



La demanda de clases de español es cada vez más nutrida en el extranjero.

El negocio de enseñar castellano a extranjeros cuenta con 15 millones de alumnos y mueve 500 millones. Empleados de McDonald's, AOL y Unilever aprenden el idioma de la mano de Espasa ELE

Texto **Garbifé Plazas**

## El acento español conquista EE UU y Brasil

**M**ueve 500 millones de euros. Tiene 35 millones de adeptos y se utiliza en 21 países de forma oficial. Es el idioma español, una asignatura que se han propuesto sacar adelante 14,97 millones de alumnos. Se trata del segundo idioma internacional después de la lengua inglesa, hablada por 513 millones de personas y una de las principales industrias del país que mejor ha sabido venderlo en el exterior. A continuación se sitúa el francés, utilizado por 112 millones. Las perspectivas son alentadoras. En el año 2050, un 6% de la pobla-

ción mundial se entenderá en castellano, un 3% más que actualmente. Los grandes mercados son Estados Unidos y Brasil, donde hoy el número de hablantes de español asciende a 37 y 5,5 millones, respectivamente, y donde los crecimientos en el número de alumnos se sitúan en el 4,3% y el 16,5%, en cada caso.

En el plazo de 48 años, serán 100 los millones de hispanohablantes en Estados Unidos y los brasileños serán bilingües. Es un negocio reflejado en las 49.958 matrículas de estudiantes de español registradas por el Instituto Cervantes, con un alza del

20% anual entre los años 1995 y 1999. Quienes asisten a cursos presenciales son 50.000 alumnos, con un aumento del 5%. Todo ello dispara hasta el 35% el crecimiento en el número de alumnos de español como lengua extranjera. En 2005 serán 18,11 millones los alumnos de castellano repartidos por el mundo.

En España, hasta hace poco, el negocio estaba en manos de empresas extranjeras. Los actores eran SGEL (en manos del grupo francés Hachette) Edelsa (propiedad de Hatier) y Difusión (de la alemana Klett). Una pareja, formada por Edinumen y SM,

a la que se ha unido Espasa Calpe a través de Espasa ELE, división de la editorial cuyo objetivo es enseñar el idioma español a los extranjeros, forman parte del sector. Algo más ha cambiado, ahora son las empresas las que se preocupan de enseñar castellano a sus empleados. Por ejemplo, el Departamento de Trabajo del Estado de Georgia (EE UU) instruye a sus empleados para que aprendan castellano a través de la web de Espasa ELE. También las enfermeras del Hospital HCA Health Care de Florida se preparan para atender en su idioma a los pacientes hispanos. Asimismo, la multinacional McDonald's se ha unido al grupo de compañías que quiere formar sus empleados con acento español, al igual que AOL. En el segundo gran mercado mundial, Brasil, Espasa ELE ha suscrito acuerdos con Brasil Telecom y Unilever.

Los cursos tienen la aprobación del Instituto Cervantes, encargado de validar los contenidos, y se encuentran en diferentes formatos (libros, CD-Roms, televisión, vídeo, DVD e Internet).