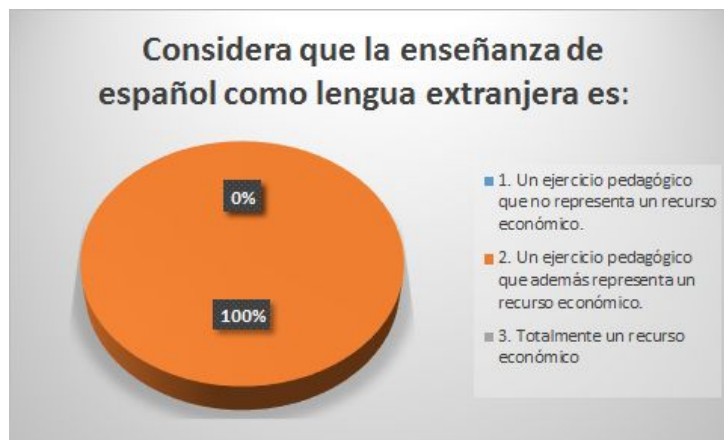


Figura 5. Consideraciones acerca de la enseñanza de español como lengua extranjera. Fuente: Elaboración propia.

Para el análisis de este apartado, se preguntó a los veinte docentes en formación cómo consideraban la enseñanza de español como lengua extranjera, a lo cual el 100% de la población contestó que considera la enseñanza de español como lengua extranjera como un ejercicio pedagógico que además representa un recurso económico para ellos. Ninguno de los encuestados tuvo en cuenta las otras dos opciones de la pregunta: “un ejercicio pedagógico que no representa un recurso económico” ni “totalmente un recurso económico”.

Es evidente cómo a pesar de que aún existe un interés en términos pedagógicos y académicos acerca de la enseñanza de español como lengua extranjera, también se considera que la enseñanza de español representa un recurso económico. Lo anterior claramente implica que el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera es importante para que los docentes en formación elijan este Énfasis y aún más para que decidan trabajar en este sector.

La importancia de reconocer el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera dentro de los cursos de ELE nos permite reflexionar acerca del quehacer pedagógico de los docentes de ELE, pero sobre todo acerca de las temáticas de los cursos. Tal y como argumenta Bombarelli

et al. (2010): “hablar del valor económico en el mundo de las letras genera siempre incomodidad porque las lenguas y la posibilidad de comunicación que nos otorgan tienen algo de mágico, de bien «sagrado» y donde los dioses, cuya mercantilización no está exenta para muchos de un aura de pecado e incluso de sacrilegio...”

Lo anterior es posible constatarlo ya que los resultados demuestran que los docentes en formación perciben la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE) y el valor económico del español no sólo como ejercicios pedagógicos aislados del sector económico, sino como industrias generadoras de empleo y de valor añadido que contribuyen al desarrollo de la economía y al bienestar de los países hispanohablantes.

6.2 Análisis de entrevistas de docentes en ejercicio

En las siguientes categorías analizaremos los datos recolectados teniendo en cuenta las consideraciones de los docentes en ejercicio acerca del valor económico del español y del valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera. El desarrollo de la recolección de datos se realizó por medio de entrevistas semiestructuradas a profundidad. Las entrevistas se distribuyeron de la siguiente manera: se les hicieron cuatro preguntas relacionadas con la enseñanza de español como lengua extranjera y su relación con lo económico, y se presentaron dos fragmentos de dos libros acerca del valor económico del español y el valor económico de ELE de la fundación Telefónica. (Ver anexos).

6.2.1 Primera categoría: Valor económico del español: mercado lingüístico del español

Tal y como se presentó en la primera parte del análisis de docentes en formación, se tendrán en cuenta los mismos criterios de desarrollo para el análisis de las entrevistas. Desde este contexto, analizamos las ideologías lingüísticas desde dos categorías que surgieron a partir del diálogo entre el marco teórico y el corpus recolectado, a saber: *valor económico del español: mercado lingüístico del español*, y una segunda categoría: *valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera: prestigio lingüístico*, concepto que surge principalmente de los datos recolectados, ya que este último no se había contemplado dentro de los conceptos teóricos.

En efecto, de las seis entrevistas realizadas a los docentes en ejercicio, encontramos que las ideologías lingüísticas que prevalecen en relación con el valor económico del español son:

1. Los docentes en ejercicio ubican el valor económico del español dentro de la industria cultural encargada de los materiales y pruebas internacionales.
2. El valor económico del español nos permite entender que las lenguas, más que sistemas gramaticales, son elementos que nos permiten expresiones del lenguaje, la comunicación, la interacción y la negociación.
3. El valor intrínseco de la lengua española no es un factor que determine su valor económico.
4. El valor económico del español está directamente relacionado con el mercado lingüístico.
5. El turismo es una pauta fundamental dentro de lo que se entiende como valor económico del español.
6. La lengua española debería percibirse más allá de lo económico.

Inicialmente, el valor económico del español, como lo señala el informante 5, “es la manera como a través de la lengua se participa en los múltiples espacios de la vida de una sociedad generando valor económico. En España han sabido canalizar el valor económico del español y no sé ahora, pero hasta el año 2007, era el segundo reglón de su economía”. Así, la lengua española es un bien que incrementa su valor dependiendo de su nivel de consumo, pues en gran medida del intercambio comunicativo depende su valor económico. Al tener en cuenta el avance del proceso de globalización económica, el español juega un papel dinamizador dentro de las pautas económicas de los países de habla hispana sobre todo en España, tal y como lo cita el informante 2:

“Yo he trabajado en el Instituto Cervantes, desde el gobierno español se trabaja mucho la marca española, se ha copiado el patrón que tenía Inglaterra porque en Inglaterra sobre todo es algo palpable el valor económico de su lengua, no sé en términos numéricos lo que aporta a su economía pero es bastante... En España se potencia la marca del país y por ende el idioma, en los últimos años sobre todo desde los 90 cuando se creó el Instituto Cervantes, es algo que yo he oído, he vivido también y además lo he visto mucho en los cambios de materiales, en las pruebas, tanto de DELE, como de CELU”.

Como bien lo cita el informante 2, la oferta de los exámenes DELE abarca más de cien

países y en el curso 2007/2008 la red de centros de exámenes creció en más de un 15% frente al curso anterior, pasando de 470 centros a 545 centros de enseñanza. Podemos de esta manera afirmar que la lengua es un bien intangible que poseen los hablantes; sin embargo, también tiene un valor en términos económicos y esto es visible cuando se muestra la ideología lingüística en la que los docentes en ejercicio ubican el valor económico del español dentro de la industria cultural encargada de los materiales y pruebas internacionales.

No obstante, el español genera más accesibilidad al mercado de trabajo y a ciertos niveles de integración social y cultural, tal y como argumentó el informante 6:

“Sin duda la lengua, es el sistema de signos más poderoso, y es un instrumento de dominación de discriminación, de lo que tú quieras, nosotros como hablantes de español sabemos que nuestra lengua ha tenido vocación imperialista, y estamos beneficiándonos de esto”.

Al considerar la anterior afirmación podemos analizar que surge una ideología en lo que respecta al valor económico del español: el valor económico del español nos permite entender que las lenguas más que sistemas gramaticales son elementos que nos brindan expresiones del lenguaje, la comunicación, la interacción y sin duda la negociación.

Tal y como lo afirma el informante 6 es importante considerar que el español ha tomado ventaja de su posicionamiento dentro del proceso de globalización, y es hoy por hoy, un instrumento que nos posibilita entrar y tomar ventaja en sectores como el económico y académico, y beneficiarnos de las posibilidades económicas que nos brinda la lengua en distintos aspectos de la cotidianidad.

Ahora, tal y como señala el informante 1:

“... yo creo que tal vez lo que nosotros muchas veces miramos desde la academia ingenuamente pues el problema es que la lengua y la cultura no operan en el vacío, nosotros tenemos que ser conscientes de cómo esa lengua y esa cultura tienen un valor distinto en términos de la geopolítica no por la lengua perse. No es la lengua perse la que hace, es decir, no hay nada en el inglés ni es su estructura fonético, fonológica, psico sintáctica o semántica que hagan que el inglés esté en el lugar en el que está, no hay nada en su condición intrínseca que lo haga tener la posición que tiene, creo que hay que obligarse un

poquito en el buen sentido a salir de ese lugar desde donde se mira el español, como si las cosas funcionarían separadamente”.

En relación con el fragmento anterior, podemos señalar que, teniendo en cuentas las consideraciones de Delgado *et al.* (2010), el avance del proceso de globalización económica y el incesante despliegue de la sociedad del conocimiento revalorizan en nuestro tiempo las lenguas de comunicación internacional, imponiendo a la vez desafíos a todas ellas en virtud de la homogeneización cultural que corre en paralelo. No podemos ver al español desde de su valor intrínseco y asumir que es por esto que su valor ha incrementado; es importante tener en cuenta que, en los dos últimos siglos, el español se ha desarrollado en distintos escenarios: lingüístico, social, cultural, político, y especialmente en el campo económico, dando lugar a la integración del español en diferentes ámbitos (p.11). En ese sentido, la ideología que surge a partir de esta afirmación es: el valor intrínseco de la lengua española no es un factor que determine su valor económico, pues la globalización ha hecho que cada día más personas quieran aprender español no solamente por motivos puramente de interés o motivación, sino por motivos económicos.

En efecto, la lengua en su naturaleza es intangible, pero se podría ver de forma material, como ya lo citan los informantes; por tanto es contable, cuantificable, pues toda colectividad humana tiene ciertas condiciones sociales y relaciones de poder que la posicionan. Así, ver la lengua separada de los fenómenos sociales e históricos que la permean es un error que nos descontextualiza del carácter histórico que poseen todas las lenguas.

Por su parte, ver la lengua como un mercado lingüístico es un proceso que está directamente relacionado con su capacidad de compra y venta en un mundo capitalista y globalizado. Como señala el informante 1:

“Cuando hablamos de mercado lingüístico del español en el caso precisamente de España, digo que ellos son los que más han reflexionado en últimas, porque son los que más han entendido que el problema de la enseñanza del español no es solamente un problema pedagógico, didáctico, sino que también es un problema cultural económico e industrial, creo que nosotros estamos todavía un poco incipientes en el grado de inversión que hacemos para poder recoger esos frutos económicos que de alguna manera están ahí. Entonces, yo creo que el problema del valor económico de las lenguas pues está asociado

fundamentalmente a esa industria cultural, que es la enseñanza, los materiales, los diccionarios, los exámenes... tener estudiantes y tener maestros preparados y formados para hacer esto, es parte de esa lógica”.

Cabe resaltar, por tanto, que el español funciona como industria que se integra, no sólo en sí misma porque brinda ciertos servicios educativos, sino además porque posee varias actividades relacionadas entre sí como la edición de materiales de enseñanza, los cursos o la promoción de actividades turísticas, aspectos que conforman una relevante industria idiomática. Podemos identificar de esta manera que los docentes en ejercicio tienen la ideología lingüística de que el valor económico del español está directamente relacionado con el mercado lingüístico. Como lo afirma O. Berdugo, (2000) la idea que subyace en el concepto “*español como recurso económico*” es la de articular todos los sectores que industrializan el español para fomentar el sentido empresarial de la industria cultural del español; y de esta manera, inducir el incremento de la demanda de bienes y servicios ligados a la lengua española.

Al tener en cuenta lo anterior es relevante analizar desde una perspectiva local que en Colombia aún el mercado lingüístico de la lengua es un campo que no se ha explorado a profundidad; sin embargo, es un tema que tiene mucha importancia sobre todo en la formación de docentes en ELE, como cita el informante 6:

“Si nosotros logramos desarrollar el turismo por ejemplo y competir con países que son turísticamente más fuertes como Argentina, tendríamos que trabajar en una cantidad de frentes y mejorar muchas cosas que por ahora no hemos mejorado lo suficiente para que seamos competitivos con respecto a otros países, es decir, cualquier otra ciudad de América Latina es mucho más vivible que Bogotá. Tenemos que explotar nuestras montañas, y realmente es hacer que ese imaginario que tenemos sea verdad y que eso se convierta en un ideal, que desarrollemos más literatura, que usemos más vocabulario, no sé, pero todavía no veo que seamos lo suficientemente competitivos cuando nos comparamos con otros países de América Latina”. Podemos argumentar que de todo lo anterior surge la siguiente ideología lingüística: el turismo es una pauta fundamental dentro de lo que se entiende como valor económico del español.

5.2.2. Segunda categoría: El valor económico de la enseñanza de español como

lengua extranjera: prestigio lingüístico.

Inicialmente, en las últimas décadas, desde la Real Academia de la Lengua Española y el Instituto Cervantes se ha potenciado la colaboración de lo que conocemos hoy como el despliegue del español, una de las lenguas más vivas en el mundo. Como ya hemos señalado en el marco teórico de la presente investigación, la demanda de la enseñanza de español como lengua extranjera día a día sigue creciendo, y esto genera a su vez un importante avance dentro del desarrollo económico de la lengua ya que permite que los docentes de enseñanza de español como lengua extranjera sean cada día más solicitados dentro del campo de la enseñanza de lenguas extranjeras.

Es importante reconocer en esta categoría que, cuando preguntamos acerca de las motivaciones académicas por ser docentes de ELE, se evidenció que los seis docentes en ejercicio iniciaron en el campo de la enseñanza de ELE por las circunstancias en el desarrollo de sus carreras, a pesar de eso, los docentes en ejercicio ya llevan trabajado durante varios años en esta área.

En esta segunda categoría teórica encontramos datos relacionados con un concepto fundamental que se retoma en el marco teórico *“El valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera”*. En efecto, los datos arrojados en esta segunda categoría, de seis entrevistas a los docentes en ejercicio, encontramos que las ideologías lingüísticas que prevalecen en relación con el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera son:

7. La potencia económica del español depende en gran medida de las pruebas internacionales.
8. El valor económico de la enseñanza de español nos permitiría una apertura hacia una identidad latinoamericana.
9. El valor económico del español hace que la enseñanza de español como lengua extranjera pierda valor académico.
10. El valor económico de la enseñanza del español como lengua extranjera en gran medida depende de la inversión que se haga en él.
11. El problema de la enseñanza de español como lengua extranjera no es solo una cuestión pedagógica, didáctica o metodología, es sobre todo un problema cultural económico e industrial.

12. El valor económico de la enseñanza de español ha cambiado las dinámicas de enseñanza y aprendizaje de esta lengua.
13. El valor económico de la enseñanza de español depende en gran medida de su prestigio.

De lo anterior, podemos destacar que conocer sobre los aspectos administrativos de la enseñanza de español como lengua extranjera nos permite ser conscientes de las posibilidades que la lengua nos ofrece más allá de ser un sistema de signos que nos posibilita la comunicación. Es por esto que mirar el poder adquisitivo de la enseñanza de español como lengua extranjera nos permite como cultura competir con otras; es decir, poder negociar, hacer intercambios que de una u otra manera contribuyen con el desarrollo del país. Es entonces a través del español que podemos sacar provecho en lo económico. De esta manera, la ideología lingüística que surge a partir de la anterior reflexión es: el valor económico de la enseñanza del español como lengua extranjera en gran medida depende de la inversión que se haga en él.

“...precisamente no es sólo en el sentido de interpretar la lengua como una cultura, como un medio, un vehículo de comunicación sino qué puedo hacer yo con esa lengua, qué me va a dar a mí, qué me va proveer, qué me provee esa capacidad de poder conocerla, y poder en ese sentido explotarla para un bien común, entonces pues es muy interesante verlo como en ese sentido de lo administrativo, en el sentido financiero” manifiesta el informante 3.

Al tener en cuenta la ideología lingüística anterior, citamos al informante 2 quien señala que:

“a todo se le está dando valor, a los diplomas o a una experiencia laboral que a veces hasta la pagas entonces se está dando valor más a eso. Son modas, son tendencias, entonces la lengua no se potencia tanto en ese sentido, es más el “titulitis” como yo lo llamo”.

Según F. Moreno y J. Otero (2007) un agregado a la economía de la enseñanza de español como lengua extranjera tiene relación con los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE), los cuales son los títulos oficiales acreditativos al grado de competencia y dominio del idioma español, otorgados por el Instituto Cervantes en nombre del Ministerio de Educación de España. La oferta de los DELE abarca más de cien países, y en el curso 2007/2008 la red de centros

de exámenes experimentó un incremento amplio con 45.095 candidatos inscritos, frente a los 36.907 del curso anterior, lo que supone un aumento del 22%. Así, estas consideraciones nos sugieren la ideología lingüística: la potencia económica de la enseñanza de español depende en gran medida de las pruebas internacionales. Es importante reconocer que dentro de lo que señalamos como valor económico de la enseñanza de español en el desarrollo de nuestro marco teórico, reconocemos la importancia de las pruebas internacionales, lo que implica la demanda de pruebas internacionales ha aumentado y en este sentido los cursos de enseñanza de lengua también lo hacen. La demanda en el sector de la enseñanza de español como lengua extranjera es mayor día a día

Es preciso contemplar que la enseñanza de español como lengua extranjera no es solo una cuestión pedagógica, didáctica o metodología, implica sobre todo cuestiones de carácter cultural económico e industrial que debería desarrollarse de manera amplia en el contexto educativo. Lo que implica que la enseñanza de español como lengua extranjera depende en gran medida de la inversión que se haga en el sector de ELE, pues además de tener relaciones mediadas por lo económico, podría ser un sistema que juegue un rol protagónico y opere como una industria que genera ingresos en el desarrollo de la enseñanza de español como lengua extranjera. Es de esta manera que podemos evidenciar que el prestigio lingüístico que tiene la lengua extranjera y con él su enseñanza permite que el español se destaque internacionalmente no solo como lengua de comunicación internacional sino también como instrumento económico.

Básicamente, el rol protagónico que juega la lengua española permite que sean los hablantes quienes establezcan los parámetros para posicionar la variedad, considerada por ellos como “correcta” por encima de otra, considerada “incorrecta” (Hernández Campoy, 2004). Los juicios de valor referidos a la corrección y pureza de las variedades lingüísticas son sociales más que lingüísticas. Es notable que la visión propia de un docente en ejercicio pueda ser evaluada positiva o negativamente colaborando a que una variedad posea prestigio o no, en ese sentido se podrían acrecentar las representaciones sociolingüísticas como un factor determinante en la construcción de ideologías lingüísticas en los docentes en formación hacia su propia lengua. Como afirma el informante 5:

“... creo que nos estamos beneficiando del capital simbólico que está adquiriendo el español, cada vez hay más creencias, falsas o no, que el español es una lengua bella, interesante etc... vamos a ver

si la moda sigue o ya dicen que la lengua asiática se va poner de moda, si el mandarín; pero creo que estamos en un muy buen momento en el que el ELE se está convirtiendo en una lengua prestigiosa... pienso que sin el boom de la literatura latinoamericana quizás no habríamos llegado a estos niveles, los premios nobel, eso fue una cosa muy importante, y ahora la literatura española que es buenísima, o sea desde la transición, desde los años 90 hasta ahora es una literatura fascinante, y pues con el prestigio del español de España se ha dado un avance increíble”.

Sin embargo, a pesar del prestigio que ha ganado la enseñanza de español, es importante destacar que la enseñanza de ELE a su vez dentro de su proceso internacionalizador ha perdido su rigidez académica; es decir, dado a que el valor agregado (adquisitivo) que representa su enseñanza, ha generado a su vez las siguientes dos ideologías lingüísticas según los informantes 5 y 3: el valor económico del español hace que la enseñanza de español como lengua extranjera pierda valor académico, el valor económico de la enseñanza de español ha cambiado las dinámicas de enseñanza y aprendizaje de esta lengua.

“...entonces qué es lo que ha pasado, que la enseñanza del español se ha prostituido como cualquier otra cosa. Sí, entonces cualquiera puede entrar y decir que porque habla español entonces es profesor de ELE, ¡no! se requiere de una formación, se requiere un perfil, se requiere de conocimiento y vuelvo a lo mismo el hecho de que nosotros seamos hablantes del español eso no nos hace profesores, no nos cataloga, ni nos pone un certificado de profesor de español. Entonces todas estas universidades de garaje, como coloquialmente las llamamos, todos estos institutos de garaje, pues lo que hacen es eso, explotar a la gente.” Informante 3.

Por otra parte, es importante identificar que cinco de los seis docentes en ejercicio argumentan que no es importante hablar sobre el tema del valor económico de la enseñanza del español en las clases de ELE, ya que se desarrolla de manera general en los cursos y no es tema crucial para las clases; sin embargo, el informante 1 afirma:

“Esto nos ayudaría a quitarnos el velo, la ingenuidad y tratar de entender cómo esto opera. ¡Claro! de pronto se toca en una o dos lecturas y un poco tangencialmente en la maestría, digamos que por lo corto de los módulos, pero eso sería perfectamente una discusión para un curso. Seguramente si lo

miramos desde ahí, tanto desde el punto de vista del valor simbólico, del valor cultural y otros valores que están asociados a las lenguas, yo creo que si, efectivamente una visión integral de los fenómenos lingüísticos y de los fenómenos comunicativos deben incorporar esa visión económica, política, cultural, bueno, todo en su amplio sentido del término en las clases”.

Con base en la apreciación anterior, es importante destacar que muchas veces tomamos con ingenuidad que la lengua española tiene un elemento asociado a partir de las prácticas educativas, y que estos elementos no operan aparte (al vacío) del sistema social en el que eso ocurre. En efecto, las lenguas adquieren un valor precisamente porque brindan un servicio, sea de enseñanza, evaluación, etc. es así que se vuelve tanto un servicio que se presta como un servicio que tiene un costo tanto para el que lo aprende como para el que evalúa.

En esa medida, la relación sobre lo que se construye el fenómeno de enseñanza-aprendizaje se modifica, el hecho de trabajar con una lengua que se está vendiendo facilita o no una transacción, pues se espera que ese servicio que se brinda tenga determinadas condiciones de calidad. De este modo, según Bombarelli *et al.* (2010): “la lengua constituye un activo económico capaz de añadir valor. Sin embargo, debe quedar claro, su específica complejidad: porque la lengua es, al tiempo, input y output, materia prima y bien final, activo tangible e intangible, objeto de intercambio y señal de identidad” .

Al respecto, el informante 2 manifiesta:

“La política lingüística de Brasil era un poco más relacionada a una apertura a una identidad más cercana a Latinoamérica que no a otros países entonces eso también está mal visto para algunas personas, que dicen yo no soy latinoamericano, es mejor tener amigos estadounidenses que chilenos, cuando es todo lo contrario, para una cuestión más pragmática en términos de economía y mercado. Entonces bueno, dices hasta ¿qué punto esas políticas reflejan otros intereses?, el interés de que el pueblo sea bilingüe, de que el pueblo sea más cerrado... La lengua puede abrir, cerrar, tener ese punto económico positivo o negativo depende de donde tú sitúes tu trabajo contarás una cosa

o contaras otra. En Latinoamérica los que son más potentes ahora con el español son los argentinos, pero creo que tampoco lo están haciendo bien.”

Todo lo anterior destaca que la ideología lingüística que subyace en el informante 2 es que el valor económico de la enseñanza de español permitiría una apertura hacia una identidad latinoamericana. Es evidente que la lengua española y con ella su enseñanza, tal y como lo afirma Bombarelli *et al.* (2010), es objeto de intercambio seña de identidad, la capacidad de hacer transacciones económicas gracias a las posibilidades que nos permite la lengua es uno de los valores agregados a ella. Sin embargo, no podemos desconocer que la lengua es también sinónimo de identidad, lo que en gran medida también genera alianzas de todo tipo (económicas, políticas, sociales, etc.). De esta manera, como manifiesta el informante 2, Latinoamérica como región en su mayoría hispanohablante puede empezar a crear políticas lingüísticas que propicien el desarrollo de la lengua española y su enseñanza con una Identidad Latinoamericana.

Finalmente, podemos agregar que al análisis anterior tal y como lo manifestaron los seis docentes en ejercicio, la concepción del español como recurso económico se va transformando teniendo en cuenta el contexto sociocultural y sociopolítico, esta idea ópera de la mano de los modelos tanto sociales como políticos y se reproduce en la experiencia de las instituciones.

7. Conclusiones

Para este último apartado de la investigación es importante contemplar que el español tiene una trayectoria histórica que le da el peso idiomático con el que hoy cuenta, incluso, la constante valoración social que el valor económico ha generado en la lengua y en particular a la enseñanza de ELE en la comunidad académica Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, en la Licenciatura en Lenguas Modernas ha influido en distintos aspectos de la enseñanza como son concretamente las ideologías lingüísticas que nacen frente al valor económico de la lengua española y la enseñanza de español como lengua extranjera en los de los docentes en ejercicio y docentes en formación.

Al considerar que las ideologías lingüísticas en términos estrictamente glotopolíticos, como se citó en el marco teórico de la investigación, son un constructo ideológico interpuesto entre la praxis lingüística real y la conciencia social que se tiene de esa praxis, el cuestionamiento de la presente investigación sobre ¿Cuáles son las ideologías lingüísticas que podrían tener los docentes en ejercicio del área de español lengua extranjera y docentes en formación frente al valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera? tomó sentido. Es así, que un primer

hallazgo se dio en cuanto identificamos que las ideologías lingüísticas acerca de las temáticas valor económico del español y valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera en efecto existen y son evidentes en las dos poblaciones encuestadas: docentes en formación y docentes en ejercicio del énfasis de enseñanza de español como lengua extranjera.

Un segundo hallazgo se atribuye a que, cinco de los docentes en ejercicio manifiestan que aunque las temáticas “valor económico del español y valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera” se tornan explícitos o se tocan generalidades en las clases del énfasis de ELE consideran que las temáticas no son relevantes para los cursos. Sin embargo, para los docentes en formación sería interesante discutir acerca de las temáticas valor económico del español y valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera, con el propósito de entender la lengua desde distintos ámbitos, como por ejemplo: el mercado lingüístico de la lengua española en donde la lengua empieza a tomar la forma de producto con el cual se pueden realizar transacciones mercantiles; así mismo, brindarles una visión más amplia de lo que significa el español y su enseñanza.

El propósito académico de nuestra investigación era identificar y analizar las ideologías lingüísticas de los docentes en formación y los docentes en ejercicio del área de español lengua extranjera de la Pontificia Universidad Javeriana. En el caso específico de los docentes en formación identificamos dentro de nuestro análisis que el valor económico de la enseñanza de español lo relacionan estrechamente con las oportunidades laborales del sector, los docentes en formación perciben la lengua española no solamente desde una perspectiva lingüística o pedagógica en su totalidad sino que reflejan la mayoría de sus ideologías lingüísticas en las oportunidades laborales que les puede brindar el sector, lo que permite cumplir con el tercer objetivo de la investigación.

En el caso de las ideologías lingüísticas en torno al valor económico del español los docentes en ejercicio se ubican dentro de la industria cultural encargada de los materiales y pruebas internacionales, surgen de lo que podríamos llamar “lo económico de la lengua” que se deriva también de certificados de conocimiento, guías didácticas, cursos, etc., y todo esto genera la posibilidad de negocio, entramos aquí en la metáfora de sobreponer el valor económico de la lengua española frente a su valor intrínseco,

relación que a su vez está vinculada con todo lo que concierne al mercado lingüístico que potencia en uno de sus puntos la industria cultural, que en gran medida, como lo reconocen los docentes en ejercicio, depende del prestigio lingüístico que ha adquirido el español y su enseñanza. Es entonces que el valor económico del español permite a los docentes en ejercicio entender que las lenguas más que sistemas gramaticales son elementos que posibilitan expresiones del lenguaje la comunicación, la interacción y la negociación.

No obstante, el español como producto solo podrá ganar posiciones en un mercado globalizado si las economías que lo emplean y sustentan se convierten en economías competitivas y sólidas, su gran reto en el futuro será no solo en su crecimiento demográfico sino, sobre todo, en su difusión como lengua internacional, labor que se inicia desde la formación de docentes en temas que relacionan la lengua española con conceptos que van más allá de lo puramente lingüístico y que nos permiten analizar la lengua española y su enseñanza desde perspectivas como la económica o política, es así que, los docentes en ejercicio manifestaron que el valor económico de la enseñanza del español como lengua extranjera depende en gran medida de la inversión que se haga en él.

Para concluir, al analizar las ideologías lingüísticas de los docentes en formación reconocimos que la enseñanza de español como lengua extranjera no es solo una cuestión pedagógica, didáctica o metodológica, es sobre todo un problema cultural económico y de industria. Es evidente cómo a pesar de que aún existe un interés en términos pedagógicos y académicos acerca de la enseñanza de español como lengua extranjera, también se considera que la enseñanza del español representa un recurso económico. El desarrollo de esta investigación nos permitió, en primer lugar, como ya hemos dicho, identificar las ideologías lingüísticas de los profesores en ejercicio y profesores en formación acerca del valor económico; en segundo lugar nos permitió analizar y reflexionar acerca de los mismos desde nuestro ejercicio como Licenciadas en Lenguas Modernas. Lo que en definitiva nos manifestó que la ideologías lingüísticas acerca del valor económico del español y el valor económico de la enseñanza de español como lengua extranjera están relacionadas con la importancia de que los docentes en formación elijan los niveles del Énfasis de ELE y aún más para que decidan trabajar en este sector por su buena remuneración y mayor demanda, lo cual indica que el ejercicio pedagógico queda en segundo plano y la enseñanza de español como lengua extranjera empieza a cobrar un uso más instrumental que se articula al mercado lingüístico global.

Bibliografía

- Alonso, J. A. (2007). *Naturaleza económica de la lengua*. Madrid: Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
- Alonso Rodríguez, J. A., García Delgado, J. L., & Jiménez, J. C. (2012). *Valor económico del español: una empresa multinacional*.
- Álvarez, A., & Medina, A. (2001). *Actitudes lingüísticas en adolescentes andinos*. (A. Domínguez, C., Pietrosevoli, L. y Álvarez, Ed.) (Homenaje a). Universidad de Los Andes: Cuadernos de Lengua y Habla.
- Arnoux, E., & Nothstein, S. (2013). *Temas de glotopolítica. Integración regional sudamericana y panhispanismo*. Buenos Aires: Biblos.
- Berdugo, O. (2000). X Congreso Internacional de ASELE. In *Radiografía económica del ELE*.
- Berdugo, Ó. (2001). «El español como recurso económico: anatomía de un nuevo sector». In *ponencia*

- presentada al II Congreso Internacional de la Lengua Española*, . Valladolid.
- Berdugo, O. (2000). Español Recurso Económico: anatomía de un nuevo sector". En: Cuadernos Cervantes de la Lengua Española. *Cuadernos Cervantes de La Lengua Española*, 30, 37–43.
- Blommaert, J. (2006). *Language ideology*. (E. K. Brown, Ed.) (Segunda ed). Encyclopedia of Language & Linguistics. Oxford: Elsevier.
- Bombarelli, M. C. T. y J. J. G. A. (2010). *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera* (Capítulo 6).
- Bombarelli, M. E., & Gómez Asencio, J. J. (2010). *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera. Oportunidades y retos*. (M. C. y J. Asencio, Ed.) («Mercado d). Ariel y Fundación Telefónica.
- Bourdieu, P. (2001.). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Boyer. (2003). Las representaciones sociolingüísticas contribuyen a la formación de un imaginario comunitario. *Revista Digital de Políticas Lingüísticas*, 7.
- Carrera, M., Bonete, R. y Muñoz de Bustillo, R. (2007). «*El programa Erasmus en el marco del valor económico de la enseñanza del español como lengua extranjera*» (El valor e). ICEI y Fundación Telefónica.
- Carrera Troyano, M., & GÓMEZ ASECIO, J. J. (n.d.). *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera*. Fundación Telefónica.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. (S. P. Series, Ed.) (ilustrada). Sage Publications.
- Cueto, J. (2003). *Las máquinas de la lengua», en El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes*. Barcelona: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.
- De Saussure, F. (1961). *CURSO DE LINGÜÍSTICA GENERAL Traducción*. (prólogo y notas de A. ALONSO, Ed.) (VIGÉSIMA C). LOSADA Libera los Libros.
- Del Valle, J. (2007). *La lengua ¿Patria común? ideas e ideologías del español?* Frankfurt/Madrid: Vervuert/Iberoamericana.
- Del Valle, J. (2009). Total Spanish: the politics of a Pan Hispanic grammar., 880–886.
- Del Valle, J., & Meirinho-Guede, V. (2016). *Ideologías lingüísticas*. ((CUNY) CUNY Academic Works, Ed.). City University of New York: City University of New York.
- Del Valle, J., & Narvaja De Arnoux, E. (2010). *Las representaciones ideológicas del lenguaje discurso glotopolítico y panhispanismo*. John Benjamin Publishing Company.
- Díaz de Rada, V. (n.d.). *Análisis de datos de encuestas*. Barcelona: editorial UOC.

- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. (2002 McGraw-Hill, Ed.). McGraw-Hill higher education.
- Ferrando, C. M. G. (1992). “*El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación.*” Madrid: Alianza Universidad.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gómez, M. J. (2006). *La Investigación Educativa*. (Idioma ori).
- Grin, F. (2001). English as economic value: facts and fallacies. *World Englishes*, 20.
- Hernández Campoy, J. M. (2004). *El fenómeno de las actitudes y su medición en sociolingüística* (Tonos digi). Revista electrónica de estudios filológicos.
- Hudson, R. . (1981). *La sociolingüística*. Anagrama.
- Jaramillo, G. (2011). *EL ESPAÑOL, UNA INDUSTRIA PARA EL DESARROLLO*.
- Jiménez, J. C. (2006). *Universidad de Alcalá Proyecto de investigación: El valor económico del español: una empresa multinacional*». Fundación Telefónica.
- Jiménez, J. C. (2007). *La economía de la lengua: una visión de conjunto*. Madrid: Instituto Complutense de Estudios Internacionales.
- Kroskity. (2010). *Language ideologies – Evolving perspectives*. (E. perspectives. E. Jürgen & J.-O. Ö. & J. V. Jaspers, Eds.) (Society an). Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- L. Guespin et J-B. Marcellesi. (1986). *Pour la glottopolitique*. (Artículo completo . Traducción de Luisa Hernández y Lina María Castillo para la cátedra Trabajo de grado Año 2017, Ed.), *LANGAGES* (Vol. 83). Bogotá.
- Lamo de Espinosa, E. y Noya, J. (2002). «*El mercado de las lenguas: la demanda del español como lengua extranjera en Francia y Alemania*». (El español en el mundo, Ed.) (Anuario de). Madrid: Círculo de Lectores y Plaza & Janés.
- Londoño, R. ., Cisneros Estupiñán, M., & Tabares Idárraga, L. . (2012). *Sociolingüística enfoques pragmático y variacionista*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- López Morales, H. (1989). *Sociolingüística*. Madrid: Editorial Gredos.
- Maturana, H. R. (1988). *The search for objectivity or the quest for a compelling argument* (Psychol. 9). Reality.. Irish J.
- Molina, C. A. (2007). “*El Valor de la Lengua.*” (E. del E. en el M. 2006-2007, Ed.) (Tercer art). Instituto Cervantes. Retrieved from http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_06-07/pdf/preliminares_03.pdf
- Moreno, F., & Otero, J. (2007). *Atlas de la lengua española en el mundo*.

- Muñoz Zayas, C., & Muñoz Zaya, R. (2012). Apuntes sobre el valor económico del español. Retrieved from <http://www.extoikos.es/n6/pdf/9.pdf>
- Narvaja De Arnoux, E. (2000). *La Glotopolítica: transformaciones de un campo disciplinario. Lenguajes: teorías y práctica* (Buenos Air). Buenos Aires: GCBA.
- Narvaja De Arnoux, E. (2008a). *Los ámbitos para el español: recorridos desde una perspectiva Glotopolítica*. Buenos Aires.
- Narvaja De Arnoux, E. (2008b). *Los discursos sobre la nación y el lenguaje en la formación del Estado (Chile, 1842-1862). Estudio glotopolítico*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Narvaja De Arnoux, E. (2016). *La perspectiva glotopolítica en el estudio de los instrumentos lingüísticos: aspectos teóricos y metodológicos*. Universidad Nacional de Buenos Aires UBA.
- Nayareth Smith Lacourt, E. (2015). *Ideologías lingüísticas sobre el español de docentes del lenguaje y comunicación de enseñanza media: un estudio de caso*. Universidad de Chile.
- Núñez Cabezas, E. A. (2000). *Una perspectiva esencial en ELE: la economía*. Universidad de Málaga.
- Otero, J. (2005). «Los argumentos económicos de la lengua española». *ARI Economía Y Comercio Internacional*, 45.
- Prujiner, A. (2005). “L’impact des conventions internationales sur les politiques linguistiques”, en Stefanescu, Alexandre y Pierre Georgeault (dir.). In *Le français au Québec*. Montréal: FIDES.
- Reina, J. (2008). *Configuración de la jerga de los estudiantes de la licenciatura en lenguas modernas de la pontificia universidad javeriana, desde una perspectiva sociolingüística*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Robert, S. (1997). *Variation des représentations linguistiques: Les unités à l'énoncé*. Paris: OPHRYS.
- Ruiz de Temiño de la Fuente, S. (2012). *El español como recurso económico. Panorama actual de la enseñanza de español lengua extranjera*. Universidad Jaén.
- Sabino, C. (2000). *El proceso de investigación* (Panamerica). Panapo.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de la investigación* (Vol. Cuarta edi). México: McGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES, SA.
- Schieffelin, B. B., Woolard, K. A., & Kroskrity, P. V. (2012). *Ideologías lingüísticas. Práctica y teoría*. eds.
- Selltiz, C. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Rialp.
- SILVERSTEIN, M. (1979). *Language structure and language ideology*. (E. P. R. & W. F. H. y C. L. H. Clyne, Eds.) (The Elemen). Chicago: Chicago: Chicago Linguistic Society.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.

Vasilachis de Gialdino, I. (2015). "*Investigación cualitativa: proceso, política, representación, ética.*" (N. K. Denzin e Y. Lincoln, Ed.) (Métodos de). Barcelona: Gedisa.: Manual de Investigación Cualitativa.

Vázquez, G. (2008). La lengua española, ¿Herencia cultural o proyecto político-económico? Debates en el Congreso literario hispanoamericano de 1892. *Revista Signos*, 41.

W., L. (1972). *Sociolinguistic patterns*. Oxford: blackwell.

Woolard, K. A. (1988). *Introduction: Language ideology as a field of inquiry*. (K. A. W. & P. V. K. In B. B. Schieffelin, Ed.) (Language I). New York, N.Y: Oxford University Press, Inc.