

622 cm2  
7.540 Euros  
Página 85  
19/11/2004

LIBROS

# El gran negocio del castellano en Brasil

El beneficio económico de enseñar castellano en el mundo a extranjeros despierta el interés de las editoriales españolas, que han entrado en el mercado brasileño a la espera de que el español se convierta en lengua de enseñanza obligatoria

A los estudiantes brasileños se les da a elegir, de momento, entre estudiar como segunda lengua el español u otros idiomas. Pero eso cambiará con la ley propuesta en el Parlamento brasileño que introducirá el español como asignatura obligatoria en la enseñanza media —equivalente a Secundaria en España—. Hay ciudades brasileñas que, incluso, ya han implantado el español en su proyecto curricular. Un pastelillo para las editoriales españolas, ya que, una vez que se ponga en marcha la ley, en Brasil estudiarán español más de seis millones de alumnos para los que serán necesarios más de 200.000 profesores, según Francisco Moreno, catedrático de Lengua Española y ex director del Instituto Cervantes en Brasil. Precisamente, esta institución es la que presenta más candidatos para obtener el diploma de español como lengua extranjera. Realizan las pruebas desde estudiantes hasta profesores, abogados o médicos. Según la opinión del actual director del Instituto Cervantes en Sao Paulo, Juan Manuel Casado, "la cantidad de profesores que se necesitará es una cifra impredecible, pero de todos modos la implantación del español en la enseñanza obligatoria no será global, sino que se hará en escapas, por niveles. Además, las universidades están formando a brasi-

El presidente de Brasil, Luiz Inacio Silva, y su esposa. Durante su visita a un centro escolar de Sao Paulo.



leños para ser profesores de español".

El proyecto de ley está avanzando en su tramitación, pero faltan los pasos más importantes: la aprobación por el Parlamento y por el Presidente de la República, Luiz Inacio Lula da Silva. En el caso de que la ley fuera finalmente promulgada, se establecería un periodo de cinco años para que los colegios dispusieran de la oferta efectiva de la enseñanza de español.

## Cuarto idioma del mundo

El español es el cuarto idioma del mundo por número de hablantes —alrededor de 380 millones de personas lo utilizan—, por detrás del chino mandarín, del inglés y del hindi, y uno de los preferidos para estudiar como segunda lengua en todo el mundo. Se

estima que en el año 2050 un 6% de la población mundial se entenderá en castellano, un 3% más que en estos momentos. Sin duda, el castellano está de moda, sobre todo, en Estados Unidos y en Brasil.

En 46 años habrá 100 millones de hispanohablantes en Estados Unidos y los brasileños serán bilingües. Estas cifras significan una oportunidad que algunas compañías editoriales no han querido dejar pasar para adentrarse en zonas con importante potencial y hasta ahora muy poco explotadas por el mercado del libro, como Brasil.

Hasta el año 2000 en este país los libros de español estaban en manos de editoriales francesas y alemanas, más activas que las españolas en ocupar el mercado del texto de español en las escuelas, colegios y universidades bra-

## Anaya, Santillana y SM desembarcan en la ex-colonia portuguesa

sileñas. En el curso académico 2001-2002 los libros de español más adoptados en las escuelas privadas de la enseñanza fundamental y media en Brasil eran de la editorial francesa Hachette, que se llevó un 52% del mercado; la alemana Klett el 1%, la brasileña Saraiva con el 23% y Moderna-Santillana el 18%. En España el negocio del libro de español para extranjeros también estaba en manos de empresas foráneas: SGEL, del grupo francés Hachette; Edelsa, propiedad de Hatier; y Difusión, de la alemana Klett.

La situación está cambiando. Desde hace tres años las editoriales españolas se están incorporando al mercado brasileño. En la actualidad están afincadas cuatro, de las cuales tres elaboran libros de texto en español: Santillana, Anaya y SM; y la otra, Planeta, se dedica sólo al sector de lectura.

El Grupo Anaya inició su andadura brasileña en agosto de 1999 con la compra de las editoriales Scipione y Attica, líderes en el mercado de texto en Brasil, de las que posee el 50% compartido, por motivos de estrategia, con la editorial brasileña Abril.

Santillana entró en el mercado brasileño en marzo de 2001 con la compra del 100% de las acciones de la editorial Moderna, especializada en libros de educación. En la actualidad, es el primer proveedor de la enseñanza privada y el cuarto de la pública.

La última editorial en llegar al mercado del español en Brasil es SM, que instaló su sede en Sao Paulo el pasado 30 de agosto, con una inversión inicial de ocho millones de euros, bajo el nombre de Edições SM y con el objetivo de "apoyar la educación y la cultura brasileñas", en palabras de César Gómez, gestor de mercado de América del Sur.

Todas las editoriales coinciden en que elaborar un manual es un proyecto lento y complicado. Antes

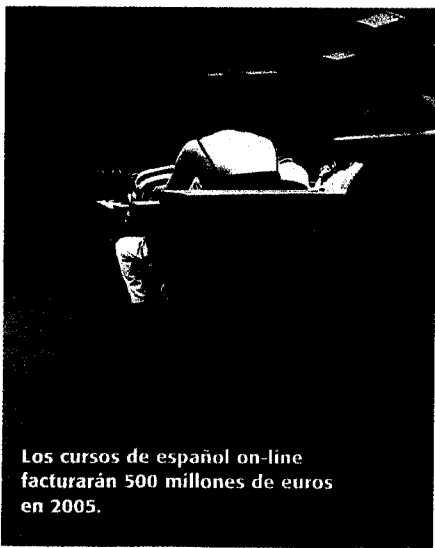


César Antonio Molina, director del Instituto Cervantes, en la sede de Sao Paulo durante la Semana de las Letras Hispano-brasileñas.

de instalarse en un nuevo país suelen realizar un estudio de mercado previo que garantice el éxito. Para la posterior redacción del libro buscan expertos y autores con experiencia en la docencia, pero en pocas ocasiones consultan con estudiantes.

### Ferias y campañas comerciales

Con anterioridad a que las editoriales españolas instalaran sus oficinas en Brasil, las actividades de fomento y promoción del sector editorial español en el extranjero se llevaban a cabo principalmente a través de la participación en ferias y con campañas comerciales organizadas por la Federación de Gremios de Editores de España y diferentes asociaciones del sector.



Los cursos de español on-line facturarán 500 millones de euros en 2005.

A pesar de la presencia española, se siguen oyendo quejas de profesores y estudiantes brasileños porque los textos no están adaptados a la idiosincrasia y cultura del país. "Los manuales se hacen sin tener en cuenta al lector de Brasil, con ejemplos de la cultura y la historia de España", explica Pascual Soto, de Planeta. Las editoriales escriben manuales universales, por razones económicas, sin tener en cuenta que los

alumnos brasileños acaban estudiando español en libros pensados para españoles. En la actualidad todavía no se crean planes curriculares específicos, sino que la mayoría apuesta por lo seguro. "Los libros de texto no representarán un problema para la obligatoriedad del español. Brasil tiene una importante industria editorial y puede atender las necesidades de su población escolar en la enseñanza del español. No obstante, sería bueno contar también con la cooperación española si fuera necesario", asegura Francisco Corral Sánchez-Cabezudo, director del Instituto Cervantes de Río de Janeiro.

Una de las áreas de negocio que más está creciendo en Brasil en relación con el español es su enseñanza en la Red. Espasa Calpe, del grupo Planeta, abrió en 2002 el portal es.hablar.com, una web dedicada a impartir cursos de español. Según Francisco Muñoz, responsable del proyecto, "estos cursos tienen un gran crecimiento cada año que pasa". Para asentarse en el mercado, impartieron lecciones gratuitas de español a través del correo electrónico. Así consiguieron rápidamente 10.000 suscriptores. El curso, que sigue el plan curricular del Instituto Cervantes, por un precio de 56 euros, ofrece clases virtuales para grupos de seis estudiantes.

Hasta hace unos años, sólo un reducido grupo de compañías multinacionales ofrecían cursos de español a distancia, hasta que en 2002, Espasa, bajo el nombre Es Espasa, comenzó

a trabajar en este sector con Espasa ELE. Un mercado que se espera que el próximo año facture en torno a los 500 millones de euros. De hecho Espasa ELE pretende obtener en 2005 cerca de nueve millones de euros con estos cursos on-line, según Víctor Marsá, director de Marketing y Ventas.

En esta línea también mantiene acuerdos con Brasil Telecom y Unilever para que sus empleados aprendan español a través de su web.

### **Mercosur y capital español**

Aunque el primer escritor conocido en lengua brasileña es un español, el jesuita José de Anchieta, que se encargó de la acción lingüística de los misioneros en América, las verdaderas razones para que se implante el español como idioma obligatorio en los centros de enseñanza media en Brasil son dos: la incorporación del país en el Mercosur y la permanente entrada de capital español en el estado. España se ha convertido en la última década en el segundo inversor internacional de Brasil, por detrás de EE UU. De hecho, en el marco del Festival América del Sur, que se desarrolló el pasado mes de octubre en Brasil, el secretario ejecutivo del Ministerio de Cultura de este país, Juca Ferreira, indicó que "uno de los elementos fundamentales de la integración de los pueblos, principalmente en el marco del Mercosur, es el idioma".

Mientras Juan Valdés decía en el siglo XVI que en Italia estudiaban español "por gentileza y galanía", hoy los brasileños estudian español por intereses económicos y culturales.

Con el asentamiento de las editoriales españolas en Brasil se han reducido las quejas ante la dificultad para adquirir libros de texto y consulta, y por los precios de los libros importados, con un coste cuatro veces mayor. "Los más beneficiados con el crecimiento de las editoriales españolas en el país serán los brasileños, porque Brasil es como una isla lusa en medio de un mar de hispanohablantes", asegura Juan Manuel Casado. □