La imagen de España mediante la enseñanza de ELE en el Magreb (caso de Argelia)

Aldjia Midoun
Universidad de Argel-2

Resumen

En Europa y más tarde en el resto de los países del mundo, la imagen de España ha sido exportada masivamente por diferentes medios: publicaciones, participación en exposiciones y ferias de turismo, pero también a través de la enseñanza del español para extranjeros.

Esta relación entre la enseñanza de la lengua y el turismo lo ilustra perfectamente López García (2000: 7):

> Por la Universitat de València han pasado más de cinco mil universitarios estadounidenses afiliados al programa UVA, se han reclutado doscientos profesores, se han realizado todo tipo de actividades académicas y extracurriculares.

Esta promoción ligada a la difusión de la lengua y la cultura españolas, fue destinada desde sus comienzos para servir de publicidad para un país que quería ser un lugar agradable para turistas jóvenes. Si bien que al principio se quería comunicar a los europeos la idea de que España era el destino más cercano y barato donde se disfrutaba del mar, del sol y de la buena comida mediterránea, el alcance de esta publicidad no tardó mucho en ampliarse. Como en otras áreas del mundo, a los jóvenes de los países del Magreb también les ha alcanzado esta ola publicitaría y comenzaron a interesarse por España y su idioma.

Palabras clave: español para extranjeros, turismo idiomático, Magreb, lengua y comercio, enseñanza.

1. INTRODUCCIÓN

En la enseñanza de lenguas y en otras áreas, la sabiduría puede ser una forma de actuar en la que se logren armoniosamente varios objetivos. También sería la posibilidad de producir algo que sea capaz de resistir al paso del tiempo. Proponemos explicar que dentro del enorme esfuerzo hecho por España para la difusión de la lengua se incluyó otra finalidad que dio resultados interesantes. Incitar a los estudiantes de ELE a visitar España. Hojeando los manuales elaborados para la enseñanza de ELE se nota inmediatamente que todo se hizo para poner de manifiesto los potenciales de España para viajes de turismo, cultura y negocios (Sánchez Guitián, 2012: 172) afirma que en esto participan muchas instituciones:

> Para conseguir una imagen de Marca País Fuerte, que pueda beneficiar finalmente a los ciudadanos, es necesario no dispersar esfuerzos y que todos los organismos implicados, tanto públicos como privados actúen con un mismo objetivo, especialmente aquellos que más directamente influyen en la creación de la imagen en el exterior: Presidencia, Casa Real, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo con el ICEX, Turespaña e *Invest In Spain*, Ministerio de Cultura, Ministerio de Asuntos Exteriores, Instituto Cervantes y foro de Marcas Renombradas.

Con esta enseñanza de la lengua y sus logros, España se ha convertido en un modelo digno de ser imitado por otros países. Es de recordar que España fue una de las pioneras en lanzar internacionalmente programas de este tipo anticipando de este modo la era de la globalización

2. LA LENGUA Y LA TEORÍA ECONÓMICA

La enseñanza de la lengua toma consciente e inconscientemente en consideración el aspecto económico, como lo explican (Hernández Díaz y Eyeang, 2015: 198):

> Es obvio que existe una estrecha relación causal entre la educación y el crecimiento económico ya que son los conocimientos formales diversos que desembocan en la elaboración de políticas económicas más o menos eficaces. Pero se necesitan muchos paradigmas para que la inversión en la enseñanza/aprendizaje de ELE produzca una cierta rentabilidad.

Y tampoco la economía prescinde del aspecto lingüístico porque es también un complicado proceso social y cultural. Se entiende por el aspecto cultural todo lo que está separado de lo puramente técnico. El empresario

Jack Ma[1] dijo que su éxito se hizo gracias a la fuerza de elementos culturales y que si fuera únicamente una propulsión tecnológica no duraría en el liderazgo de su sector mucho tiempo.

La comunicación que tiene la lengua como instrumento es una herramienta imprescindible para el envío de mensajes publicitarios directos e indirectos. Estos mensajes se insertan en diversos soportes, los manuales escolares, revistas, artículos periodísticos y donde la lengua es necesaria.

3. EL NUEVO ARRANQUE DE LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL EN EL MAGREB

El nuevo acercamiento al área del Magreb comenzó en los años noventa con la creación del Instituto Cervantes que se inauguró en Argel el 5 de abril de 1993 y abrió sus puertas a todas las personas interesadas en la lengua y la cultura. Esta fase acabó con la situación anterior cuando el español se limitaba a una categoría restringida a los profesionales.

El Magreb entra en la estrategia de España para promover su lengua y poner de manifiesto sus potenciales económicos y culturales. Esta estrategia se desarrolló en un momento propicio que coincidió con la reunión de un importante número de elementos. La política de diversificación lingüística emprendida en los países del Magreb por las respectivas autoridades permitió descubrir a los ciudadanos que se podía adquirir una lengua diferente del francés. Efectivamente, a partir de los años noventa se empezó a enseñar el español en los institutos junto con el inglés y el alemán. Se nota que el español es de lejos la lengua que más éxito está obteniendo en la zona del Magreb. Estos resultados se deben a ciertas razones. Entre ellas hay una que merece la pena ser subrayada porque forma un caso aparte, se trata de la fuerte creencia en el seno de la población de que en España había empezado una nueva era de prosperidad tras su incorporación en la Comunidad Europea. En Argelia, la gente empezó a intercambiar comentarios y opiniones sobre España, se comentaba la gran oferta de trabajo. El nuevo Dorado se presentaba de repente en la cercanía, entre los jóvenes cundió la convicción de que cruzar el estrecho de Gibraltar era la solución ideal para cambiar de vida.

[1] El fundador de la empresa multinacional Alibaba.

4. LA DEMANDA ARGELINA EN MATERIA DE TURISMO Y SU PODER ADQUISITIVO

Es útil aquí recordar que el primer interés de los ciudadanos de Argelia por España es el lucro mediante el comercio, la obtención de la residencia en España para superar la difícil barrera del visado y la oportunidad de encontrar un trabajo remunerado. La revista *El Exportador* subraya la importancia del comercio entre España y Argelia, podemos leer lo siguiente en uno de sus artículos:

> En cuanto a Argelia, este es uno de los países prioritarios para la política comercial española y está incluido en la lista de países que cuentan con un Plan Integral de Desarrollo de Mercado (PIDM). En 2013, España fue el primer socio comercial de Argelia, situándose como primer cliente y como cuarto proveedor.

Tradicionalmente los emigrantes norteafricanos solían tener como destino Francia, también es muy importante señalar que, por el momento, los aprendientes de español de esta región, en su mayoría, no tienen interés por el mundo hispánico[2], sino que únicamente les interesa España como país de destino. También es necesario indicar que el motivo principal de los aprendientes de español es relativamente reciente para Argelia, empezó hace dos décadas aproximadamente, al principio se limitaba a la posibilidad de comprar mercancías a precio barato para venderlas en su país y más tarde se empezó a pensar en instalarse en el país como inmigrantes.

El aspecto particular en la enseñanza del español en el Magreb es el hecho de la previa adquisición de muchas palabras españolas por parte de los aprendices. En Argelia han pasado al habla del pueblo muchas palabras de origen español, unas son antiguas y otras más modernas[3].

Según nos ha mostrado la experiencia en la enseñanza, los alumnos de ELE en Argelia aprecian particularmente los refranes españoles porque les recuerdan los refranes de su país que tienen el mismo sentido del humor y muchos están compuestos por palabras que riman. El refrán «aunque la mona se viste de seda mona se queda» nos recuerda otros refranes argelinos graciosos, este tema ha sido investigado por los autores: (Mekhelef,

---

[2] Entre Argelia y los países de Hispanoamérica ni siquiera existe una línea aérea directa. Salvo escasos viajeros que estuvieron en Cuba, entre Argelia y esta región del mundo el desplazamiento de personas es prácticamente nulo.

[3] Se supone que la lengua franca que se hablaba por los europeos en Argel ha dejado huellas en el dialecto árabe de Argelia. Esto no solamente facilita la comprensión de los enunciados en español, sino que también crea entusiasmo e interés en el aprendiente.

Kamel, Monferrer Sala, 1998: 133), de su artículo sacamos este ejemplo:

[Wadjh el-jurüf ma'rüf]

[El rostro del borrego, conocido es]

Los sectores turísticos que hace falta abordar en la enseñanza de ELE deben despertar el interés de los discentes. Para los alumnos argelinos sería aconsejable hablar de eventos como el Carnaval, las ferias y otras fiestas y evitar formas de turismo de lujo. También el fútbol y la playa entran en categorías asequibles durante las posibles visitas a España, ya que se encuentran dentro de proyectos que consideramos como *realistas*.

5. HABILIDADES NECESARIAS EN EL VIAJE

En primer lugar debemos entrenar las capacidades auditivas de los aprendientes. Cuando los alumnos entienden lo que escuchan en español, se sienten atraídos por la lengua y esto les da ánimo.

La disponibilidad del material audiovisual no plantea ningún problema, al profesor le toca hacer una buena elección de programas y episodios televisivos siempre que sean de actualidad y útiles para la adquisición de una buena cultura general para el alumno.

La comprensión lectora es una parte importante en el aprendizaje de una lengua extranjera y, por lo tanto, se le debe dedicar el tiempo suficiente e incitar al alumno a leer artículos sobre temas contemporáneos.

En clases de expresión oral se busca conseguir comunicarse con un grado de espontaneidad y facilidad que haga posible la interacción normal con un hablante nativo. Esta simulación tiene como meta la participación activa del discente en conversaciones como en situaciones diarias en las que puede defender su opinión.

Para la expresión escrita en las clases de ELE, el alumno debe aprender a escribir textos claros y detallados sobre la amplia gama de temas relacionados con el viaje y el ocio.

6. CONCLUSIÓN

Mediante sus programas de enseñanza de ELE, España ha conseguido beneficios considerables en diferentes terrenos. La primera y la más precia-

da de las ganancias es la exportación de una imagen atractiva a escala planetaria. De esta imagen derivan consecuentemente otros logros que se traducen en el incremento del interés por la economía y la cultura españolas.

El aumento del turismo actuó como fuerza de tracción para el sector de servicios, la construcción y la agricultura. Hemos observado que la elaboración de los manuales didácticos ha sido pensada previamente para que los discentes sintieran admiración y atracción por España. En estos manuales se ha incluido una vista de varias dimensiones, la imagen de una España completa y al corriente de las novedades mundiales.

También hemos constatado que en torno a la lengua giran las actividades de una multitud de entidades e instituciones, cabe mencionar El Instituto Cervantes, La Fundación de La Lengua, La Agencia Española de Cooperación Internacional y un gran número de organismos estatales.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, M. (2007). *Diccionario de enseñanza y aprendizaje de lenguas*. Madrid: Enclave-ELE.

Hernández Díaz, J. y Eyeang, E. (2015). *Lengua, literatura y ciencias de la educación en los sistemas educativos del África Subsahariana*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

López García, A. (2000). *Estudios de filología, historia y culturas hispánicas*. Valencia: Universitat de València.

Sánchez Guitián, J. (2012). *Marca país: España, una marca líquida*. Madrid: ESIC.

WEBS

Cronología del Instituto Cervantes. https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2011/noticias/cronologia_ic_20_anos.htm. Consultado el 30 de mayo de 2019.

CVC *Selección de refranes populares argelinos*. https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/007/016_mekhelef-monferrer.pdf. Consultado el 13 de junio de 2019.

«Relaciones económicas y comerciales de España con el conjunto de la región». *Revista Exportador*. Documento de Internet disponible en: https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=DZ [Fecha de consulta 30.05.2019].