



**CEU**

*Real Instituto Universitario  
de Estudios Europeos*

*Universidad San Pablo*

**Documento de Trabajo**  
**Serie Unión Europea y Relaciones Internacionales**  
Número 131 / 2022

## **El idioma español: situación actual y mirada al futuro. Un cambio de modelo**

---

**José Olábarri Azagra**



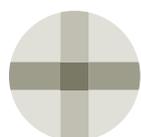
**CEU** | *Ediciones*

**Documento de Trabajo**  
**Serie Unión Europea y Relaciones**  
**Internacionales**  
Número 131 / 2022

**El idioma español: situación actual y  
mirada al futuro.**  
**Un cambio de modelo**

---

José Olábarri Azagra



**CEU** | *Ediciones*

El Real Instituto Universitario de Estudios Europeos de la Universidad CEU San Pablo, Centro Europeo de Excelencia Jean Monnet, es un centro de investigación especializado en la integración europea y otros aspectos de las relaciones internacionales.

Los documentos de trabajo dan a conocer los proyectos de investigación originales realizados por los investigadores asociados del Instituto Universitario en los ámbitos histórico-cultural, jurídico-político y socioeconómico de la Unión Europea.

Las opiniones y juicios de los autores no son necesariamente compartidos por el Real Instituto Universitario de Estudios Europeos.

Los documentos de trabajo están también disponibles en: [www.idee.ceu.es](http://www.idee.ceu.es)

Serie *Unión Europea y Relaciones Internacionales* de documentos de trabajo del Real Instituto Universitario de Estudios Europeos

**El idioma español: situación actual y mirada al futuro. Un cambio de modelo**

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita escanear algún fragmento de esta obra.

© 2022, por José Olábarri Azagra

© 2022, por Fundación Universitaria San Pablo CEU

CEU Ediciones

Julián Romea 18, 28003 Madrid

Teléfono: 91 514 05 73, fax: 91 514 04 30

Correo electrónico: [ceuediciones@ceu.es](mailto:ceuediciones@ceu.es)

[www.ceuediciones.es](http://www.ceuediciones.es)

Real Instituto Universitario de Estudios Europeos

Avda. del Valle 21, 28003 Madrid

[www.idee.ceu.es](http://www.idee.ceu.es)

ISBN: 978-84-19111-42-5

Depósito legal: M-29644-2022

Maquetación: Forletter, S.A.

# Índice

INTRODUCCIÓN.....	5
1. LA NUEVA DIPLOMACIA ESPAÑOLA DEL <i>PODER BLANDO</i> .....	7
1.1. ¿Qué es el <i>Poder Blando</i> ? Historia del concepto e importancia actual .....	7
1.2. Concepto de Nueva Diplomacia y principales mecanismos .....	8
1.3. ¿Por qué el idioma? ventajas y oportunidades .....	11
2. LOS DATOS DE LA PRESENCIA DEL ESPAÑOL EN EL MUNDO .....	14
2.1. Panorama general actual del español en el mundo.....	14
2.2. Importancia de la lengua en la economía e Internet.....	15
2.3. El español en las migraciones internacionales.....	17
2.4. Presencia institucional del español en organismos internacionales .....	18
3. EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES ESPAÑOLAS EN LA EXPANSIÓN DEL ESPAÑOL EN EL MUNDO.....	21
3.1. Principales organismos lingüísticos del español en España .....	21
3.2. El Instituto Cervantes.....	22
3.3. Otras iniciativas para el desarrollo del español: niveles autonómico y local .....	24
4. MODELOS LINGÜÍSTICOS EUROPEOS PARA LA PROMOCIÓN DE SUS LENGUAS .....	26
4.1. Centros culturales en Francia, Reino Unido, Alemania e Italia .....	26
4.2. Posibles cambios en el modelo español.....	32
4.3. ¿Hacia dónde debe mirar el Instituto Cervantes en el futuro?.....	34
BIBLIOGRAFÍA FINAL.....	38



# Introducción

## Objeto de estudio

La importancia del idioma dentro del contexto de la diplomacia cultural siempre ha sido una cuestión de relevancia, especialmente en el contexto español. Por ello, en el ámbito académico, también ha existido un interés grande por conocer la capacidad y las posibilidades del español, existiendo numerosos estudios sobre la presencia del español en el mundo y en los distintos sectores.

Pero encontramos dos grandes problemas en la investigación del idioma. Por un lado, la bibliografía disponible no está actualizada, puesto que la mayoría de los artículos y los grandes libros de investigación referidos al tema datan de una década atrás, por lo que hay aspectos que han evolucionado. Especialmente debemos atender a dos aspectos. Uno de ellos es el número de hablantes, tanto en lengua materna como en cantidad total, cuyas cifras cambian de un año para otro y se hace necesario utilizar las fuentes más actualizadas posible. El otro hace referencia a la presencia del español en campos como el tecnológico o digital, puesto que la situación diez o quince años atrás dista mucho de la actual. Lo mismo podríamos decir de las migraciones o de los modelos de enseñanza de los idiomas en los distintos países, que han cambiado desde hace unos años hasta la actualidad. De entre las fuentes principales, solo encontramos el anuario del Instituto Cervantes, en donde sí se manejan datos y cifras correspondientes al presente año.

El segundo aspecto es la falta de un trabajo unificado donde se estudien los modelos de los cinco principales países de Europa. Esto permite realizar una comparación entre ellos, mostrando las fortalezas y debilidades de cada uno de ellos, pudiendo extraer enseñanzas y aprendizajes sobre los demás modelos. Algunos trabajos realizados, hace ya más de un lustro, muestran visiones completas de los instrumentos culturales de los países europeos, pero no realizan un análisis que permita mejorar el modelo, diferenciando las fortalezas y tratando de implementarlas en alguna organización idiomática concreta. También encontramos algunos trabajos comparativos, pero toman menos países o comparan naciones de distintos continentes y de tamaños muy distintos, de tal manera que la comparativa pierde interés, porque los Estados escogidos presentan características muy diversas.

En este trabajo, se pretenden dos cosas. En primer lugar, situar al español en el contexto internacional actual, de una manera lo más completa posible, es decir, en sus aspectos demográfico, económico, digital, social y político. En segundo lugar, tomar los cinco países más fuertes de Europa, tanto económica como culturalmente, pero no quedándose en una mera descripción de los modelos, sino tratando de tomar aquellas características que resultan atractivas e implementarlas en el Instituto Cervantes, objeto de la investigación. De esa manera, se intenta esbozar un plan de acción y mejora del Instituto, especialmente tras observar el mejor funcionamiento de algunas instituciones en otros países. Además, tras exponer los cambios que se consideran convenientes, también se recomienda una estrategia a medio plazo, en donde se distinga la región del mundo en la que convendría centrar sus esfuerzos el Instituto Cervantes.

La pregunta que surge a la hora de encarar el trabajo es ¿cómo puede el español aumentar su presencia mundial? Bajo esta pregunta general, existen otras, más secundarias, como cuál es la situación actual del español (para poder conocer el punto de partida), cuáles son las principales instituciones que promocionan el español y qué papel debe jugar el Instituto Cervantes en dicha difusión.

Para responder a dicha pregunta, presentamos algunas hipótesis que podrían responder satisfactoriamente esta cuestión. Por un lado, España podría estrechar lazos con otros países hispanohablantes para aumentar el peso del español en el mundo, tanto a nivel político como económico y de aprendizaje. Por otro, el Gobierno español y las administraciones públicas tendrían que conseguir una mayor colaboración con el sector privado para que el Instituto Cervantes tenga más recursos y pueda competir con sus homólogos europeos. En tercer lugar, el idioma español encuentra su peso en su demografía y en América, por lo que España debe hacer un esfuerzo para que este activo cultural revierta positivamente en nuestra economía y en nuestra nación.

## Método utilizado

En cuanto al método utilizado, podríamos destacar que es un método mayoritariamente cualitativo, basado en una perspectiva crítica y valorativa de las fuentes. Para dicha crítica, eso sí, se utiliza también un método cuantitativo, manejando una serie de datos que permitan delimitar bien la realidad presente. Además, se le añade una perspectiva prescriptiva, donde se llevan a cabo una serie de recomendaciones para mejorar el objeto investigado.

## Fuentes de conocimiento empleadas

Para la realización de la investigación, se han utilizado tanto fuentes primarias como fuentes secundarias. En las fuentes primarias, destacamos el uso del documento denominado *Acción de Estrategia Exterior*, algunas iniciativas publicadas en el BOE o las páginas web de los principales institutos de idiomas europeos, donde aparece la información oficial sobre sus datos y sus objetivos. En este sentido, cabe destacar el uso del Anuario del Instituto Cervantes 2021, que supone la principal herramienta de conocimiento del español con información actualizada. En cambio, cabe destacar los problemas relacionados con la página web del *British Council*, la cual no facilita un resumen anual con los datos actualizados sobre el número de hablantes, de aprendices, número de centros...

Respecto de las fuentes secundarias, cabe destacar las publicaciones llevadas a cabo por la Fundación Telefónica, durante la primera década del presente siglo. Suponen un acercamiento esencial para comprender la complejidad del español y los distintos ámbitos donde tiene cabida. Como decíamos anteriormente, la falta de una actualización de dichas publicaciones provoca que pierdan vigor con el paso de los años. Cabe destacar también que algunos libros de dicha colección son de muy difícil adquisición, como ocurrió con “Emigración y Lengua”, de José Antonio Alonso y Rodolfo Gutiérrez, impidiendo una mayor profundidad en el apartado tercero del segundo capítulo. Además, autores como Francisco Moreno Fernández o David Fernández Vítóres suponen referencias fundamentales para el conocimiento del español. En lo referido a los institutos europeos, destaca la contribución de José Andrés Fernández Leost, junto a las versiones oficiales propias de cada Estado.

## Plan de exposición

La investigación se divide en cuatro capítulos, a los que se les añaden unas conclusiones finales. El primero de ellos es un capítulo de carácter más teórico, donde se busca explicar el nuevo enfoque presente en las Relaciones Internacionales desde el final de la Guerra Fría. Por este motivo, se trata de profundizar en el concepto de *soft power*, el cual otorga una mayor relevancia a elementos alejados de lo puramente militar o político. Da, por tanto, un mayor relieve a la cultura o a la educación. También se dedica un apartado a explicar la diplomacia pública, como reflejo de ese cambio en la forma de hacer diplomacia que se ha producido recientemente. Los Gobiernos utilizan ahora nuevos métodos para aumentar su poder de atracción y reducir la presencia de nuevos actores en el tablero internacional. Finalmente, también se explica por qué se ha elegido el idioma como instrumento preferencial dentro de esta diplomacia pública, a través del análisis de sus ventajas y sus oportunidades en el presente y en el futuro.

El segundo capítulo se centra, exhaustivamente, en ubicar al español en el contexto mundial. Para ello, se utilizan cifras y datos que sitúen al español tanto demográfica como económica, social y políticamente. De esta manera, se consigue una fotografía bastante completa de nuestro idioma en la actualidad, lo que sienta las bases para mirar al futuro y poder realizar un diagnóstico ajustado a la realidad. El tercer capítulo, por su parte, muestra las iniciativas españolas para la promoción del español. Algunas de ellas cuentan con la colaboración de instituciones hispano-americanas, por lo que no siempre son exclusivamente castellanas. Pero se parte de un esquema deductivo, de lo general a lo particular, puesto que después de estas instituciones más multilaterales, nos centramos en el Instituto Cervantes (de carácter únicamente nacional) y después en casos locales.

El cuarto y último capítulo se puede dividir en dos. El primer apartado refleja los distintos modelos europeos, teniendo un carácter más descriptivo. Los dos siguientes, en cambio, muestran el aspecto más analítico de todo el trabajo, puesto que, a raíz de esa investigación de los institutos vecinos, se establecen recomendaciones de cambio y una estrategia a medio plazo de cara al futuro por parte del autor. Se observan las debilidades del modelo español y se tratan de ofrecer soluciones viables para poder competir en un ambiente exigente y en donde partimos en clara desventaja en algunos aspectos.

# 1. La nueva diplomacia española del *Poder Blando*

## 1.1. ¿Qué es el *Poder Blando*? Historia del concepto e importancia actual

El concepto de *Soft Power* fue creado y explicado por primera vez por el politólogo estadounidense Joseph Nye, en su libro *Soft Power: the means to success in world politics*. Al contrario de lo que ocurría con el *Hard Power*, en donde un Estado imponía por la fuerza una forma de actuar o una ideología a otro, en el *Soft Power*, un Estado convence a otro a través de la atracción, de la cooptación (Nye, 2004). Con esta capacidad de influencia suave, los Estados fuertes en este ámbito pueden marcar la agenda política y determinar el marco del debate político, conformando los intereses y las preferencias del resto de naciones (Nye, 1990). Un Estado legitimado por los demás encontrará menos resistencia para alcanzar sus deseos.

Ya en la década de los 90, el autor americano explicaba el cambio en los parámetros de poder, que ya no se reducían solamente a cuestiones militares o armamentísticas, sino también a relaciones de atracción entre los países. En este sentido, la cultura nacional, la ideología y las instituciones internacionales jugaban un papel esencial, puesto que estos eran motores para que un país pudiese desarrollar una capacidad de atracción y de influencia hacia otros Estados (Nye, 1990). Además de este eje político-cultural, factores como la tecnología, la educación o el crecimiento económico surgían como elementos clave a la hora de conformar el conjunto de instrumentos necesarios para el poder blando de un país. Este poder de atracción ejerce una influencia directa sobre debates políticos de enorme relevancia, ya que permite también diseñar modelos normativos, en donde se realicen juicios morales sobre determinadas realidades, como podría ser el uso de armas nucleares o se relacione un país con la defensa de unos valores (Rothman, 2011). Además, si una determinada política de un país resulta exitosa, los Estados a su alrededor imitarán dicha medida, de tal forma que se acabe conformando un sistema diseñado por el Estado promotor de dichas medidas.

Nye entendió el cambio surgido tras el final de la Guerra Fría, en donde el mayor enemigo de los Estados Unidos no sería, al menos en el corto plazo, una nueva superpotencia, sino la difusión general del poder (Nye, 1990). Los recursos dejaban paso a la habilidad para manejar la influencia y para saber usar los instrumentos adecuados en cada situación, es decir, ya no es más poderoso el país que más recursos tiene, sino quien mejor sabe manejarlos (Nye, 2021). Las fuentes de poder se han ramificado y el poderío militar, aunque importante, no resulta ya completamente decisivo, como sí ocurría en siglos pasados. Todas las potencias mundiales deberán confrontar este cambio en la naturaleza del poder en el ámbito político. La fórmula diseñada por Nye no consiste en abandonar las tradicionales preocupaciones de tipo militar, sino en aceptar sus limitaciones y suplementarlas con nuevas ideas de interdependencia (Nye, 1990).

Hoy en día, cada vez más actores tienen una relevancia internacional más y más notable. De entre estas partes no estatales, destacan las grandes corporaciones multinacionales, que cuentan con un poder económico verdaderamente inmenso y que, en algunas ocasiones, tienen más peso que otros Estados a la hora de conseguir los objetivos de un país. Además, son estos grupos pertenecientes a la sociedad civil quienes llevan a cabo el grueso del poder blando de un país, de acuerdo a Joseph Nye (2021). Pero también son otro tipo de actores los que han cobrado relevancia, como los grupos de presión o las organizaciones terroristas. Este cambio en los actores ha provocado un cambio en los objetivos y, por tanto, en los medios. La seguridad nacional ya no se centra exclusivamente en el ataque militar, sino también en el daño económico o en el ecológico. Las formas de vulnerabilidad han crecido (Nye, 1990). Además, el uso de la fuerza se ha vuelto más costoso que nunca y eso exige la utilización de medios más asequibles, como las habilidades comunicativas, organizativas o institucionales.

Los Estados más poderosos cada vez tienen más difícil imponer su influencia mediante recursos de poder tradicionales (medios militares). Los actores privados y los Estados pequeños se han empoderado, dispersando el poder a través de realidades como la interdependencia económica, los actores transnacionales, el nacionalismo, la tecnología o las cuestiones políticas, incluyendo estas últimas soluciones globales a problemas como los ecológicos, los sanitarios, los de seguridad (Nye, 2021)..., en donde los medios militares poco pueden avanzar. La globalización,

causa y consecuencia de estas nuevas realidades, ha disminuido el poder de los Estados, al difuminarse las fronteras en el mercado global y al crearse corporaciones transnacionales con poder en todo el mundo. Esta complejidad en el número y carácter de los actores no parece que vaya a detenerse. Además, aunque podemos ver un cierto frenazo en el proceso de globalización desde la crisis económica de 2008, la dimensión blanda es la única que ha seguido creciendo ajena a la crisis (Gracia Santos, 2019).

Ante todos estos cambios, que se han dado a gran velocidad en un corto espacio de tiempo, los medios tradicionales no parecen suficientes. Una comunicación efectiva, instituciones multilaterales, cooperación internacional... resultan de una importancia mayor ahora que hace cuatro décadas. Además, ante la presencia prácticamente hegemónica de las redes sociales, la información y el manejo que se hace de ella también le otorgan una relevancia nunca vista antes en la historia, por lo que los Estados deben prestar mayor atención al cómo lanzan sus mensajes y no solo al contenido de los mismos. En este sentido, es relevante destacar que no siempre un recurso de poder blando tendrá éxito internacionalmente, puesto que no todas las regiones en el mundo reciben de la misma forma el mensaje. Por tanto, no hay que cuidar solamente el mensaje, sino también al receptor (Nye, 2021).

Desde la década de los 90, los ámbitos que conforman el *Soft Power* han ido cambiando en importancia. Durante la primera mitad de dicha década, la tecnología era la forma predominante de globalización blanda, seguido por las migraciones y la cultura. Treinta años después, la tecnología ha perdido poder, en favor, sobre todo, de la información, como comentábamos anteriormente. El segundo aspecto que más ha crecido en relevancia durante este periodo ha sido la cultura, por lo que aquellos países que, como España, más activos culturales posean, deberán focalizar su atención en la promoción de sus realidades culturales. En niveles inferiores, también aparecen aspectos como la ciencia o la educación (Gracia Santos, 2019).

Estados Unidos fue el primer Estado en entender la importancia de los factores culturales e ideológicos a la hora de establecer un liderazgo más amable a nivel mundial. Ya en 1945, con la creación del Fondo Monetario Internacional, Estados Unidos promocionaba un organismo económico internacional basado en principios liberales y de libre mercado. Otro medio fue a través de la exportación de programas de televisión, superando el país americano en siete veces a su más inmediato perseguidor, Reino Unido (Nye, 1990). A través de ejemplos como los vistos, Estados Unidos convirtió el inglés en la lengua franca en la economía mundial. Ideológicamente, Estados Unidos se convirtió en el defensor de la democracia y de los derechos humanos, así como en país receptor de inmigrantes y en tierra de oportunidades. Dicha imagen, aunque algo disminuida con el paso del tiempo, se ha mantenido hasta la actualidad, lo que relativiza bastante la noción de declive americana (Nye, 2021).

Las Relaciones Internacionales ya no se pueden entender ni analizar desde un punto de vista tradicional, donde la población, la economía y la capacidad militar lo son todo. Ahora, son necesarios acercamientos más relacionales o conductuales, en donde se tengan en cuenta de forma mucho más completa las nuevas realidades tanto nacionales como mundiales (Tellis, 2001). Esto se hace especialmente relevante ante lo que se ha denominado *Sharp Power*, concepto que hace referencia a la guerra de información, por la que países como China y Rusia tratan de desestabilizar las sociedades occidentales a través de mensajes falsos y manipulación de la información (Walter and Ludwig, 2017). El poder blando debe servir como herramienta para contrarrestar estos ataques y mantener la reputación y prestigio de los países atacados, de tal forma que sus principios y valores sean bien conocidos en el mundo. Aun así, el *Soft Power* no debe caer en propaganda y, por eso, es necesaria la integración de todos los niveles de la sociedad de un país, no siendo dirigida por el Gobierno (Nye, 2021). El equilibrio entre *Soft* y *Sharp Power* provoca que los actores, los objetivos y los recursos deban estar muy claros.

Pese a todo, no significa que el poder blando deba ser el único instrumento, sino que se debe tratar de combinar estrategias propias de poder duro con estrategias de poder blando, en lo que Joseph Nye llamó *Smart power* (poder inteligente), que permite utilizar el recurso más adecuado según la situación (Nye, 2004).

## 1.2. Concepto de Nueva Diplomacia y principales mecanismos

El poder blando debe encontrar, dentro de cada país, su concreción y plasmación en función de las características de dicho país, tanto por las condiciones culturales e ideológicas como por el papel que dentro de la sociedad internacional dicho Estado represente. En muchos países, el *Soft Power* se ha visto plasmado a través de un concepto

utilizado muchas veces como sinónimo de poder blando: diplomacia pública o nueva diplomacia. Pero la diplomacia pública no deja de ser una herramienta más, amplia, del poder blando, es decir, queda englobado dentro de esta nueva forma de atracción, en donde podemos incluir otros instrumentos todavía más concretos, como la comunicación, la transparencia y la colaboración.

La diplomacia pública es la política concreta o general que cambia el cómo una organización interactúa con el mundo exterior (Pamment, 2014). Su objetivo es entender las culturas, las actitudes o los comportamientos; construir y gestionar relaciones; e influir y movilizar acciones en pro de los intereses y valores del país en cuestión. La diplomacia pública se basa en la capacidad de comunicar, de tejer alianzas y de conseguir una mayor influencia en la escena global (Claver Ruiz, 2014). Aunque el liderazgo lo representa el Estado (la Administración Central), deben existir sinergias con el sector privado, los medios de comunicación y los ciudadanos, una característica esencial para que el poder blando de un país sea exitoso, como veíamos. Ante el creciente valor de la información, los Gobiernos deben situar la comunicación como una herramienta estratégica, defendiendo sus intereses e interactuando con los numerosos actores del panorama internacional (Rubio, 2014). Un Estado debe ofrecer la mejor versión posible de sí mismo.

Otra de las bases de esta diplomacia pública es su transparencia y apertura. En un régimen democrático, estos dos principios resultan esenciales para conseguir el compromiso de la sociedad civil, consiguiendo relaciones de cooperación y no de competición, lo que resultaría especialmente dañino para el Estado, quien ha observado cómo han aparecido incontables nuevos actores en las relaciones internacionales (Manfredi, 2014). La atracción de un país nacerá de su accesibilidad para ser conocido, tanto para sus propios ciudadanos como para los visitantes extranjeros. Pero una vez el Estado sea polo de atracción para las inversiones o para la participación privada, este debe ser capaz de coordinarse y marcar las líneas de actuación.

Como ya se ha visto, no es más poderoso quien más recursos tiene sino quien mejor los maneja. La comunicación y la transparencia conducen a la coalición entre los intereses públicos y los intereses privados. El Estado, aunque epicentro de las operaciones, ya no es el portavoz exclusivo, especialmente en el nuevo contexto de redes sociales y de inmediatez informativa (Rubio, 2014). Los medios digitales requieren de una mayor agilidad por parte de la diplomacia, la cual necesita ser más ágil y estar mejor conectada. Además de los medios digitales, el *big data* será otra herramienta imprescindible, puesto que mejorará la planificación y la ejecución de la política exterior (Manfredi, 2014).

Pero no todo debe basarse en la comunicación, sino que la diplomacia pública debe orientarse también al comercio, las inversiones, el turismo, la cultura, la educación... El rol del Estado debe ser que estas actividades repercutan positivamente en el país, ya que la diplomacia pública no es un fin en sí mismo, sino un medio. La diplomacia pública debe estar institucionalizada (Rubio, 2014). Así aparece, al menos sobre el papel, en la *Estrategia de Acción Exterior* del año 2021-2024, donde se defiende la “utilización estratégica y eficaz de las redes sociales”, la necesidad de “reforzar su reputación, como país moderno, avanzado y maduro” y el apoyo “más coordinado en la amplia red de organismos vinculados a su actividad, favoreciendo sinergias”. En dicho documento, se realiza una mención especial a la diplomacia cultural, por su “particular activo que supone para la acción exterior española en términos de impacto, influencia y proyección”. El pilar de dicha diplomacia sería “la promoción del español” (*Estrategia de Acción Exterior 2021-2024*, pp. 85-87).

Una vez entendido el papel que le corresponde al Estado dentro de esta diplomacia pública, debemos observar los principales mecanismos que existen en España para llevarla a cabo. En este sentido, debemos hacer notar un alto grado de continuidad entre las distintas administraciones, más allá de la alternancia de partidos políticos en los sucesivos Gobiernos de las últimas cuatro décadas (Marco y Otero, 2010). Pese a ello, sí observamos algunos proyectos fracasados, como son los de Marca España (creada por el Gobierno de Mariano Rajoy en 2014) y España Global (creada por el Gobierno de Pedro Sánchez en 2018), proyectos que han acabado por desaparecer ante la falta de concreción y por no tener una hoja de ruta bien definida. En ambos casos, no dejaba de ser la plasmación teórica de la Nueva Diplomacia Española, pero sin un contenido práctico claro (Togores y Jiménez, 2018). En la actualidad, el Gobierno de Pedro Sánchez ha creado una Dirección General del Español en el Mundo, que cumple con las antiguas funciones de España Global (Real Decreto 808/2021).

En cambio, otros proyectos sí han tenido éxito y, como decimos, han continuado en el tiempo, con diferentes administraciones al cargo. Probablemente la más importante y conocida a nivel nacional e internacional sea el Instituto Cervantes, creada en 1991, siendo una institución pública que “promueve universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y contribuye a la difusión de las culturas hispánicas en el exterior”<sup>1</sup>. Se encuentra en 88 ciudades de 45 países, protegiendo el patrimonio lingüístico y cultural de la comunidad hispanohablante. De gran relevancia también es la Red de Casas, cuyo éxito ha permitido la apertura de hasta seis centros (África, América, Árabe, Asia, Mediterráneo y Sefarad-Israel) desde su inicio en el año 1990. Conforman “una potente red de diplomacia pública, (...) orientada a la cooperación política y económica, al diálogo intercultural, al mutuo conocimiento y al fortalecimiento de los lazos entre sociedades civiles en los distintos ámbitos geográficos en los que actúan”<sup>2</sup>. En esta Red de Casas se fusionan distintos intereses y se combinan las iniciativas público-privadas.

A raíz de la crisis económica y financiera iniciada en el año 2008, la política exterior se replegó y centró sus esfuerzos en atraer inversiones, mostrando a España como un país seguro y fiable (Togores y Jiménez, 2018). De esta manera, el ICEX fue ganando relevancia en esta nueva diplomacia pública que, desde la segunda legislatura de Rodríguez Zapatero, se venía desarrollando en España, ante la menor relevancia de España en el ámbito internacional y la necesidad de conseguir financiación para España ante los retos económicos. No solo tiene un perfil económico, sino que, al tratar de atraer inversores hacia España, cuenta con un importante papel de Diplomacia Pública<sup>3</sup>. Además, España también cuenta con la Real Academia de España en Roma, en donde se forman artistas e intelectuales españoles para lograr una mayor presencia cultural española en Italia y un mejor entendimiento entre Europa e Iberoamérica<sup>4</sup>; la Acción Cultural Española, que impulsa y promociona la cultura y el patrimonio de España a través de actividades, exposiciones, congresos, conferencias...<sup>5</sup>; o la Fundación Carolina (Togores y Jiménez, 2018).

Pero estos mecanismos no se desarrollan únicamente de forma bilateral por parte de España con algunos países, sino que también se amplían en el marco multilateral, realizando acuerdos relacionados con asuntos culturales o de cooperación. En este sentido, debemos destacar dos importantes realizaciones. Por un lado, las Cumbres Iberoamericanas, iniciadas en 1991, son un espacio común iberoamericano de concertación política y de cooperación, donde se intercambian experiencias, se establecen diagnósticos compartidos y se conciertan posiciones comunes ante los desafíos de la Comunidad<sup>6</sup>. La vinculación entre los países miembros es de tipo cultural e histórica y la mayoría de los acuerdos firmados en este foro tienen dicho carácter. De menor nivel, pero también relevantes para el tema que nos concierne, encontramos los Congresos Internacionales de la Lengua, creados en 1997, en donde se reflexiona y debate “sobre la situación, los problemas y los retos del español”. Lo que se pretende es “avivar la conciencia de corresponsabilidad de Gobiernos, instituciones y personas en la promoción y en la unidad de la lengua”<sup>7</sup>.

A todos estos mecanismos, hay que añadirle la Ayuda al Desarrollo y la Cooperación que realiza España en todos los continentes. Dicha ayuda encontró su momento de auge durante el primer Gobierno de Rodríguez Zapatero, cuando renombró el Ministerio de Asuntos Exteriores, añadiéndole el título de Cooperación, y destinó el 0’5% del PIB al Desarrollo Internacional (Togores y Jiménez, 2018). La crisis económica redujo la cantidad de inversión destinada a este fin (0’2%). Con el Gobierno de Mariano Rajoy se apostó por una inversión mixta, entre el sector público y el privado, de manera que se aliviase el peso económico del Estado, sin perjudicar a los beneficiarios de esta ayuda. Con Pedro Sánchez, aunque el porcentaje de inversión se ha incrementado ligeramente, se ha continuado con esta tendencia colaboracionista (Iglesias Cavicchioli, 2018).

Pese a todo, estos mecanismos del Estado español en su diplomacia pública todavía adolecen de algunos defectos que deben ir mejorando con el paso del tiempo. Por un lado, la falta de presencia española en la región más pujante del momento, Asia. Aunque bajo el mandato de Mariano Rajoy se incrementó la participación diplomática

---

1 [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/informacion.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm)

2 <https://www.reddecasas.es/lascasas.php>

3 <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/index.html>

4 <https://www.accademiaspagna.org/objetivos/>

5 <https://www.accioncultural.es/es/presentacionACE>

6 <https://www.segib.org/cumbres-iberoamericanas/>

7 <https://congresosdelalengua.es/>

de España, buscando atraer inversiones a España, España sigue rezagada, contando con apenas 14 embajadas en el continente<sup>8</sup>, mientras que Francia cuenta con 27<sup>9</sup> o Italia con 19<sup>10</sup>. El carácter económico de nuestra diplomacia debe ser motivo suficiente para impulsar nuestro papel en la región.

Otro de los puntos donde España debe mejorar es en su falta de colaboración con el sector privado, lo que permitirá a España disfrutar de más recursos y ganar presencia mundial. Uno de los mayores activos de España son sus grandes empresas multinacionales, especialmente en el sector bancario y textil, por lo que se deben realizar actividades de colaboración entre estas y el Estado que beneficien a ambas, dando una posición más notoria a España en otros países y ante organizaciones internacionales (Marco y Otero, 2010). A este problema hay que añadirle la falta de coordinación que existe en ocasiones entre el Gobierno Central y las Comunidades Autónomas, la cual trató de paliarse con la Ley de la Acción y del Servicio Exterior del Estado, de marzo de 2014, pero en donde también se observa una necesidad de avance más profundo (Togores y Jiménez, 2018).

España, en el ámbito cultural y de Diplomacia Pública, puede jugar por encima de sus posibilidades, puesto que cuenta con activos culturales de primer nivel, situándose en quinto lugar en el ranking de cultura de la clasificación de *The Soft Power 30*<sup>11</sup>. Debe, por tanto, explotar este tesoro que tiene, para que revierta en su beneficio. Para ello, debe elevar el “escaso nivel internacional de las instituciones y de las compañías nacionales” (Marco y Otero, 2010, p.157). El gran peligro que asoma es la creciente diplomacia de los países asiáticos, los cuales cuentan con mayor cantidad de recursos. Para ello, la Unión Europea ha creado EUNIC (European Union National Institutes for Culture), que es un conjunto de organizaciones europeas unidas por relaciones culturales que buscan expandir la cultura europea fuera de sus fronteras<sup>12</sup>.

### 1.3. ¿Por qué el idioma? ventajas y oportunidades

Dentro de los distintos elementos de poder blando que analizamos anteriormente, la Diplomacia Pública era uno de ellos y, dentro de la misma, encontramos distintas formas de llevar a cabo dicha comunicación y promoción de los valores y principios del país. La cultura aparece como uno de los elementos esenciales, especialmente para España, por su historia y tradición. Y, dentro de la cultura, consideramos que el idioma español supone un argumento de especial fuerza como entrada para el conocimiento de las costumbres y forma de ser de los españoles y de la comunidad hispanohablante. A continuación, trataremos de exponer los motivos por los que damos mayor relevancia al español e introduciremos algunos datos e ideas importantes para el desarrollo del trabajo.

El idioma resulta la puerta de entrada de cualquier persona hacia el conocimiento, ya sea de otra persona, de otro lugar o de algún concepto. Para España, el idioma puede suponer la entrada de visitantes extranjeros a nuestro país, lo que acaba deviniendo en inversión económica, mejora de la imagen y reputación del país y mayor peso internacional. En un país como el español, que lleva sufriendo desde hace algo más de una década un evidente deterioro en su presencia internacional, y en un mundo como el actual, donde apenas hay tiempo para un conocimiento cierto de algunos países, la promoción del idioma supone vencer clichés y estereotipos que dificultan el conocimiento de España (Anholt, 2013). Por eso, si España quiere mejorar su imagen internacional, debe apostar por la expansión del idioma.

La fortaleza del español hoy en día radica en su capacidad cuantitativa, puesto que cuenta con unos datos que lo sitúan en el podio de los idiomas más utilizados y aprendidos en la actualidad. El porcentaje de población que tiene el español como lengua materna alcanza el 7% del conjunto mundial (en segunda posición tras el chino mandarín), cifra que aumenta al 8'2% si añadimos a aquellos que tienen un conocimiento con competencias limitadas o que se encuentran aprendiendo el idioma (en tercera posición tras el inglés y el chino). Además, este porcentaje, así como el número total de hispanohablantes, está previsto que se incremente en las próximas décadas, fruto del

8 <https://www.exteriores.gob.es/es/Ministerio/Paginas/Embajadores.aspx>

9 [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/liste\\_chefs\\_de\\_poste\\_12.05\\_cle4a9958.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/liste_chefs_de_poste_12.05_cle4a9958.pdf)

10 <https://www.esteri.it/it/ministero/struttura/laretediplomatica/?pag=4&tipoL%5B0%5D=0&cont%5B0%5D=Asia&c&capomissione>

11 Spain - Soft Power (softpower30.com).

12 <https://www.eunicglobal.eu/about>

crecimiento demográfico desarrollado por las comunidades hispanas en el mundo. En cambio, otros idiomas punteros, como el inglés, el chino o el francés, no tienen previsto ese mismo aumento, sino que, de hecho, ven reducida su presencia global. Dos datos más apoyan esta reciente relevancia del español en el extranjero. Por un lado, las estimaciones indican que Estados Unidos será el segundo país hispanohablante del mundo en el año 2060, cuando un 28% de la población sea hispana de idioma. Por otro, según datos del Instituto Cervantes, en la actualidad existen más de 24 millones de alumnos que estudian español, aunque esa cifra puede ser mayor, ya que su contabilidad es compleja y no siempre refleja la totalidad de los estudiantes (Fernández Vítóres, 2021).

Todos estos datos, optimistas en cuanto al peso del español en el mundo, tanto en la actualidad como en el futuro a medio plazo, muestran la vitalidad y el vigor de nuestro idioma, lo que obliga también a sacar partido por parte de las instituciones, que deben coordinar el crecimiento y extraer beneficios tangibles para España y su economía. En este sentido, el pasado mes de marzo, el Gobierno de España publicó el PERTE denominado Nueva Economía de la Lengua, donde se trata de “maximizar el valor del español y las lenguas cooficiales en el proceso de la transformación digital a nivel mundial” (Consejo de Ministros, marzo 2022). Sin ninguna duda, esta es una de las grandes lacras del español en la actualidad: su falta de presencia en la red y en el mundo digital. Más adelante, profundizaremos un poco más en este aspecto.

Este proyecto busca, sobre todo, el impulso del español en el sector digital, como la inteligencia artificial o la publicación de artículos científicos en español. Para ello, cuenta con un presupuesto de 1.100 millones de euros, al que se tratará de integrar la colaboración privada y también algunas instituciones iberoamericanas, como la Secretaría General de Estados Iberoamericanos o la Organización de Estados Iberoamericanos. Se desarrollarán, además, actividades de encuentro y divulgación, que fomenten la participación de universidades, empresas... Finalmente, se pretende que este PERTE refuerce la posición de España como puente entre Europa y América Latina y mejore la imagen de nuestra marca país (Consejo de Ministros, marzo 2022).

Una de las oportunidades de mejora que encuentra el español en el futuro cercano atañe a España más que a otros países hispanohablantes. Hacemos referencia al aprendizaje y uso del español en la Unión Europea. En la actualidad, el español no es una lengua de trabajo dentro de la Comisión Europea<sup>13</sup>. Además del evidente perjuicio para la imagen y prestigio de nuestro idioma, también supone un daño en el número de estudiantes que puedan decidirse por aprender español dentro del continente. Lenguas menos habladas a nivel mundial, como el francés o el alemán, están más presentes en el seno de la Unión. Este cambio debe ser una de las primeras medidas que el Gobierno español y las administraciones públicas deben llevar a cabo, lo que también repercutirá en una mayor presencia política de España en las decisiones de la Comisión.

Un factor que sí es positivo dentro del contexto europeo lo recoge el Eurobarómetro de 2018, sobre la educación en Europa, haciendo especial referencia a los idiomas. En dicha encuesta, se preguntaba a jóvenes europeos de entre 15 y 30 años por cuál es el idioma que más deseaban aprender. El 35% de los encuestados respondió por el español, frente al 23% que se decantó por el alemán<sup>14</sup>. Esta respuesta es un arma de doble filo. Por un lado, muestra el interés de un amplio sector de la juventud europea por conocer el idioma y la cultura española, lo cual no deja de ser un dato positivo, aunque de importancia relativa. Pero, por otro lado, indica el actual desconocimiento de nuestra lengua fuera de nuestras fronteras. En otra pregunta realizada en la misma encuesta, se pregunta por un idioma que se quiera mejorar. En esta respuesta, el español (13%) es superado por el inglés (64%), el francés (18%) y el alemán (15%). Esto refleja que los jóvenes europeos ya conocen otras lenguas previas al castellano, por lo que, en realidad, el español apenas es la primera opción para algunos estudiantes europeos. La tendencia es buena, pero la realidad todavía nos muestra el camino por recorrer.

España debe mostrarse como destino para aquellos estudiantes europeos que deseen mejorar su nivel de español. Se deben mejorar las relaciones internacionales entre centros de español, intercambios de idiomas y políticas públicas para que nuestro país se convierta en un elemento indispensable para la enseñanza complementaria y transversal de alumnos europeos<sup>15</sup>. Los estudiantes de español de Estados Unidos o de Brasil encuentran en los

---

13 <https://fedele.org/evolucion-del-espanol-como-lengua-extranjera-en-la-ue/>

14 [https://data.europa.eu/data/datasets/s2186\\_466\\_eng?locale=en](https://data.europa.eu/data/datasets/s2186_466_eng?locale=en)

15 <https://fedele.org/evolucion-del-espanol-como-lengua-extranjera-en-la-ue/>

países de su entorno el ambiente adecuado para desarrollar sus procesos de aprendizaje, no siendo España su lugar de referencia. Por eso, para España es de un interés esencial el hecho de que Europa aumente su interés por nuestro idioma, puesto que, en un porcentaje muy alto, repercutirá directamente sobre nuestra economía y nuestra presencia política.

Además, en un contexto de globalización como el actual, el aprendizaje de idiomas resulta especialmente atractivo y necesario. Eso genera una enorme competitividad entre los distintos centros nacionales de idiomas, que buscan ensalzar la relevancia de su lengua por encima de las demás. Si el español, pese a la presencia real que tiene en el mundo, no es capaz de diferenciarse de los demás, de ser más atractivo o de tener una mayor presencia en organismos internacionales, será difícil que personas no hispanohablantes se decanten por el español para aprenderlo. El papel del Gobierno y de la diplomacia pública se hacen esenciales para lograr esta conexión. Por ahora, estamos perdiendo la batalla. Así lo reflejan las cifras publicadas por el Instituto Cervantes, puesto que el 81% de los estudiantes de español se concentran en Estados Unidos, Brasil y la Unión Europea (Fernández Vítóres, 2021). Ya comentamos anteriormente la relevancia a todos los niveles de Asia en el futuro próximo, por lo que España debe ser más ambiciosa en este mercado.

El español, por tanto, cuenta y contará con una presencia internacional muy grande, situando a países como España como auténticas potencias mundiales en este ámbito. Las oportunidades de España son reales, pero debe dar el paso necesario para que las aspiraciones no se queden en eso, sino que se traduzcan en crecimiento real y permanente. La medida del Gobierno para tratar de aumentar el español en la red y los medios digitales parece ir encaminada en la buena dirección que, eso sí, requiere que no se quede en papel mojado, sino que su implementación sea real y sustanciosa. Además, la situación de inferioridad en la que se encuentra el castellano en la actualidad en la Unión Europea (principal mercado para España) le permite tener mayor capacidad de acción, pero también le genera la urgencia de acabar con dicha inferioridad.

## 2. Los datos de la presencia del español en el mundo

### 2.1. Panorama general actual del español en el mundo

A continuación, llevaremos a cabo un sucinto resumen de la situación actual del español en el mundo, tanto dentro como fuera del mundo hispánico. Para ello, nos vamos a apoyar, esencialmente, en los trabajos de Francisco Moreno y en el Instituto Cervantes, los cuales han desarrollado documentos de trabajo muy interesantes, que nos permiten evaluar la evolución del español y su tendencia futura, así como compararlo con idiomas parecidos en relevancia a nivel mundial. El continuo cambio en el número de hispanohablantes y su peso internacional obligan a utilizar los datos más recientes posibles, aumentando la importancia de las proyecciones futuras en el corto y medio plazo.

De acuerdo con el último informe del Instituto Cervantes del año 2021, el español es utilizado por 493 millones de personas como lengua materna. Si a esta cifra le añadimos el Grupo de Competencia Limitada y el Grupo de Aprendices de la Lengua Extranjera, entonces el dato asciende a 591 millones de personas en la actualidad. Con estos números, el español se convierte en la segunda lengua materna, tan solo por detrás del chino mandarín, y en la tercera en el total de hablantes, superado también por el inglés. Además, como también mencionamos anteriormente, el español es estudiado por más de 24 millones de personas, cifra que no ha parado de crecer desde principios del presente siglo.

Los países en los que se habla español de manera oficial o vehicular, pues no todos los países recogen en su Constitución su idioma oficial, son 21, de tres continentes diferentes (Moreno y Otero, 2007). En Europa, encontramos España; en América, la mayoría de los países de Centro y Sudamérica, situándose el mayor porcentaje de hablantes en esta región; y en África, Guinea Ecuatorial y los territorios españoles de Ceuta, Melilla y las Islas Canarias. Los países con mayor cantidad de hablantes son México (128 millones), Colombia (51 millones), España (47 millones) y Argentina (45 millones), seguidos de Perú y Venezuela con más de 30 millones. Fuera del mundo hispánico, encontramos Estados Unidos, con más de 56 millones de hablantes y la Unión Europea, con casi 27 millones. En las regiones de Oriente solo destaca el caso filipino, en donde no se alcanza el medio millón de hispanohablantes (Fernández Vítors, 2021). En cuanto a organizaciones multilaterales, el español es idioma oficial de las Naciones Unidas, la Unión Europea o Mercosur, entre otros.

Las características que han hecho del español una de las lenguas internacionales más importantes del mundo no se reduce solamente a sus datos cuantitativos. Por un lado, encontramos que el español es una lengua con un alto grado de homogeneidad, es decir, que no presenta grandes diferencias entre unas regiones y otras, por lo que la comunicación es fluida. Esto se debe al sistema vocálico simple, a la existencia de un sistema consonántico común por parte de todo el mundo hispánico y a un léxico básico compartido. Además, el español cuenta con una larga historia y una literatura universal de gran nivel, que le ha permitido ser conocido en el mundo entero, a través de obras de referencia y de autores de renombre. Finalmente, el español se sitúa en una geografía muy compacta, ya que los países hispanohablantes se sitúan contiguos unos a otros, habiendo bajos ratios de diversidad, es decir, es poco probable que dentro de los territorios hispánicos dos personas hablen idiomas diferentes (Moreno y Otero, 2007).

Estos datos y estas características permiten mirar al futuro con optimismo en cuanto a la proyección del español en las próximas décadas. Sobre la base demográfica de un idioma se puede asentar el potencial económico del mismo (Moreno, 2007). El español lleva en auge desde hace décadas, principalmente por dos motivos. En primer lugar, debido al crecimiento natural de la población de los países hispanohablantes, especialmente en Hispanoamérica. En segundo lugar, debido a las migraciones internacionales, que han provocado que el español se difunda a otros países donde no es lengua oficial, especialmente Estados Unidos. De hecho, se prevé que para 2060, Estados Unidos cuente con 111 millones de hispanoparlantes, siendo el segundo país con mayor número de población hispana (Fernández Vítors, 2021). Queda, por tanto, el reto de que el aumento de hispanoparlantes se deba también al incremento en el número de estudiantes extranjeros, promoción que debe nacer de las instituciones y administraciones públicas de los distintos países de habla hispana.

Las proyecciones futuras muestran un estancamiento en el número de nativos de chino, francés, inglés o ruso, pero no así del español, que seguirá creciendo (Moreno, 2007). Según estimaciones del Instituto Cervantes, el español crecerá, en número total de hablantes, durante el presente siglo, alcanzando su apogeo a finales de la década de los 60 (726 millones), momento a partir del cual reducirá su número ante el bajón demográfico de la comunidad hispana en América, situándose en 690 millones (Fernández Vítóres, 2021). En cambio, idiomas como el árabe, el hindi o el bengalí sí mantendrán tasas de crecimiento positivas de manera continuada (Moreno, 2007), aumentando tanto en cifras absolutas como en peso relativo a nivel mundial.

Este hecho nos muestra una necesidad de cara al futuro próximo: el español no puede basarse únicamente en el crecimiento natural para aumentar su peso en el mundo, sino que debe también esforzarse por convertirse en la segunda lengua de los no hispanos, especialmente en los países con mayor relevancia en el ámbito internacional, como Estados Unidos, Francia, Reino Unido o China, o en aquellos países que tengan una progresión ascendente en el aspecto demográfico, como África o algunas regiones de Asia. Las previsiones en el número total de hispanohablantes muestran un crecimiento en datos absolutos, pero no en su importancia relativa, puesto que esta se va a mantener en torno al 1% durante todo el siglo, ya que regiones como la India o África Subsahariana tendrán explosiones demográficas que beneficiarán a otros idiomas, como el francés (ONU, 2019).

Por tanto, el Grupo de Aprendices de la Lengua Extranjera se muestra como el foco hacia el que deben tender todos los esfuerzos por parte de los organismos públicos dedicados al idioma español. Por un lado, se debe tratar de diversificar la nacionalidad de los estudiantes, tratando de integrarse más en los continentes africano y asiático. Por otro, dentro del ámbito europeo, se debe mantener la tendencia alcista desarrollada en la última década, por la que el español ha reducido distancias respecto del alemán (Eurostat, 2021), y mantener el crecimiento experimentado en los países anglosajones, como Reino Unido o Estados Unidos.

El hecho de que el inglés, aunque tenga prácticamente el mismo número de nativos que el español, nos supere ampliamente en número total de hablantes, muestra la ventaja que nos lleva, puesto que el inglés ha conseguido imponerse como lengua franca en ámbitos como el del comercio, la economía, la ciencia o la tecnología (Moreno, 2007). La presencia del español en artículos científicos, páginas web, organismos internacionales... debe aumentarse progresivamente, algo que irá muy ligado al peso que los países hispanohablantes tengan en la sociedad internacional. Como veremos a continuación, el crecimiento económico/político y el lingüístico van de la mano y se retroalimentan, de tal manera que la mejora en un ámbito repercute directamente en el otro.

## 2.2. Importancia de la lengua en la economía e Internet

Como venimos diciendo a lo largo del documento, la importancia del idioma debe crecer, pero no siendo un fin en sí mismo, sino como medio para mejorar las condiciones de vida de las personas y de nuestro país. Por ese motivo, los datos económicos que giran en torno a nuestro idioma son un buen reflejo del fruto que el español cosecha a través de su presencia en el mundo, de intercambios comerciales, de industrias culturales, de actividades lingüísticas... Aunque no es fácil de medir, probablemente sea la medida más tangible del peso internacional del español. Junto al valor económico, también debemos observar la presencia de nuestro idioma en los medios digitales, que cada vez se encuentran de forma más omnipresente en todos los aspectos de nuestra vida. Estar en Internet es ser protagonista.

El hecho de que dos países compartan idioma eleva las actividades comerciales y financieras de manera notable, variando según los casos. En el caso del español, según el estudio llevado a cabo por Jiménez y Narbona (2007), el español provoca un incremento del comercio del 270%. El idioma aumenta los intercambios por varios motivos. Por un lado, porque compartir una lengua genera un bien de club, una colectividad entre dichos países, lo que se denomina externalidades de red. En segundo lugar, porque la lengua reduce los costes de transacción, ya que no son necesarios gastos ni retrasos debidos a la traducción de los contratos o de las negociaciones. Finalmente, la lengua reduce la distancia psicológica entre los interlocutores o entre los mercados, de forma que se gana en confianza con la otra parte, favoreciendo la consecución de un acuerdo (Jiménez y Narbona, 2011). La lengua genera una noción identitaria que elimina barreras de la misma forma que lo puede hacer la moneda común o la retirada de barreras arancelarias.

El hecho de que el español tenga tanta relevancia a la hora de definir los intercambios comerciales se debe también a las características de los países hispanos, que, por lo general, cuentan con una menor capacidad de compra que los países de habla inglesa. Por eso, es un factor más decisivo el uso del español que el del inglés para incrementar las actividades económicas, porque los países hispanohablantes otorgan mayor importancia a la reducción de costes que genera el compartir un idioma. Además, también se ha comprobado que, dentro de las similitudes culturales que pueden existir entre distintos países, la lengua es el que más peso tiene, superando a factores como la religión, relaciones históricas o pertenencia al mismo bloque regional (Jiménez y Narbona, 2007).

La lengua, además de favorecer intercambios comerciales de cualquier tipo, también es materia prima esencial en algunos sectores concretos, como la industria editorial o la audiovisual. En el caso de España, para el año 2019, la cultura supuso un 2'4% del PIB español. Esta cifra aumenta al 3'4% si añadimos las actividades económicas vinculadas con la propiedad intelectual (Ministerio de Cultura, 2019). Aunque en términos absolutos las cifras crecen en los últimos años, el porcentaje que representa la cultura en el PIB español se ha visto reducido en seis décimas en la última década. Países como Alemania, Francia o Italia cuentan con industrias culturales más poderosas pese a que tienen menos hablantes y su influencia internacional también es mayor (Santos Redondo, 2011). Estas industrias culturales, además de hacer crecer el PIB del país, también ayudan a mejorar la imagen de nuestra marca-país.

A nivel global, recogiendo los 21 países del mundo hispano y todas sus actividades económicas (no solo las culturales), la contribución al PIB mundial es del 6'9% (Fernández Vítóres, 2021), superando la producción de los países francófonos, pero quedándose por detrás de los ingleses (32%) y de los chinos (18%). Durante la primera mitad de la década de los 90, el español creció significativamente, pero a partir de 1995 se estancó, manteniendo la importancia que tiene debido al crecimiento demográfico de los países hispanos. Por otra parte, y aunque sigue estando lejos de los niveles de los angloparlantes, ha crecido el poder de compra de la comunidad hispana en el mundo, lo que favorece a las industrias culturales en español, las cuales suponen en torno al 3% del PIB de las economías de los países de habla hispana (García Delgado, 2019).

En el mundo digital, el español cuenta con datos ambivalentes, puesto que debe mejorar en la cantidad de páginas web y en el número de artículos en español, aunque, al mismo tiempo, se sitúa en los primeros puestos dentro de las redes sociales más influyentes a nivel mundial. Uno de los grandes problemas que tiene la comunidad hispana es su acceso a Internet, el cual es más reducido que el otras comunidades idiomáticas (Rojo, 2007). El 70% de los hispanohablantes tiene acceso a Internet, siendo este un dato menor que el registrado en la Unión Europea, por ejemplo. Las diferencias entre los países hispanos más adelantados (Argentina, Paraguay, España...) y los más atrasados (Guinea Ecuatorial, Honduras, Cuba...) provocan que este sea uno de los aspectos donde encontramos mayor divergencia dentro del mundo hispánico (Fernández Vítóres, 2021).

En el número de páginas web, el español se encuentra en cuarto lugar, muy por detrás el inglés y del chino y parejo con idiomas como el japonés o el ruso, que tienen significativamente menor número de hablantes (Rojo, 2007). Uno de los puntos donde debe mejorar el español es en la dimensión multilingüe, puesto que son muy escasos los contenidos redactados y producidos originalmente en español y que después sean traducidos a otro idioma (Fernández Vítóres, 2021). El dato más optimista, de nuevo, nos lo brinda Estados Unidos, que, como líder mundial en actividad en Internet, incrementa la cantidad de contenidos en español, fruto de la comunidad hispana en dicho país (González-Tosat, 2019).

Finalmente, en el número de usuarios totales, el español se encuentra en el tercer puesto, con un 7'9% del total, superando los 363 millones de usuarios. Tan solo es superado por el inglés y el chino (Internet World Stats, 2021). Aun así, no deja de ser llamativo que, dentro de los diez primeros países en número de usuarios, solamente México tiene el español como lengua oficial o vehicular. Debido a las desigualdades en el ámbito digital, el español todavía puede crecer bastante, especialmente en aquellos países menos desarrollados a nivel cibernético. Desde comienzos de siglo, el español ha crecido en un 1500% (Fernández Vítóres, 2021), pero este dato debe seguir creciendo para no quedar estancados, especialmente cuando los países más avanzados dentro del mundo hispánico apenas tienen más capacidad de mejora.

Pero si el mundo digital es hoy en día importante, el ámbito de mayor relevancia dentro de este nuevo mundo son las redes sociales y las plataformas de contenido. En este sentido, el español ocupa, con gran distancia respecto de sus perseguidores, el segundo puesto (Ídem, 2021). El chino no aparece porque, en muchos casos, cuentan con

sus propias plataformas sociales, por lo que su presencia en redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter es mucho menor. Los principales motivos del éxito del español en estas realidades digitales se deben, por un lado, a su carácter gratuito, que beneficia a aquellos individuos con menos recursos, que encuentran en estas plataformas una oportunidad tanto de ocio como de negocio. Por otro lado, la pertenencia a las redes sociales no cuenta o es muy difícil que tenga un apoyo institucional, es decir, es un aspecto que desarrollan los individuos por su propia cuenta, sin intermediación estatal. Por eso, contar con un mayor número de hablantes en el mundo otorga una ventaja indiscutible.

Además, no son solo números, sino que también hay que tener en cuenta el éxito de los contenidos. El vídeo más visto de la historia de YouTube es *Despacito*, una canción latina, en español, cantada por Luis Fonsi y Daddy Yankee, artistas de habla hispana. Entre las plataformas de *streaming*, destacamos Netflix, cuya serie de habla no inglesa más vista es *La Casa de Papel*, producida y rodada en España. Por este motivo, el mundo digital no debe caer en el olvido, puesto que supone la primera entrada de cientos de millones de personas hacia la cultura española. El español debe mejorar en su presencia dentro del mundo web, creando más páginas web y teniendo más presencia a partir de artículos científicos y académicos, pero, al mismo tiempo, debe aprovechar el impulso tomado en los últimos años en las redes sociales y los espacios de ocio.

### 2.3. El español en las migraciones internacionales

Las migraciones son un fenómeno histórico siempre presente en las sociedades humanas. En la actualidad, estos movimientos se encuentran más difundidos que nunca, debido a la globalización, la tecnología y la mejora en los medios de transporte (Gutiérrez, 2007). Su importancia abarca todos los ámbitos de un país, desde la política hasta la cultura, pasando por la economía. En el caso de España, la migración, que hasta décadas recientes había estado protagonizada por éxodos internacionales, ahora observa la llegada de miles de personas al año a nuestras fronteras. Además, los movimientos de hispanohablantes otorgan al español una difusión no buscada, pero profundamente provechosa para nuestra lengua. La relación entre lengua y migración es evidente, así como el beneficio que dicha relación supone para el español.

Los contactos migratorios entre España y los territorios americanos hispanos han sido continuos desde finales del siglo XV. Dicho flujo tenía una única dirección, puesto que eran miles los españoles que emigraban de España para encontrar mejores condiciones de trabajo en Latinoamérica o como consecuencia de la situación política del país. Solo desde finales del siglo XX, España se convirtió en receptor de migración, tanto por parte de población hispana como por parte de comunidades que hablaban otros idiomas (Moreno, 2013). El hecho de que España sea el segundo país con mayor población hispanoamericana, solo por detrás de Estados Unidos, marca la importancia y la ventaja de tener un idioma común. Dicha migración ha sido muy positiva para España, por cuanto trae consigo mano de obra y rejuvenece a la población española.

Además, el hecho de compartir un idioma común permite una más rápida, más fácil y mejor integración de estas poblaciones en España. Es, por tanto, una inmigración positiva para España, que no genera conflicto social, sino que acepta la llegada de extranjeros, puesto que la lengua y la cultura son muy similares. El idioma permite, además, que el coste de la llegada de estos inmigrantes sea menor, ya que no es necesario un periodo de aprendizaje, sino que se encuentran ya plenamente dispuestos para incorporarse al mercado laboral o a sus estudios académicos (Alonso y Gutiérrez, 2009). La ventaja para España es doble. Por un lado, disfruta de inmigración joven, dispuesta a trabajar; y, por otro, no supone un problema social, al contar con un proceso de integración más sencillo.

Esto muestra la necesidad de que en otras regiones del planeta se aprenda el uso del español. Por un lado, esto permitirá que España sea visto como un lugar de destino atractivo, ya que la barrera del idioma quedará eliminada, frente a países similares de nuestro entorno. Por otro, acercará a profesionales que muy probablemente tendrán una alta cualificación, en cuanto que han aprendido un idioma y eso es muestra de una preparación y unas condiciones determinadas. La incidencia sobre nuestra economía sería muy positiva. Si España resulta un país atrayente para los inmigrantes, la residencia en nuestro país puede ser un motivo para un incremento en el conocimiento de nuestro idioma.

Pero en España no solo se realizan movimientos por motivos de trabajo o residencia, sino también es el país número uno en estudiantes universitarios dentro del Programa Erasmus, acogiendo a 35 mil jóvenes europeos, lo que supone un 17% del total (Sankhé, 2014). También en el sector turístico España se muestra como el segundo país en número total de visitantes, solo por detrás de Francia<sup>16</sup>. Esos movimientos temporales, lejos de resultar circunstanciales, son fundamentales para nuestra economía y para el conocimiento de nuestro país y de nuestra lengua.

Pero no es España el único país que se beneficia de los movimientos migratorios, puesto que Estados Unidos, debido a su proximidad geográfica y a sus mayores oportunidades económicas, es el país que más población hispana acoge (Moreno, 2013). Esto también supone una gran ventaja para el español, puesto que se difunde y asienta en el país más importante del mundo, por lo que su exposición aumenta. El crecimiento económico y social que experimentan los ciudadanos hispanos en Estados Unidos permite que su situación mejore, por lo que, poco a poco, la comunidad hispana va ganando en poder adquisitivo y en bienestar, lo que, como ya hemos visto, ayuda a las industrias culturales en español. Resulta especialmente enriquecedor para el español el hecho de abrirse a países con otras realidades lingüísticas, puesto que, aunque es más difícil, permite difundir el idioma y ganar terreno frente a otras lenguas.

Es cierto que el hecho de que muchos hispanohablantes deban emigrar de sus países es también motivo de preocupación para el futuro desarrollo del español como lengua global. La inmigración no deja de suponer una clara señal de inestabilidad, ya sea en los ámbitos político, económico o social. Eso no ayuda a incrementar el peso internacional de los países hispanos, por lo que, aunque existen importantes ventajas de la migración de habla española, lo ideal sería que no existiese ningún tipo de migración o, en todo caso, que la América lingüísticamente española fuese polo de atracción de migración y no al revés.

En definitiva, el movimiento de personas es el movimiento también de los idiomas. España se ve claramente beneficiada por el hecho de compartir idioma con veinte países por todo el mundo, porque resulta un país más atractivo hacia los inmigrantes y estos, por su parte, encuentran un proceso de integración más sencillo y rápido, lo que no trastoca los fundamentos sociales de España. Además, como no solo España es receptor, sino en mayor medida lo es Estados Unidos, el español disfruta de una dispersión positiva, que le hace tener presencia en la mayor economía del mundo. El próximo paso para España es conseguir que más extranjeros de regiones no hispanas aprendan español y encuentren en España un lugar de trabajo y de vida atractivo, que suponga mayor crecimiento económico y mayor notoriedad internacional.

## 2.4. Presencia institucional del español en organismos internacionales

El español cuenta con una presencia institucional desigual en los distintos organismos multilaterales existentes en la actualidad. En ellos se observa que el español es una lengua americana y su peso radica, esencialmente, en su demografía. El hecho de encontrarse por detrás de idiomas menos hablados globalmente, como el francés, muestra la relevancia de las tendencias históricas y políticas. Como en otros ámbitos, en el campo de la diplomacia y el multilateralismo el español tiene campo de mejora, aunque haya conseguido algunos éxitos notables. El papel de las autoridades públicas juega un papel más importante que en otros casos, aunque también es cierto que los cambios son más difíciles, ya que involucran a gran cantidad de países y la inercia internacional siempre es lenta.

El español, históricamente, nunca ha sido una lengua franca. No ha conseguido imponer su uso entre las grandes autoridades internacionales en ningún momento de su historia. El francés, en cambio, sí lo hizo, desde 1648 en Westfalia hasta 1714 en Rastadt, cuando se convirtió en la única lengua en la negociación de la paz (Rupérez, 2012). Más adelante, con la victoria británica en las guerras napoleónicas y con el ascenso de Gran Bretaña dentro del panorama mundial, el inglés se fue introduciendo en los documentos y las conversaciones internacionales. En 1919, con la firma del Tratado de Versalles, ambos idiomas compartieron protagonismo, hasta que la aparición de Estados Unidos situó al inglés como el idioma de referencia hasta la actualidad.

En el caso de las Naciones Unidas, el español es una de las seis lenguas oficiales, junto con el inglés, el francés, el ruso, el chino y el árabe. Además, también fue reconocida, desde 1948, como una de las lenguas de trabajo, siendo

---

16 <https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>

la tercera más usada en la institución, solo por detrás del inglés y del francés (Fernández Vítors y García, 2014). Aquí es donde encontramos una de las primeras desigualdades dentro del contexto internacional: el francés tiene un protagonismo mayor pese a contar con menos hablantes, tanto a nivel nativo como en el cómputo general. Se impone el derecho frente al hecho. De todas formas, la ONU siempre ha situado al español en una situación privilegiada, en tanto que el español ha gozado de dimensión internacional desde su inclusión como lengua oficial en la Carta de Naciones Unidas. La relevancia del español en el seno de la organización no vino precisamente por la actuación española, sino más bien por el papel desempeñado por los países hispanoamericanos durante la Segunda Guerra Mundial y los años posteriores (Ybañez, 1998). Pese a la oficialidad teórica de los seis idiomas, tanto el inglés como el francés son utilizadas en una proporción mucho mayor en negociaciones informales y en la documentación institucional, por lo que el español es considerado una *lengua de traducción* (Fernández Vítors, 2014).

Pero es cierto que el principal peligro del español no viene por parte del francés, ni tampoco por parte de otros idiomas oficiales (ruso, árabe o chino), con los que el español tiene una ventaja considerable hoy en día. El mayor peligro del español radica en el inglés y en el uso de este idioma como *lingua franca*, puesto que el hecho de que la práctica totalidad de los diplomáticos y políticos conozcan este idioma provoca que sea el más utilizado a nivel internacional, desplazando a cualquier otra lengua, por muy internacional que esta sea (Ibidem, 2014). Actualmente, existe un Grupo de Amigos del Español (GAE), que trata de poner de relieve el idioma español en la Organización<sup>17</sup>. El primer reto del español debe ser, por tanto, configurarse como una lengua franca en algún ámbito, en alguna región, consiguiendo restar protagonismo al inglés. El segundo es, sin duda, aumentar la presencia política de los países hispanos en las organizaciones internacionales de mayor relevancia.

En el caso de la Unión Europea, se constata el hecho de que el español es una lengua americana y, por tanto, se circunscribe a esa región. Demográficamente, el español ocupa el quinto puesto en Europa, por detrás del inglés, el alemán, el francés y el italiano. La población nativa y el aprendizaje de estudiantes extranjeros hacen que España ocupe dicha posición, lo que la deja fuera de los principales organismos europeos (Rupérez, 2012). Las lenguas de trabajo son el inglés, el francés y el alemán. En el Parlamento Europeo sí es considerada lengua de trabajo, pero no en la Comisión, órgano más importante de la institución. Además, en el nuevo Sistema Europeo de Patentes el español no ha sido incluido como idioma de dicho nuevo sistema, por lo que España no se ha unido a dicho plan (Badillo y Hernández, 2019). Pero, aunque es cierto que el español cuenta con menos hablantes dentro de Europa, se debería tener en cuenta su dimensión internacional, ya que es la lengua utilizada en gran parte del continente americano, con quien la Unión Europea comparte estrechos lazos económicos y de amistad (Rupérez, 2012). Además, el hecho de ser lengua oficial en la ONU debería otorgarle un prestigio como para crecer dentro de las instituciones europeas.

Por eso, en el ámbito europeo, el español valdrá lo que valga España (Ibidem, 2012). Por un lado, en la esfera política. Si España consigue aumentar su protagonismo político dentro de la Unión entonces podrá ver aumentado también el papel del español tanto en la Comisión como en otras instituciones. Por otro, España debe ser capaz de aumentar la cantidad de europeos que hablan el español, para así aumentar sus cifras demográficas y utilizarlas como argumento para un mayor uso institucional de nuestro idioma. En este sentido, el Instituto Cervantes debe tener la tarea de difundir la enseñanza del español por todo el continente, de manera que se consigan muchas ventajas, entre ellas el incremento del peso del español en Europa. La defensa del español desde una posición de enfrentamiento y de exigencia no será vista con buenos ojos en Bruselas, puesto que se estarían defendiendo posiciones idiomáticas desde el nacionalismo, algo muy contrario al espíritu europeo. La defensa del español pasa por su evolución, no por su imposición.

Por otra parte, en otras organizaciones el español no es ni siquiera lengua oficial, como es el caso del Consejo de Europa o en la OTAN (solamente inglés y francés). En ambos casos convergen dos circunstancias que explican este desplazo. Por un lado, el hecho de que ambas tengan un marcado carácter europeo, por lo que, como hemos visto antes, el español pierde su principal baza: la demografía americana. En segundo lugar, España no formó parte de sendas organizaciones hasta pasado el régimen franquista, por lo que no tuvo ningún tipo de acción en la génesis de ambos proyectos (Fernández Vítors y García, 2014). En cambio, en la OSCE sí encontramos al español, ya que,

---

17 <https://news.un.org/es/story/2018/04/1431902>

en el ambiente cooperativo y de distensión en el que se llevó a cabo, hasta seis idiomas fueron reconocidos como oficiales.

El contexto en el que el español encuentra una mejor cabida es en el continente americano, en instituciones como MERCOSUR, la OEA o las Cumbres Iberoamericanas. El español no es solamente idioma oficial, sino que en este caso sí observamos un cierto uso como *lingua franca* ante países que hablan otros idiomas, como el portugués, el inglés o el francés (Ibidem, 2014). Si se consiguiese aumentar la importancia de estas organizaciones o de sus países miembros en la política internacional, entonces también el español aumentaría su presencia y su relevancia en términos globales. El gran inconveniente del español actual es su marcado localismo, el cual además se encuentra lejos de los parámetros geográficos de España, por lo que los beneficios que nos pueda reportar son escasos.

Un aspecto relevante del español y su presencia en ámbitos políticos se encuentra también en Estados Unidos, donde el porcentaje de hispanohablantes ha provocado que la política haya sufrido también un proceso de hispanización. Este proceso se observa en distintas vías, como la presencia de la migración en las campañas electorales, la existencia de un número creciente de senadores y congresistas de origen hispano (74 congresistas y 28 senadores) o la normalización y difusión en el uso del español dentro de las dos Cámaras de Representación (García y Ureña, 2022). Si el español crece en la política del país más importante del mundo, el español se verá inmensamente favorecido. Las ventajas para España, eso sí, todavía estarán por ver, pero en ningún caso será motivo de perjuicio.

Como vemos, el español se encuentra algo infrarrepresentado a nivel institucional, especialmente en la comparación con el francés y corre el peligro del monolingüismo, en donde el inglés ocuparía la preponderancia total. Por ello, según el exembajador Rupérez (2012), es importante que el Estado español, junto a los demás Estados hispanos, desarrollen una estrategia clara y efectiva para la visibilidad y uso del español. En segundo lugar, es fundamental que estos países aumenten su presencia real en los organismos internacionales, con una mayor agenda y un incremento de las propuestas. Tanto la estrategia como la mayor presencia deben ser continuos en el tiempo, puesto que, si no es difícil que se observen avances concretos, puesto que los idiomas requieren de visiones a largo plazo. Finalmente, estos objetivos de expansión lingüística no deben chocar con el normal funcionamiento de las instituciones, sino que debe ser un crecimiento progresivo y políticamente pacífico.

### 3. El papel de las instituciones españolas en la expansión del español en el mundo

Para llevar a cabo la necesaria difusión del español que se ha explicado en páginas anteriores son fundamentales una serie de instituciones y organismos que tengan esta función específica. Para ello, hemos distinguido tres grupos. Por un lado, los de carácter más general, entre los que hemos destacado la ASALE y la RAE. De entre estos cuerpos, el Instituto Cervantes ocupa un puesto especial, por lo que contará con un espacio aparte. Por otro, prestaremos también atención a aquellas iniciativas de nivel más autonómico y local que también tratan de tener una voz propia en este aspecto.

#### 3.1. Principales organismos lingüísticos del español en España

Uno de los principales inconvenientes que ha encontrado el español a la hora de difundirse ha sido la de tener una sola voz a la hora de defender tanto la *pureza* del idioma como la estrategia que se debe llevar a cabo para su promoción en el exterior. En lo referido a la pureza del idioma, encontramos dos instituciones, la ASALE y la RAE, en donde sí vemos una cierta colaboración entre los distintos países hispanos, especialmente en la creación de la primera de ellas (Muñoz-Basols y Hernández, 2019). La segunda sí tendría, sobre todo originariamente, un cariz más propiamente castellano. Por eso, aunque hablamos de organismos lingüísticos del español en España, en realidad, la Asociación de Academias de la Lengua Española tiene un carácter intercontinental que abarca un espacio mayor al meramente peninsular.

La ASALE es una organización fundada en 1951, en donde las distintas Academias de la Lengua de los países hispanohablantes se reúnen para configurar la política lingüística panhispánica, asumiendo la diversidad y riqueza del español en su conjunto<sup>18</sup>. La necesidad de colaborar en mantener un corpus común de español se hace especialmente urgente ante el crecimiento del idioma, que puede verse afectado por *impurezas* propias de la interacción con otras lenguas o por un número grande de hablantes que no sean nativos. En la actualidad, la ASALE está compuesta por 23 corporaciones de cuatro continentes (América, Asia, África y Europa). Para llevar a cabo su labor, la ASALE se reúne tanto en los Congresos Internacionales de la Lengua como en los Congresos de la propia asociación, aunque su sede corporativa se encuentra en Madrid<sup>19</sup>.

La ASALE, junto con estas academias, especialmente la Real Academia de la Lengua Española (RAE), ha llevado a cabo varios proyectos para tratar de crear un español unificado, que permita un conocimiento a los aprendices más homogéneo y, al mismo tiempo, permita mantener la diversidad propia de nuestro idioma, con sus matices. De entre ellos, cabe destacar el *Diccionario Panhispánico de Dudas*, el *Diccionario de la Lengua Española*, el *Diccionario Panhispánico del Español Jurídico* o la *Ortografía Básica de la Lengua Española* (Badillo y Hernández, 2019). Además, también se ha conseguido que los distintos países hispanos hayan desarrollado un Sistema Internacional de Certificación de Español como Lengua Extranjera (SICELE) y el Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE), en donde también se integran instituciones de educación superior o el Instituto Cervantes.

En definitiva, la ASALE ha conseguido, a través de la puesta en común de diferentes visiones sobre el español en el campo de la lingüística, crear herramientas integradoras, como gramáticas, ortografías, diccionarios, corpus electrónicos... De esta manera, se afianza la identidad del español, así como su uso oficial en ámbitos internacionales, en donde se pueda reconocer el uso de una misma lengua por parte de los ciudadanos de los 21 Estados hispanos, pero manteniendo la diversidad existente en cada región. El punto diferencial no es tanto la normatividad, sino el hecho de que haya sido elaborada en común (Company, 2019). Uno de los retos de la ASALE es compartir el coste de los proyectos y de las herramientas por parte de todos los Estados hispanos, de modo que todos los Gobiernos tengan conciencia de la necesidad de proteger el español y su diversidad.

---

18 <https://www.asale.org/la-asociacion/politica-panhispanica>

19 <https://www.asale.org/la-asociacion/presentacion>

El otro motor de la lingüística española, en este caso de naturaleza exclusivamente española, es la Real Academia de la Lengua Española. Fue creada en 1713 y desde sus inicios tuvo como misión velar por la esencial unidad del español ante los cambios que experimente la lengua española en su inevitable evolución<sup>20</sup>. Tras la independencia de los países americanos y con la creación de las Academias de la Lengua en estos nuevos países, la RAE mantiene desde entonces una estrecha colaboración con ellas. Cuenta con 46 miembros y supone la máxima autoridad lingüística en nuestro país y una de las instituciones de referencia en el mundo hispano.

La RAE es solamente una orientadora de la lengua, no un juez ni un vigilante, ya que cree en la flexibilidad y en la evolución propia del lenguaje. Sus diccionarios, sus gramáticas y sus corpus (ofrecidos gratuitamente a la comunidad hispánica y a cualquiera que quiera consultarlos) pretenden simplemente guiar a los hispanoparlantes (nativos o aprendices) a la hora de hablar el español de la forma más correcta posible, especialmente en un momento de expansión del idioma en el mundo (Battaner y López, 2019). Así, encontramos el *Corpus del Español del Siglo XXI* o el *Boletín de Información Lingüística de la Real Academia Española*. Además, cuenta con departamentos como el “Español al Día”, que resuelve dudas y consultas lingüísticas; el “Enclave de Ciencia”, especializada en comunicación científica y tecnológica; la “Fundéu”, encargada de velar por el buen uso del español en los medios de comunicación, en colaboración con la Agencia EFE...

La RAE, actualmente, actúa de forma muy coordinada con el resto del mundo hispánico, entendiendo que es imposible avanzar de manera unilateral en un asunto como el idioma, que es cuestión identitaria para decenas de millones de personas en el mundo y que encuentra su fuerza precisamente en los habitantes del continente americano. Actuando a título individual, la RAE perdería la notoriedad con la que cuenta hoy en día, como coordinadora de las publicaciones panhispánicas que se llevan realizando desde comienzos de este siglo y sería vista con recelo y desconfianza por el resto de Estados hispanohablantes, como una forma de neocolonialismo, en este caso, cultural. Su historia y su prestigio son el motivo por el que la RAE se encuentra en un lugar de preeminencia dentro del mundo del español, lo que no deja de ser una buena noticia para España, al situarse a la cabeza en la protección del español dentro del contexto hispano.

De esta manera, vemos una evolución en la RAE. Si en los inicios de la institución veíamos una idea de purificar la lengua, para evitar las incorrecciones que su expansión podía provocar, en la actualidad tiene como principal objetivo el de generar unidad, para, después, purificar. El lema fundacional de la RAE era “limpia, purifica y da esplendor”, para convertirse en “unifica, limpia y fija” (Moreno, 2011). La unificación, pese a todo, nunca será total, puesto que la diversidad seguirá existiendo y es cierto que mientras que la RAE se mantenga como faro de referencia en el mundo lingüístico hispánico, las formas castellanas tendrán una preeminencia superior a las americanas, pese a que estas últimas sean más numerosas.

## 3.2. El Instituto Cervantes

Así como hemos visto que en el campo de la lingüística existe una colaboración estrechísima entre ambos mundos (europeo y americano), no es tan patente en el caso de su promoción, difusión y enseñanza, en donde el protagonismo principal lo tiene el Instituto Cervantes, un organismo español, financiado por el Estado español y con unos intereses que responden a los objetivos de la política exterior española. Es evidente que, en aquellos centros que se encuentran en América (Estados Unidos y Brasil), la colaboración con las academias de los países hispanoamericanos es mayor, así como en el Sistema de Evaluación, como ya vimos anteriormente, pero eso no es suficiente como para señalar una forma de actuar panhispánica.

Las principales funciones del Instituto Cervantes son la organización de cursos generales y especiales sobre la lengua española y, también, de forma más reciente, sobre las lenguas cooficiales presentes en España, organiza los exámenes y expide los Diplomas de Español Lengua Extranjera (DELE) y realiza programas y actividades para la formación y reciclaje de los profesores de español como lengua extranjera (Romero Lesmes, 2015). Además, apoya la labor de los hispanistas, gestiona la mayor red de bibliotecas españolas en el mundo y publica gran cantidad de recursos digitales, así como una biblioteca electrónica<sup>21</sup>.

20 <https://www.rae.es/la-institucion>

21 [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/informacion.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm)

El Instituto Cervantes fue creado en 1991 con el objetivo de promover la enseñanza, estudio y uso del español, así como para contribuir a la difusión de las culturas panhispánicas en el exterior. Se encuentra presente en 88 ciudades de 45 países en los cinco continentes a través de centros, aulas y extensiones<sup>22</sup>. La localización de los centros del Instituto Cervantes ya muestra las áreas a las que otorga mayor relevancia, así como las asignaturas pendientes de cara al futuro. La mayoría de los centros y aulas los encontramos en Europa, con 36, destacando la mayoría de las capitales del continente y las principales ciudades europeas, como Lyon, Múnich, Manchester o Milán. Después situamos a África como el continente con mayor presencia del Instituto, con 13 ubicaciones, como Marrakech, Dakar, El Cairo o Abiyán, en donde se observa una preeminencia por los países mediterráneos y los más avanzados de la costa atlántica de habla francesa (Senegal y Costa de Marfil). A continuación, tenemos Asia y Oceanía, con 10 centros y aulas en algunas de las ciudades más relevantes, como Shanghái, Sídney, Tokio o Pekín. Su número es reducido comparado con la cantidad de potenciales hablantes que habría en la región y teniendo en cuenta que no todas las ciudades son centros, sino que casi la mitad son aulas, por lo que su capacidad es más reducida. En lo que se refiere a América del Sur, encontramos 8 centros en Brasil, único país con representación del Instituto. Además, en América del Norte encontramos 6 centros, cinco de los cuales están en Estados Unidos y uno en Canadá<sup>23</sup>. Destaca la presencia en la Universidad de Harvard, en Boston, y la apertura de un nuevo centro en Los Ángeles el año pasado.

Pero la apertura de centros no siempre ha sido uniforme, sino que se ha visto gravemente alterada por la crisis económica que, desde 2011, ha afectado a la administración pública en general y al Instituto Cervantes en particular. En este sentido, se ha observado tanto una reducción de la plantilla del Instituto como el cierre de diversos centros. Cabe destacar, entre los 12 centros cerrados desde la creación del organismo, los ubicados en Ginebra, Oslo, Liverpool, Yaundé, Gibraltar o Bagdad. No siempre se ha debido a asuntos de índole económica, pues en el presente siglo solamente se han cerrado tres: Florianópolis y Gibraltar, así como el de Damasco por la guerra en Siria (Noguero, 2021). En cuanto a la plantilla, esta se vio muy recortada, reducción que no ha tenido fin por el momento, puesto que en 2020 existían 922 miembros, cuando en 2012 había 1126.

En cuanto al presupuesto, este también se ha visto afectado, especialmente desde el año 2013, momento en el que más se hicieron sentir las consecuencias de la crisis económica. En 1991, el Instituto contaba con 20 millones, cifra que ascendió hasta el año 2009, con 90 millones de presupuesto. Con la crisis, en el año 2013 la reducción fue bastante notable, puesto que la cifra se rebajó hasta los 50 millones (según la Subdirección de Presupuestos y Control de Gestión del Instituto Cervantes). En el último año, la cifra se ha establecido en los 70, mostrando que, aunque la situación económica estaba ya mejorando, la situación no ha vuelto a la previa a la crisis, reduciendo la capacidad de actuación del Instituto y, por tanto, su presencia global en el mundo.

Uno de los problemas que ha presentado el Instituto Cervantes a lo largo de su historia ha sido su gran dependencia económica con respecto al Gobierno de España. El Instituto adolece de un problema de escasa participación privada, que prácticamente no tiene cabida en la organización, como sí se puede encontrar en otros países, como ya veremos (Lamo de Espinosa y Badillo, 2017). Además, los recursos propios que generan los distintos centros no son suficientes para sostener sus propias actividades, por lo que el ahogo económico está siempre presente y limita permanentemente la expansión del Instituto y, por tanto, del español. Esto presenta una situación insostenible, especialmente en momentos de crisis, como los que hemos sufrido en la última década.

Este problema presupuestario afecta en las cifras. En un momento donde el español se encuentra en un proceso de explosión, fruto de su crecimiento demográfico y de una mayor conciencia política sobre su relevancia en el ámbito diplomático, las cifras de matrículas y de cursos siguen estando muy por debajo de otros idiomas europeos con menor peso, como el alemán. Aunque vemos un crecimiento en la última década, sigue sin ser suficiente, como veremos más adelante en la comparación con otros países. En el año 2011/2012, el Instituto Cervantes ofertó 15.336 cursos en total, registrando 237.937 matrículas de estudiantes y 66.281 candidatos para el Diploma de Español del DELE (Fernández Leost, 2015). En el curso 2020/2021 (parcialmente afectado por el COVID-19), los cursos fueron

---

22 [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/informacion.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm)

23 Toda la información relativa a los centros del Instituto ha sido extraída de: [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/direcciones\\_contacto/sedes\\_mundo.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/direcciones_contacto/sedes_mundo.htm)

un total de 14.428, las matrículas mantuvieron una tendencia descendente por la pandemia (116.569), aunque el número de candidatos a examen oficial volvió a datos prepandemia, alcanzando los 116.909 candidatos<sup>24</sup>.

El segundo gran problema del Instituto Cervantes es la gran variedad de instituciones relacionadas con la cultura y la diplomacia cultural exterior, que provoca enfrentamientos entre ministerios y una cierta ineficacia que impide desarrollar al máximo todos los recursos que se tienen disponibles. En el año 2010, la Fundación Autor distinguió 11 instituciones estatales y 25 autonómicas dedicadas a la actividad cultural exterior (Galindo Villoria et al, 2009). La AECID, la Acción Cultural Española o el Instituto Cervantes, todos ellos destinados a cuestiones relacionadas con la cultura en el extranjero, presentan objetivos diferentes, están adscritos a ministerios diferentes y manejan recursos diferentes. Nos encontramos con la paradoja de que la promoción internacional de la lengua compete al Ministerio de Educación y Cultura, pero su principal instrumento, el Instituto Cervantes, se integre dentro del Ministerio de Asuntos Exteriores (Romero Lesmes, 2015). Esto lleva a pensar, por parte de algunos autores, que el modelo español de acción cultural exterior se caracteriza por no tener ningún modelo definido, avanzando más por inercia que por una estrategia clara (Lamo de Espinosa y Badillo, 2017).

Una tendencia que se observa en las líneas de actuación del Instituto desde la última década hasta la actualidad es la convergencia con países hispanoamericanos, buscando la colaboración con ellos, en el ámbito brasileño, pero especialmente en el norteamericano, entendiendo que el futuro del español pasa por este país (García de la Concha, 2013). Pero esto también puede generar un peligro. El Instituto Cervantes no es (todavía) un organismo panhispánico, sino que es español y, como tal, debe responder a los intereses de España. La colaboración con Estados hispanos debe ser tal en la medida en que favorezca o facilite los intereses españoles en la región. Solamente en caso de que la financiación, los objetivos, los recursos... fuesen conjuntos entonces sí podríamos hablar de un panhispanismo pleno.

Otro de los problemas con los que se ha encontrado el Instituto Cervantes desde el inicio de la crisis financiera de 2008 ha sido el reenfoque que se le ha dado a la política exterior en general. Se han abandonado los postulados culturales que propugnaron durante la época de José Luis Rodríguez Zapatero y con Mariano Rajoy y Pedro Sánchez se ha defendido una visión más económica de la acción exterior, por lo que instituciones como el Instituto Cervantes han perdido algo de preeminencia y se han tenido que orientar a motivaciones más económicas, cuando quizá no resulta lo más adecuado a corto plazo (Romero Lesmes, 2015). El idioma pierde su valor intrínseco para otorgarle únicamente su valor instrumental, que, aun no siendo perjudicial, limita las posibilidades de futuro y de éxito, puesto que cuando deje de resultar beneficioso económicamente se abandonará cualquier tipo de estrategia en este campo.

Vemos, por tanto, un problema doble. Por un lado, la falta de recursos que se mantienen desde la crisis económica de 2008, con el consecuente cierre de centros, las reducciones de plantilla y el deterioro en el número de estudiantes en la enseñanza del español dentro del Instituto Cervantes. Por otro, la duplicidad de centros y de organismos rectores en el mundo de la cultura en España, lo que se observa no solo en el mundo interministerial, sino también en la realidad más municipal y autonómica, que provoca que, en vez de focalizar esfuerzos y recursos en una sola institución, se repartan y dispersen en distintas iniciativas, lo que reduce la capacidad de influencia del Instituto Cervantes en el mundo.

### 3.3. Otras iniciativas para el desarrollo del español: niveles autonómico y local

A nivel local, España cuenta con una serie de iniciativas nacidas de los Gobiernos autonómicos para la promoción tanto de la cultura como de la lengua españolas. Pero también es cierto que algunas de estas Comunidades, en lugar de promocionar el castellano, promocionan sus lenguas cooficiales, como Galicia, País Vasco o Cataluña, por lo que no todos los esfuerzos se encaminan hacia un único objetivo, haciendo que algunos recursos se dispersen todavía más. De esta manera, encontramos la Dirección General de Política Lingüística en el Gobierno de Aragón y en la Generalitat de Cataluña, la Viceconsejería de Política Lingüística en el Gobierno Vasco, la Secretaría General de Política Lingüística en la Xunta de Galicia... Dichos organismos han elaborado leyes de normalización lingüística que buscan promocionar sus lenguas cooficiales dentro de sus territorios, incluyendo a los visitantes extranjeros (Chen, 2019).

---

24 El Instituto en Cifras. Memoria 2020-2021.

En todo caso, en algunos Gobiernos observamos que, dentro de las consejerías de Cultura, se han creado comisiones o áreas específicamente dedicadas a la promoción del castellano. Es cierto que existe una baja presencia de actividad regional y municipal en el ámbito de la promoción del español. Pero uno de los motivos por los que se crean algunas de estas propuestas es la competencia del desarrollo turístico que tiene cada región, que provoca que algunas regiones vean en el español una oportunidad de negocio, ya que son territorios con una capacidad para generar beneficios a través del llamado *turismo idiomático* (Cubría Falla, 2006). Las Comunidades Autónomas con mayor dedicación por el castellano son Castilla y León, La Rioja, Cantabria y, de forma más reciente, Madrid.

En el caso de la Comunidad de Castilla y León, encontramos dos importantes proyectos relacionados con la lengua. Por un lado, el Comisionado para la Lengua Española, creado en 2007 y cuyo fin era el de resultar un especial apoyo y proyección para la lengua española, confiando que de esa manera esta Comunidad Autónoma se convirtiese en el destino mundial para el aprendizaje del español (BOCyL. n.º 188). De esta manera, el plan incluía apoyo a academias de español, desarrollo de tecnologías, creación de contenidos editoriales y actividades de ocio. Entre sus funciones cabe destacar la elaboración de informes sobre las actividades y los resultados conseguidos, la propuesta de actuaciones en favor de la protección y apoyo de la lengua castellana y ser interlocutor con las entidades públicas y privadas, nacionales o extranjeras que participen en el Plan, entre otros.

En segundo lugar, encontramos el Instituto Castellano y Leonés de la Lengua, que es una fundación del sector público de la Junta, en donde se trabaja para la difusión de la lengua española y la literatura, en colaboración con diputaciones provinciales, ayuntamientos y universidades<sup>25</sup>. Para ello, se organizan cursos, congresos y exposiciones relacionados con el conocimiento del español; se establecen comisiones y grupos de investigación para realizar estudios y proyectos sobre el idioma; se editan trabajos y se entregan premios; se mantienen relaciones con otras entidades, tanto públicas como privadas; y se crean centros de estudios para el perfeccionamiento de los docentes de la lengua española, entre otras funciones.

En el Gobierno de La Rioja, encontramos también dos organismos relevantes. Por un lado, el Proyecto Valle de la Lengua, que busca contribuir al despliegue del potencial del español como herramienta de desarrollo territorial, a través del turismo, la cultura, la ciencia y el negocio, enfocándose sobre todo en la Inteligencia Artificial. El motivo por el que La Rioja desarrolla este interés por la lengua es porque se considera cuna del español del siglo XI y pretende lo mismo con el español del siglo XXI<sup>26</sup>. De esta manera tratan de atraer investigación y ciencia, así como emprendimiento e innovación empresarial. El segundo gran foco es la Fundación San Millán de la Cogolla, creada en 1998 y eje vertebrador de toda la política del castellano en la Comunidad<sup>27</sup>. Bajo su amparo se creó el Centro Internacional de Investigación de la Lengua Española, en 2005, el cual trata de institucionalizar el estudio del español, a través de los departamentos de “Orígenes del Español”, “Historia de Lengua” y “Literatura y Traducción”. Dichos centros llevan a cabo coloquios, congresos, cursos de formación...<sup>28</sup>.

Finalmente, en Cantabria, encontramos la Fundación Comillas, creada en 2005 y cuya vocación es convertirse en institución de referencia para la difusión e investigación de la lengua y la cultura hispanas. Su objetivo es que la cultura en español sea motor de desarrollo social y económico en la región, atrayendo talento en torno a la innovación y la transformación digitales. Además, también trata de impulsar la cooperación y el intercambio internacional en español<sup>29</sup>. En Madrid, por su parte, se inició el año pasado una Oficina del Español, que busca promocionar a Madrid como capital europea del español, ser interlocutor con instituciones públicas y privadas para impulsar las oportunidades económicas del español y colaborar activamente con otras entidades relacionadas con la difusión del español<sup>30</sup>. Es cierto que todavía no se ha creado ningún organismo relacionado para realizar estas funciones, pero es un primer paso de cara al futuro.

---

25 <https://www.ilcyl.com/la-fundacion/presentacion/>

26 <https://web.larioja.org/landing/plan-transformacion/lengua.html>

27 <https://www.fsanmillan.es/estudio-del-espanol/>

28 <https://www.cilengua.es/que-es-cilengua>

29 <https://fundacioncomillas.es/la-fundacion/la-institucion/>

30 <https://www.comunidad.madrid/transparencia/unidad-organizativa-responsable/direccion-area-oficina-del-espanol>

## 4. Modelos lingüísticos europeos para la promoción de sus lenguas

En el presente capítulo nos centraremos en los modelos de difusión cultural y lingüística de los cuatro países europeos más importantes. En este apartado no se pretende ser muy exhaustivo en el análisis de la diplomacia cultural que estos países realizan, pero sí tratar de desgranar las principales características de las instituciones de promoción de la lengua que cada país tiene, para, en el próximo apartado, tratar de implementar cambios en el modelo español.

### 4.1. Centros culturales en Francia, Reino Unido, Alemania e Italia

El caso francés puede suponer un especial atractivo para España debido al buen hacer de su diplomacia cultural, pero también por su capacidad de reformulación ante la cambiante situación al que deben hacer frente estas instituciones centradas en los aspectos culturales. En el año 2011, Francia llevó a cabo un proceso de reforma de su diplomacia cultural, entendiendo que se encontraban en una situación de cierto declive, especialmente en el área lingüística, donde están siendo sobrepasados por el inglés y el español (Lamo Espinosa y Badillo, 2017). Su objetivo fue evitar las duplicidades ministeriales y tratar de aumentar la eficacia de su sistema.

En Francia encontramos dos grandes organismos encargados de la diplomacia cultural: el *Institut Français* y el *Alliance Française*. El primero de ellos tiene la misión de encabezar los 150 centros culturales de Francia en el extranjero, teniendo un marcado carácter público, pues se encuentran fusionados con los servicios culturales de las embajadas francesas en el exterior (Birambaux, 2011). Su función es la de coordinar y centralizar progresivamente el conjunto de la diplomacia cultural. La *Alliance Française* se encarga, por su parte, de la difusión del idioma, tanto de enseñanza como de entrega de títulos oficiales, realizando dicha tarea desde el año 1883, por lo que esta organización sería el homólogo del Instituto Cervantes y será a la que prestaremos una mayor atención.

La *Alliance Française* se encuentra en 134 países en todo el mundo, con 832 sedes, siendo más numerosa en Europa y en América Latina y Central, mientras que en África y en América del Norte cuenta con menor presencia. Pero es cierto que Francia es el país que más presencia tiene en África subsahariana, fruto de su pasado colonial. Estos números la convierten en la mayor red mundial de centros culturales y de enseñanza de idiomas del mundo. Pero, al igual que veíamos en el caso español, en las *Alliance Française* también vemos un descenso en el número de estudiantes, que actualmente se encuentra en 400.000, y en el número de candidatos a examen, que se ubica en 91.000, un 57% menos que el año anterior<sup>31</sup>. En cuanto a los empleados, estos ascienden a la cifra de 13.300 personas, de los cuales 8.300 son profesores.

Los tres principales objetivos de la *Alliance Française* son la promoción del plurilingüismo, especialmente en el ámbito de las organizaciones internacionales donde el francés es lengua oficial; la vinculación entre lengua francesa y ayuda al desarrollo; y la reformulación de la oferta lingüística para acercar potenciales estudiantes, especialmente de los países emergentes (Romero Lesmes, 2015). Claramente, el enfoque que Francia le da a su estrategia lingüística es la de tratar de frenar la pérdida de peso de este idioma como *lingua franca*. Para ello, sus prioridades geográficas, además de los países emergentes, se centran en el Norte de África y el Oriente Medio.

Pero este formato de enseñanza sigue un modelo de inversión privada, basado en un sistema similar al de las franquicias<sup>32</sup>. Esta colaboración público-privada conlleva una doble ventaja. Por un lado, permite una mayor independencia respecto de los poderes públicos, evitando los vaivenes que suelen traer consigo los cambios de Gobierno, por lo que se puede diseñar una estrategia a largo plazo. Por otro, permite una autonomía presupuestaria, ya que son las propias sedes de cada país las que se sustentan en base a sus propias actividades. En el año 2013, según un estudio de la Unión Europea, el 96% de las actividades se autofinanciaron (KEA, 2016). La afectación de las crisis es menor y se favorece una gestión responsable de las sedes para su supervivencia. Además, se pueden abrir centros

31 [https://www.fondation-alliancefr.org/wp-content/medias/RAPPORT%20ACTIVITES/2020/FAF\\_RAPPORT%20ACTIVITE\\_2020.pdf](https://www.fondation-alliancefr.org/wp-content/medias/RAPPORT%20ACTIVITES/2020/FAF_RAPPORT%20ACTIVITE_2020.pdf)

32 <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=13>

a partir de iniciativas privadas que, solamente con la financiación pública, sería muy difícil. Se descarga de esta manera el peso de lo público.

En cuanto a la cantidad de fondos con los que cuenta la *Alliance Française*, no es fácil de contabilizar ni tampoco de comparar con otras instituciones, puesto que la financiación suele ir destinada por distintas vías. Esto es especialmente palpable en el caso francés, puesto que la intervención de capital privado y la autonomía financiera en cada una de las sedes provoca que la dificultad sea todavía mayor (Romero Lesmes, 2015). Pese a todo, el Gobierno francés apuesta fuerte en sus presupuestos por la diplomacia cultural, aunque, como será nota dominante en los demás casos europeos, los fondos se han reducido progresivamente. En todo caso, hace una década, la inversión de las *Alliance Française* se cifraba en torno a los 250 millones de euros (Duvernois, 2013).

Además de estas dos iniciativas, encontramos también el *Campus France*, que tiene como finalidad la gestión de las becas de postgrado y la misión de atraer estudiantes internacionales de excelencia; y *France Médias Monde*, que desarrolla la comunicación exterior, presente en cinco continentes y con 41 millones de espectadores (Fernández Leost, 2015). También debemos añadir la existencia de la *Francophonie*, que está conformada por 54 países que mantienen estrechos lazos culturales<sup>33</sup>. Con todas estas iniciativas, Francia desarrolla una completa diplomacia cultural, que le sitúa como uno de los países mejor colocados a nivel mundial.

El caso británico, por su parte, probablemente suponga la referencia para los demás países europeos sobre la gestión tanto de su diplomacia cultural como de su promoción lingüística. Es cierto que cuentan con el enorme beneficio de promocionar el idioma hegemónico en la actualidad, pero eso también les obliga a reconvertirse permanentemente para evitar el estancamiento cuantitativo. En Reino Unido, podemos diferenciar dos instrumentos: *Foreign and Commonwealth Office* (FCO) y el *British Council*, creado desde 1934. El FCO es el departamento gubernamental que supervisa las relaciones diplomáticas y culturales con otros países. En cambio, el *British Council* se encargaría de las labores educativas a nivel internacional, con especial atención al idioma<sup>34</sup>.

Los motivos que llevan a considerar a Reino Unido como una referencia y que han permitido crear una marca en torno a su diplomacia cultural son varios. Por un lado, cuentan con estrategias explícitas de acción exterior, las cuales son, además, analizadas periódicamente en ejercicios de evaluación. A esto hay que añadirle la imagen asociada que tienen de vanguardia e innovación, así como la enorme independencia que tienen sus distintos instrumentos y la intensa participación del sector privado y la sociedad civil en la promoción de su cultura y su lengua. Dicha intervención privada permite que sus instrumentos cuenten con una cantidad de fondos y de financiación mucho más elevada que en sus homólogos europeos (Fernández Leost, 2015).

El *British Council* “builds connections, understanding and trust between people in the UK and other countries through arts and culture, education and the English language”<sup>35</sup>. Trabaja tanto con individuos como con Gobiernos, instituciones, empresas u ONG para conseguir sus objetivos, de tal manera que la diferencia entre culturas sea menor, difundiendo los valores británicos y tratando de acercar otros modos de vida a ciudadanos británicos. Para ello, se encuentran en más de cien países y llegan a más de 75 millones de personas de manera directa<sup>36</sup>. También se encarga de los programas de becas, tanto en investigación científica como aquellas relacionadas con la Commonwealth o el Erasmus (cuando formaban parte de la UE). Mediante este sistema de becas, el Reino Unido se convierte en el segundo país del mundo en número de alumnos internacionales en educación universitaria.

Siguiendo los datos de la KEA de la Unión Europea (2016), en aquel momento contaban con 191 oficinas en 110 países y manejaban un personal de más de 8.500 personas, con mayor cantidad de centros en Europa (67) y en Asia/Oceanía (53). Al igual que ocurría con las *Alliance Française*, el British Council cuenta con una independencia presupuestaria que le permite autofinanciarse en un gran porcentaje, algo superior al 80%, teniendo un alto perfil empresarial. De todas formas, incluso en el caso británico se observa una reducción de los fondos por parte de la FCO.

33 <https://www.francophonie.org/qui-sommes-nous-5>

34 <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=42>

35 <https://www.britishcouncil.org/about-us>

36 De todas formas, cabe destacar que no se ha podido encontrar un resumen o anuario del número de candidatos a exámenes oficiales o el número de centros en el mundo. En este sentido, la información sobre el British Council es mucho menos transparente que en otros organismos similares en Europa.

Su carácter no es, por tanto, público, sino más bien privado, aunque sigue algunas guías propuestas por el FCO o el ministerio de *Foreign Affairs*, aunque nunca actúa en nombre del Gobierno Británico. El total del presupuesto para el curso 2013/2014 fue de £864 millones.

Vemos, en definitiva, un equilibrio entre ser un instrumento gubernamental de diplomacia pública y ser un instrumento independiente en su presupuesto, en su gestión y en sus acciones respecto del Gobierno central (Marco, 2008). Existe una confianza mutua por ambas partes (Gobierno y British Council) respecto al papel que cada actor juega en la política exterior británica, de manera que acaben resultando efectivos en el contexto internacional actual.

Aparte del British Council, la diplomacia cultural británica está compuesta por más iniciativas. Entre ellas, al igual que ocurría con el caso francés, encontramos la *Commonwealth*, compuesta por 54 naciones, que engloban a 2 mil millones y medio de personas y encuentran sus raíces en el antiguo imperio británico. Su objetivo es promocionar una serie de valores compartidos, entre los que destacan los derechos humanos y los principios democráticos<sup>37</sup>. Además, también encontramos el *Arts Council* (financia con dinero estatal manifestaciones artísticas como la danza, la literatura o la música), el *Visiting Arts*, el *British Film Institute* o la *BBC World Service*, que es la mayor emisora internacional del mundo, difundiendo sus noticias en 28 idiomas y alcanzando una audiencia de 180 millones de personas a la semana, lo que le permite dar a conocer la cultura y la lengua británicas en el exterior (Fernández Leost, 2015).

Alemania no cuenta con una lengua tan difundida como en los casos español, francés e inglés. Además, la historia del siglo XX alemán muestra una permanente redefinición de su política exterior cultural, la cual siempre se ha encontrado en un papel un tanto secundario. Pero, junto a esta aparente falta de interés que se observa en el modelo alemán, también encontramos un importante prestigio, fruto de su liderazgo en Europa, su compromiso en materia de cooperación y su producción intelectual. Con el paso del tiempo, el modelo alemán no difiere mucho de otros modelos, siguiendo un esquema similar, en donde encontramos una institución de promoción del idioma, el *Goethe Institut*, además de otras instituciones de carácter cultural más general (Ibidem, 2015).

El *Goethe Institut* se encarga de promover la lengua alemana en el exterior y animar el intercambio cultural internacional. Se fundó en 1951, comenzando su labor dentro de Alemania, a través de cursos de formación para profesores extranjeros que enseñaban alemán. Poco a poco, se abrió a otros países, hasta alcanzar en la actualidad las 158 instituciones en 98 países. El mayor peso lo encuentra en Europa (71 centros), seguido de Asia (32) y de África (31). En el curso 2020/2021, el *Goethe Institut* contó con 223.000 estudiantes, 215.000 certificaciones oficiales y algo más de 4.000 empleados<sup>38</sup>. Sus prioridades geográficas se encuentran en dos ámbitos. En primer lugar, los países del este y del centro de Europa, que cuentan con importantes vínculos con Alemania y el alemán. En segundo lugar, las economías emergentes, especialmente en los países asiáticos.

Su principal objetivo sería buscar oportunidades para que el alemán sea visto en el exterior como una herramienta relevante de modernidad e innovación (Romero Lesmes, 2015). Dicho objetivo vendría motivado por la falta de alicientes demográficos y por su escaso peso mundial, fruto de un pasado colonial poco firme en ninguna región del planeta. Por ese motivo, Alemania acentúa su visión de potencia fiable, cooperativa e intercultural. De ahí sus intereses geográficos. Por un lado, trata de aumentar su influencia en los países europeos orientales, incluyendo a Rusia. Por otro, trata de que las nuevas potencias económicas asiáticas ven atractivo el alemán como puerta para el negocio en la región europea.

Además de la promoción del idioma, el *Goethe Institut* también desarrolla una enorme oferta cultural, proyectando más de 2.500 películas alemanas anualmente, y promueve la cooperación internacional. También integra bajo su responsabilidad actuaciones escénicas, danzas, teatro... así como el sistema de becas y de intercambio académico con otros países. Otras actividades también están relacionadas con la promoción de autores alemanes, organizando debates y conferencias (Fernández Leost, 2015). Bajo una sola entidad, Alemania desarrolla prácticamente toda su diplomacia cultural, lo que le permite tener un sistema unificado y eficaz.

---

37 <https://climate.thecommonwealth.org/about-us>

38 [https://www.goethe.de/resources/files/pdf234/gi\\_jahrbuch\\_2021\\_web.pdf](https://www.goethe.de/resources/files/pdf234/gi_jahrbuch_2021_web.pdf)

El modelo alemán se caracteriza por un sistema que cuenta con ayudas públicas, tanto del Gobierno central como de los distintos Gobiernos autonómicos, al mismo tiempo que mantiene una gran independencia de gestión. El Ministerio de Asuntos Exteriores es el encargado de definir la estrategia y las prioridades tanto políticas como geográficas del Instituto. Esta dependencia del sector público se observa también en el presupuesto, puesto que, de los 309 millones de euros, un 72% salió de las arcas del Estado (KEA, 2016). Aun así, esto muestra el compromiso del Gobierno por explotar su diplomacia cultural lo máximo posible, algo que se ve reflejado en la Unión Europea, siendo uno de los idiomas más utilizados en las instituciones (Fernández, 2009). También es cierto que el idioma alemán necesita de una mayor inversión para poder competir con otros idiomas más difundidos internacionalmente. Pese a todo, con el paso de los años el *Goethe Institut* ha intentado aumentar sus capacidades de autofinanciación.

La otra pata del sistema cultural alemán es el *Instituto de Relaciones Exteriores* (IfA), que se encarga de apoyar exposiciones artísticas, especialmente en Europa. Cuenta con una estrecha colaboración con el *Goethe Institut* y también se financia y dirige desde el Gobierno federal, canalizando algunos de los programas de becas a estudiantes, tanto alemanes como extranjeros. Por su parte, el *Servicio Alemán de Intercambio Académico* (DAAD) promueve también el intercambio universitario, siendo una de las agencias académicas más importantes del mundo. A estas dos instituciones hay que añadirles también la *Fundación Alexander von Humboldt*, que ofrece también becas de postgrado, pero en este caso para candidatos de excelencia<sup>39</sup>. En estas instituciones vemos una cierta duplicidad funcional y ministerial, que reduce la eficacia, por lo que se observa un margen de mejora en este sentido. Finalmente, en el campo audiovisual, Alemania cuenta con la *Deutsche Welle*, emitida en 30 idiomas y con unos datos de 86 millones de espectadores.

Finalmente, el caso italiano presenta algunas sensibles carencias, aunque también cuenta con importantes activos culturales. Sus dos principales debilidades radican en que el italiano, al igual que el alemán, no es una lengua internacional y en las limitaciones presupuestarias que afronta el sector público desde la crisis económica de 2008. Además, el principal impulso cultural del país no proviene de la lengua, sino de su patrimonio histórico, por lo que sus recursos tienden a centrarse más en esta otra faceta. Por ese motivo, el caso italiano no puede resultar una especial referencia para España. Pese a todo, debido a la presencia de la *Sociedad Dante Alighieri*, consideramos conveniente analizar el papel de la lengua en la diplomacia pública italiana.

El papel de promoción cultural es llevado a cabo por los *Institutos Culturales*, los cuales dependen del Ministerio de Exteriores. Otros ministerios se encargan de cuestiones como la movilidad internacional (Educación) o las becas (Oficina de Relaciones Públicas), por lo que no vemos un sistema unificado y organizado, sino que presenta varios ejes, por lo que la disfuncionalidad es la nota dominante en comparación con otros centros europeos. Los *Institutos Culturales* se reparten por el mundo a través de 92 centros, de los cuales más de la mitad están en Europa (49), lo que muestra una tendencia que también será muy evidente en el caso de la *Sociedad Dante Alighieri*: el excesivo protagonismo en Europa (Fernández Leost, 2015). El objetivo de dichos institutos es el de promover la cultura clásica italiana, pero también la contemporánea, a través de eventos, financiación de actividades... Sufren una fuerte dependencia del ministerio, tanto económica como políticamente.

Además, el ministerio se encarga de crear alianzas con el sistema de cooperación al desarrollo (a partir de la Agencia Italiana de Cooperación y Desarrollo), incluyendo la reconstrucción de centros patrimoniales culturales, destruidos por causas naturales o por la guerra<sup>40</sup>. La gestión pública del patrimonio es lo que otorga a los italianos mayor prestigio, siendo la bandera de su diplomacia cultural. De esta manera, Italia ha contribuido a la restauración de patrimonio en Oriente Medio, como destacan los ejemplos llevados a cabo en Irak. Como ha sido habitual en otros casos europeos, Italia desarrolla también un servicio de comunicaciones exterior (*RAI World*), donde ofrece programas en inglés, español e italiano.

Pero, en lo referido al idioma, la *Sociedad Dante Alighieri* (fundada en 1889), homólogo italiano del Instituto Cervantes, es la entidad encargada de la enseñanza del idioma italiano y de la entrega de los títulos oficiales de este idioma (PLIDA). Según el último informe publicado en su página web (2018), la *Sociedad Dante Alighieri* mantiene 482 centros abiertos en todo el mundo, de los cuales la mayoría se encuentran en Europa (280), seguido de América,

---

39 <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=15>

40 <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=20>

con 156. Asia/Oceanía y África apenas cuentan con 28 y 18 centros respectivamente. La falta de financiación parece el principal motivo por el que no se abren a nuevos mercados y mantienen los que ya tienen funcionando en Europa<sup>41</sup>. El número de estudiantes en dichos centros lo sitúan en 164.700, mientras que el total de candidatos a examen se reduce notablemente, 11.480.

Los *Institutos Culturales* muestran una mayor independencia que la *Sociedad Dante Alighieri*, tanto en el ámbito presupuestario como en las directrices que se designan desde Roma. Aun así, en ambos casos la Corte de Auditores de Italia realiza controles anuales para comprobar la situación de ambas organizaciones. Los Institutos contaron, en 2013, con un presupuesto de algo más de 12 millones de euros, teniendo 129 empleados. Por su parte, la *Sociedad Dante Alighieri* recibe la mayoría de su presupuesto del Ministerio de Exteriores, habiendo observado una gran reducción de la financiación desde el comienzo de la crisis (KEA, 2016). Como comentábamos, esto ha reducido la capacidad de la organización para abrir nuevas sedes y tratar de situarse en los nuevos países emergentes. No tenemos una cifra de su presupuesto, pues no ha sido publicada en ninguna fuente oficial.

---

41 <https://www.sfogliami.it/fl/225415/5rj8jeg39jvgdqyg6muxb6ge5hjcdd#page/1>

PAÍS	ENTIDAD LINGÜÍSTICA (CREACIÓN)	ENTIDADES CULTURALES	NÚMERO DE ESTUDIANTES	NÚMERO DE CANDIDATOS	NÚMERO DE CENTROS	PRESUPUESTO	NÚMERO DE EMPLEADOS
<b>ESPAÑA</b>	Instituto Cervantes (1991)	1. AECID 2. Acción Cultural Española	116.569 estudiantes 2020/2021	116.909 candidatos 2020/2021	77 centros (45 países)	70 millones (2020) (escaso capital privado)	922 empleados
<b>FRANCIA</b>	Alliances Françaises (1883)	1. Institut Français 2. Francophonie 3. France Médias Monde	400.000 estudiantes 2020	91.000 candidatos 2020	832 sedes (134 países)	250 millones (2012) 96% de autofinanciación	13.300 empleados
<b>ALEMANIA</b>	Goethe Institut (1951)	1. Instituto de Relaciones Exteriores 2. Servicio Alemán de Intercambio Académico 3. Fundación Alexander von Humboldt 4. Deutsche Welle	223.000 estudiantes 2020/2021	215.000 certificaciones oficiales 2020/2021	158 instituciones (88 países)	309 millones (2015) 72% financiación pública	4.000 empleados
<b>REINO UNIDO</b>	British Council (1934)	1. (FCO) 2. Commonwealth 3. BBC World Service	(Sin datos)	(Sin datos)	191 oficinas (110 países)	£864 millones (2014) 80% de autofinanciación	8.500 empleados
<b>ITALIA</b>	Sociedad Dante Alighieri (1889)	1. Institutos Culturales 2. Agencia Italiana de Cooperación y Desarrollo 3. RAI World	164.700 estudiantes (2018)	11.480 candidatos (2018)	482 centros		

## 4.2. Posibles cambios en el modelo español

Habiendo visto y analizado las distintas realidades en los modelos de los países europeos, España necesita dinamizar su diplomacia cultural para poder generar un impacto real en los demás países. Concretamente, nuestro Centro de idiomas de referencia necesita un impulso que le permita desarrollarse con mayor vigor, en un contexto de alta competencia y donde los recursos son ajustados. Por ese motivo, a continuación, presentaremos algunas de las modificaciones que el modelo español puede tratar de implementar en los próximos años. Algunos de esos cambios son más estructurales, afectando al sistema en su totalidad, mientras que otros, en cambio, señalan aspectos más concretos y directos del Instituto Cervantes.

Aunque el español suponga hoy en día un activo de enorme relevancia para nuestro país y para la comunidad hispánica en general, España cuenta con una importante desventaja entre sus socios europeos. Dicha debilidad radica en el hecho de que nuestras organizaciones e instituciones culturales son muy jóvenes, puesto que no fue hasta finales del siglo XX cuando España apostó por este tipo de organismos. En el resto de Europa, en cambio, estos movimientos los vemos nacer desde finales del siglo XIX. El distinto desarrollo de los acontecimientos a lo largo del pasado siglo ha supuesto para España un déficit importante, por lo que se ha visto en la obligación de ponerse al día muy rápidamente. Cabe esperar que el paso del tiempo pueda superar esta barrera, pero supone un elemento de fragilidad que los políticos españoles deben tener en cuenta a la hora de valorar los esfuerzos que todavía nos quedan por delante.

Uno de los aspectos en donde se observa una mayor diferencia con otros centros europeos de idiomas es en el número de centros mundiales y en su distribución internacional. España necesita, urgentemente, incrementar el total de sedes del Instituto Cervantes para poder igualarse con nuestros vecinos y resultar así más competitivos. España tiene menos de la mitad de los centros que su inmediato perseguidor, Alemania. Para ello, no es necesario que todas las sedes sean de grandes dimensiones o pretendan abarcar grandes áreas de terreno, como parece que es el plan en la actualidad, sino que, en ciudades o regiones menos relevantes para España se pueden ubicar centros pequeños, en donde se pueda atender la demanda española en el lugar. España tendría que configurar una mejor jerarquización de sus centros, como ya ocurre en otros ejemplos europeos. Otra posible solución sería tratar de realizar colaboraciones con entidades locales de idiomas que permitan al Instituto Cervantes abrir una pequeña sede de una forma más económica.

Ese incremento en el número de centros buscaría, esencialmente, el crecimiento en el número de estudiantes y candidatos a exámenes oficiales. El Instituto Cervantes debe resultar atractivo para los estudiantes de español, puesto que existe una falta de sintonía entre el creciente número de aprendices de castellano y el estancamiento en las cifras del Instituto. Además, mediante un mayor número de alumnos y de exámenes realizados, el organismo podría contar con una mayor autofinanciación, por lo que dependería menos de las cuentas públicas. De nuevo, la juventud de nuestros sistemas SIELE y DELE impiden un crecimiento acorde con los esfuerzos realizados en el presente siglo. El prestigio de estos diplomas oficiales se irá asentando poco a poco, de manera que su difusión sea mayor en el exterior y en la medida en que el español se vaya convirtiendo en una lengua de trabajo y no solo cultural.

Pero no es solamente la cantidad de centros, sino también la distribución de los mismos lo que debe ser revisado de cara al futuro. Al igual que ocurre en los demás casos analizados, Europa es el principal continente donde encontramos centros de idiomas, por su cercanía, su estrecha vinculación político-económica y la tendencia histórica, por la que todos los centros comenzaron su crecimiento en países de su entorno. Pero la globalización nos ha alcanzado y es necesario realizar mayores esfuerzos, tanto presupuestarios como estratégicos. Actualmente, todas las regiones del globo presentan importantes ventajas para España, como veremos en el siguiente epígrafe. Desde luego, Asia y África parecen dos continentes donde la presencia española está muy disminuida y, al mismo tiempo, su importancia en el contexto mundial ha crecido.

España tiene una red de centros poco diversificada, puesto que varios países cuentan con más de una sede, especialmente en el caso brasileño y estadounidense. Tener una pequeña representatividad en varios Estados diferentes puede resultar más rentable que tener mucha influencia en unos pocos países, puesto que se generan vacíos geográficos muy grandes y, al final, la presencia en un determinado país siempre tiene un límite, mientras que contando con pequeñas sedes se conseguirá una presencia más global y, al mismo tiempo, atender la demanda española

en dichas naciones, por pequeña que esta sea. En la actual distribución de centros, parece difícil que este modelo pueda implementarse, ya que tampoco conviene, después de la inversión realizada, abandonar lo sembrado durante años. Pero si se decide cambiar el sistema, entonces esta opción podría resultar atractiva.

Todos los cambios hasta el momento propuestos se sustentan, de manera imprescindible, en una modificación en los modelos presupuestarios, que supongan un incremento tangible de los recursos y en una mayor eficacia de los mismos. El modelo actual limita sobremanera la actuación del Instituto, puesto que el interés por el español existe, pero no se alcanzan a cubrir dichas necesidades. En definitiva, abogamos por una mayor presencia privada y una reducción de la iniciativa pública, siguiendo modelos que se han comprobado exitosos en otros países. Este cambio, aunque estructural porque supondría modificar las bases del sistema cultural exterior español, sería el primero que habría que dar para poder avanzar en el resto de cuestiones.

Por tanto, es altamente recomendable que los centros y las sedes del Instituto Cervantes, así como el organismo en sí mismo, tengan una mayor independencia respecto del poder político, ganando autonomía en sus decisiones, su estrategia y las acciones a llevar a cabo. El conocimiento que tienen sobre la realidad en este ámbito es mayor y permitirá también diseñar planes acordes a la situación concreta de cada región, muy variable en cuanto a objetivos, recursos y realidad actual. También se favorecería la continuidad en el tiempo, puesto que no existirían los cambios de rumbo tan acusados que se dan en la actualidad ante las alternancias de partidos en el Gobierno. En el aspecto cultural, la visión a largo plazo es fundamental, pero, por desgracia, ese es uno de los mayores defectos de las democracias occidentales.

Defendemos, por tanto, una visión y un carácter más empresarial del Instituto Cervantes, que siga el modelo ya implementado por el *British Council*, por ejemplo. En este sentido, la funcionalidad de las sedes y su viabilidad económica deberían ser factores importantes a la hora de decidir la apertura o el cierre de ciertos centros. Además, si cada uno tiene un alto grado de autonomía financiera, cada centro se verá en la obligación de ser solvente para poder subsistir. El Estado podría realizar ayudas puntuales en materia económica y guiar en los aspectos generales dentro de la estrategia exterior que se quiera llevar a cabo. Pero siendo siempre directrices generales. Para que esto se pueda llevar a cabo es necesaria la participación del sector privado, ya sea a través de financiación por parte de grandes empresas o de la iniciativa personal de individuos que decidan iniciar nuevos centros en nuevos países.

Desde luego, se hace evidente la necesidad de incrementar los recursos. Si no se quiere dejar en manos privadas la financiación de estos centros culturales, entonces las partidas públicas van a tener que verse incrementadas. Pero desde luego, resultaría un alivio para las cuentas públicas contar con el patrocinio más estrecho de grandes corporaciones que decidan contribuir a aumentar la presencia de lo español por el resto del mundo, lo que resultaría beneficioso tanto para el Estado como para las empresas. El método más atractivo resultaría el de las franquicias, *al modelo francés*, en donde un particular puede abrir un centro e iniciar la actividad en esa ciudad, teniendo que seguir lo establecido en París y dependiendo de él la supervivencia de dicho centro. Así, España vería aumentada su red de centros, descargaría parte del peso económico que ahora recae sobre el Estado y encontraría mayor involucración por parte de la sociedad civil. Además, el caso francés nos ha mostrado que resulta efectivo.

Acorde a lo que comentábamos de la dependencia política y los cambios de rumbo que experimentan la diplomacia pública y cultural, el Instituto Cervantes no parece que cuente con una estrategia clara, centrando los esfuerzos en una región concreta o con un modelo de actuación determinado. Eso genera ineficiencias graves y un desperdicio de recursos, los cuales no son muy abundantes. España debe simplificar el número de organismos dedicados a la diplomacia cultural, otorgando a cada uno funciones específicas y exclusivas, evitando duplicidades. Para ello, es conveniente que los distintos ministerios implicados (Exteriores, Cultura, Educación...) se pongan de acuerdo en cuanto al rol que cada uno debe asumir. La falta de dirección resulta especialmente grave cuando en el resto de los países sí se observa un paso firme y seguro, puesto que avanzan más rápido en un entorno muy competitivo.

A esta falta de estrategia hay que sumarle la ausencia de evaluaciones, de seguimiento del plan previsto, por lo que no es fácil saber si se camina por terreno correcto o si es necesario redirigir el rumbo. Además de auditorías financieras, también es imprescindible la publicación de informes que indiquen los avances y retrocesos en el proceso. Evidentemente, sin estrategia no hay evaluaciones posibles. Dicho seguimiento permitiría tener un mayor autococonocimiento, reconociendo las virtudes de cada sede y los defectos que se deben paliar. Tampoco se caería en la autocomplacencia de pensar que, por contar con factores demográficos potentes en la actualidad, la salud del español

está garantizada (Badillo y Hernández, 2019). El español necesita organizaciones serias, estables y fiables. Además, el poderío del español repercutiría para España más positivamente si sabemos encauzarlo para que ocurra de esa manera. Dejarlo al albur de circunstancias futuras imprevistas no es una estrategia.

Por otra parte, en cuanto al idioma se refiere, la clase política y la diplomacia más tradicional tienen mucho que decir. No significa que por dejar más espacio al Instituto Cervantes, el Gobierno o las administraciones se desentiendan completamente de lo relacionado con lo cultural o lo lingüístico. La clase política debe tratar de conseguir que el español tenga más peso específico en las instituciones internacionales, con especial incidencia en la Unión Europea, órgano esencial para España y con un grado de infrarrepresentación muy elevado. Si se consigue que el español sea importante en el ámbito profesional, entonces aumentará la cantidad de estudiantes que decidan no solo conocer español, sino también contar con un diploma oficial que así lo demuestre, lo que repercutiría muy notablemente en el número de exámenes anuales que desarrollaría el Instituto. Esa labor es fundamental y corresponde a los políticos, que tienen en este sentido un papel más activo y decisivo que en la organización de un plan cultural. Por tanto, los órganos centrales de la diplomacia española siguen desempeñando un rol necesario en la diplomacia cultural, pero en un enfoque diferente.

Finalmente, existen otro tipo de cambios que no atañen tanto al Instituto Cervantes, como a la diplomacia cultural en un sentido más amplio. En primer lugar, España debe tratar de fortalecer las relaciones con el mundo hispanoamericano, intentando crear un espacio común similar a la *Francophonie* o a la *Commonwealth*. Las Cumbres Iberoamericanas no han cumplido ese papel como cabría haber esperado y su cooperación es bastante reducida, así como el interés por aumentarla. La función de España debe ser la de incrementar dichos deseos y coordinar una respuesta conjunta ante retos comunes como son los relacionados con la lengua. Los países americanos tienen mucho que decir en el papel que el español puede jugar en Estados Unidos y se verían muy beneficiados si el español consiguiera resultar más atractivo a nivel mundial. Además, eso permitiría compartir esfuerzos, tanto económicos como diplomáticos, llegando a espacios donde España no tiene mucha fuerza.

Por otra parte, España podría relanzar un plan más internacional a partir de dos iniciativas que se encuentran en los diseños de otros Estados europeos y que aumentaría la cobertura de nuestro país y de nuestro idioma. En primer lugar, crear o potenciar un sistema de becas de movilidad académica internacional, que atraiga a jóvenes estudiantes a nuestras universidades, de manera que importemos talento y exportemos una imagen positiva. El objetivo de España debe ser competir con países punteros, como Francia, aunque en la actualidad nos encontremos todavía muy lejanos. En segundo lugar, los grandes países europeos cuentan con canales de comunicación y de radiodifusión internacionales, que les permiten contar al mundo su visión de los acontecimientos, tanto internos como externos, y difundir su idioma a través de programas atractivos para el público. Aunque en España ya existe este modelo (RTVE Internacional), es necesario ampliarlo, para que la información se dé en distintos idiomas, de manera que los ciudadanos extranjeros sepan lo que pasa en España a partir de informadores españoles, puesto que en la actualidad toda la información se da en español. La cuota de audiencia sigue siendo menor que en otros países y no resulta una herramienta eficaz para atraer a potenciales nuevos aprendices de español ni para resultar la voz periodística española en el mundo.

### 4.3. ¿Hacia dónde debe mirar el Instituto Cervantes en el futuro?

Más allá del modelo que se implemente en el futuro, el Instituto Cervantes cuenta con retos en todos los frentes geográficos en la actualidad. Ninguno le resulta desigual, sino que todos, por motivos diferentes, presentan un grado de atracción poderoso. En el presente apartado se tratará de responder a la pregunta planteada, tratando de argumentar la decisión, pero poniendo por delante que, en realidad, el Instituto Cervantes tiene las puertas abiertas a cualquier región. Lo importante es generar un objetivo en base al interés nacional que resulte posible y ambicioso al mismo tiempo.

Haciendo un repaso por los distintos continentes y las distintas áreas geográficas, encontramos en primer lugar América del Norte. La cantidad de hispanohablantes que viven en Estados Unidos y las proyecciones de cara a las próximas décadas convierten a esta región en una de las prioritarias, puesto que se prevé que el peso del español sea creciente y pueda jugar un papel importante a nivel institucional en el futuro. Pero no considero que esta deba ser la región en donde el Instituto Cervantes centre todos sus esfuerzos. En primer lugar, el número de centros en

la actualidad en ambos países (EE.UU. y Canadá) es, con un total de seis centros, alto, especialmente si lo comparamos con otras regiones del mundo. Además, consideramos que son los países hispanoamericanos los que deben liderar, impulsar y desarrollar esta promoción del español, por su cercanía y porque serán ellos los que se vean más beneficiados de este proceso.

El papel de España en esta región será la de animar y guiar a países como México o Argentina a iniciar estas redes culturales y lingüísticas por su propia cuenta. No significa que la presencia española desapareciese, pero sí veríamos una colaboración entre los distintos agentes hispánicos. De la misma forma que se ha visto que en el campo de la lingüística se ha llegado a acuerdos e iniciativas para tratar de unificar el español, algo parecido podría ocurrir en el campo de la diplomacia cultural. España tiene intereses de potencia global, pero no los recursos para asumírselos, por eso debe tratar de conseguir sinergias con otros países en este continente. No hay que ver a los demás países de nuestro idioma como competidores, sino como socios que tienden hacia un mismo fin.

En cambio, la región asiática (junto con la oceánica) presenta desafíos muy distintos, merced de que la situación diverge mucho de la americana. La presencia ahí del Instituto Cervantes es muy reducida, con apenas diez centros, por lo que el campo de mejora es muy alto. Hay un doble motivo para pensar que esta región puede ser importante en el futuro. Por un lado, debido al creciente protagonismo financiero y geopolítico que el continente está teniendo en la economía mundial, cabe pensar que serán estos países los que realizarán más inversiones en el extranjero y los que pueden presentar un mayor dinamismo, por lo que contar con sedes de diplomacia cultural en ellos puede ser fundamental para la presencia española en el mundo. En segundo lugar, este continente presenta unas tasas demográficas verdaderamente grandes, por lo que la población crece y seguirá creciendo en el futuro. El número potencial de usuarios del español en estos países sería inmenso.

Pero esta región presenta también dos grandes inconvenientes. Por una parte, introducirse de manera eficaz en estos países supondría una inversión económica verdaderamente grande, la cual parece difícil que el Instituto pueda llevarla a cabo en el corto plazo. Al ser un territorio muy amplio, España tendría que acometer un fuerte esfuerzo de manera que no quedase la inversión a medio camino, no logrando los objetivos propuestos. En definitiva, resultaría complicado ser ambiciosos en esta área. Además, al ser una región dinámica, todos los ojos están puestos en ella, por lo que la competencia con otros centros de idiomas sería muy dura y España se encuentra en una desventaja manifiesta. No habría que dejar Asia totalmente desatendida, pero habría que fortalecer los centros que ya tenemos allí y tratar de ir creciendo poco a poco y analizar las posibilidades de extensión en el medio plazo.

África es el tercero de los continentes donde se observan muchas perspectivas de crecimiento. En su caso, la demografía es la principal fortaleza de cara a las próximas décadas, pues se espera que sea en África donde más crezca la población en el presente siglo. Esto crea un mercado de futuros aprendices de idiomas muy grande, entre los que el español puede resultar atractivo para millones de personas, por su similitud con el francés y por la presencia en otras regiones globales. En este sentido, también se puede prever el crecimiento económico de la región, lo que hará de este continente un lugar de inversión y de donde pueden salir miles de trabajadores en el futuro, pudiendo encontrar en España un lugar de trabajo a partir del aprendizaje de este idioma. Aparte de estos motivos, que pueden ser bastante comunes a todo el continente, también debemos destacar la cercanía de nuestro país con el Norte de África, que supone un interés siempre especial en nuestra política exterior. A través del español podemos tratar de crear vinculaciones, de manera que se mejoren las relaciones y se pueda llegar a un mayor entendimiento.

Pero en este caso volvemos a encontrar serios inconvenientes. Por un lado, España no está preparada para desembarcar en África tampoco, pues en la actualidad solamente cuenta con 13 sedes, las cuales están, en su mayoría, en el norte de África, por lo que la gran mayoría del continente queda desatendido. Pero el principal problema se encuentra en que en este caso la competencia sería mayor que en Asia, porque aquí sí existe un nicho de población y de influencia relacionada con la antigua presencia colonial de poderosos países como Francia y Portugal, que dificultarían el aterrizaje del español. Al igual que ocurría con Asia, la inversión sería muy grande y el resultado no sería necesariamente satisfactorio. De nuevo, habría que continuar manteniendo la labor realizada hasta el momento en estos países, pero sin considerarla, en la próxima década, como la región prioritaria para España.

Nos queda, por tanto, Europa. Puede resultar un tanto paradójico que la región donde más presencia tiene el Instituto en la actualidad sea la que considero deba ser el continente donde centrar una mayor cantidad de recursos. Pero esta decisión tiene sus motivos. Por un lado, la inversión económica no tendría que ser tan fuerte como en

otras áreas geográficas, al existir ya una amplia red. Por otro, todavía hay espacio para el crecimiento dentro de Europa, ya que España debe aspirar a convertirse en lengua de uso dentro de las instituciones comunitarias. Eso se consigue con compromiso político (como ya hemos señalado) y con un mayor número de ciudadanos europeos que sepan hablar español. Además, los beneficios derivados del aprendizaje del español en Europa revertirían en un alto porcentaje en España, ya que sería destino de turismo idiomático, país de referencia para el perfeccionamiento del idioma y podría atraer profesionales a nuestro país.

Para España resultaría fundamental ganar peso en la Unión Europea, puesto que podríamos defender mejor algunos de nuestros intereses. El idioma sería el reflejo de dicho crecimiento político. Pero para conseguirlo no basta únicamente la labor del Instituto Cervantes, sino que también resulta imprescindible la acción conjunta de los políticos y diplomáticos españoles.

# Conclusiones

1. El español aumentará su presencia mundial a través del incremento demográfico americano, el cual alcanzará su cénit en la década de los 60, con una presencia destacada en Estados Unidos, que se convertirá en el segundo país hispanoparlante en número total de hablantes.
2. Nuestro idioma es un idioma americano y su importancia reside en ese continente, lo que se observa con facilidad en las instituciones políticas de Europa y América. El beneficio de un aumento en el peso del español recaerá sobre todo en los países americanos, pero también sobre España.
3. Por este motivo, España debe aumentar los lazos con los países hispanoamericanos, para poder aprovechar la influencia que el español tendrá en la máxima potencia mundial. Pero el papel de España debe ser de coordinación y guía para que sean estos países quienes lideren sus propios proyectos culturales, aliviando así los esfuerzos que el Instituto Cervantes realice en el mundo.
4. Aun así, no se puede fiar todo al crecimiento basado en la demografía, puesto que otros idiomas también se encuentran en alza y se prevé un crecimiento más fuerte para el árabe o el hindi, por lo que los mecanismos de aprendizaje deben ser más sólidos, ante el riesgo de estancamiento.
5. El español debe convertirse en una lengua de trabajo, a partir de una mayor presencia de los países hispanos en organizaciones internacionales, lo que provocará un aumento en el número de candidatos a examen oficial, incrementará el peso económico del idioma y permitirá un fortalecimiento de organismos como el Instituto Cervantes.
6. En la actualidad, el mundo digital tiene una presencia prácticamente hegemónica. Es una asignatura pendiente de nuestro idioma ganar espacio en foros científicos, académicos y oficiales virtuales, toda vez que en el campo de las redes sociales ocupamos una posición privilegiada.
7. El Instituto Cervantes debe centrar sus esfuerzos en conseguir un mayor peso del español dentro de las instituciones comunitarias europeas, que se encuentra muy infrarrepresentado en la actualidad. Para ello, la clase política debe aumentar su presencia en Bruselas y el Instituto Cervantes tiene que relanzar su proyección europea.
8. Para conseguir esto, nuestro Centro de idiomas debe aumentar sus recursos, objetivo que se conseguirá colaborando el sector público con el privado. Se necesitan algunos cambios estructurales, como la jerarquización de centros, la mayor independencia respecto del ámbito político o un carácter más empresarial.
9. El aumento de recursos también irá muy ligado a la reducción de duplicidades dentro de nuestro sistema, tanto a nivel nacional como a nivel local. Se deben centrar todos los esfuerzos y recursos en una sola institución, que ejercite los retos que nuestra diplomacia cultural tiene por delante de una manera eficaz.
10. España debe fijarse en los modelos de sus países vecinos, que cuentan con más experiencia y afrontan problemas similares a los nuestros. Así, el sistema de franquicias francés o los informes de evaluación y seguimiento británicos son dos ejemplos de mejora a partir de la comparación.
11. Aparte de América y de Europa, el resto de los continentes deben ser secundarios para nuestro Instituto, ya que no contamos con los recursos suficientes por el momento y la competencia en dichas regiones será demasiado fuerte, ante la presencia de idiomas mejor preparados como el francés.
12. De la misma forma que en los temas lingüísticos el español ha conseguido aumentar su cohesión y la colaboración entre instituciones de ambos lados del Atlántico, para la diplomacia cultural también se debería buscar un entendimiento similar. España tiene un alcance cultural global, pero con recursos muy limitados. La colaboración multilateral resulta esencial para lograr nuestros objetivos.

# Bibliografía final

## Fuentes primarias

España. Decreto 92/2007, de 20 de septiembre. Boletín Oficial de Castilla y León, 26 de septiembre de 2007, núm. 188, p. 18358.

España. Real Decreto 808/2021, de 21 de septiembre. Boletín Oficial del Estado, 22 de septiembre de 2021, núm. 227, p. 115514.

EUROSTAT, «Pupils by education level and modern foreign language studied», 2021. Disponible en: [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/educ\\_uoe\\_lang01](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/educ_uoe_lang01).

FERNÁNDEZ VÍTORES, D. El español: una lengua viva. En: Instituto Cervantes. *El español en el mundo 2021*. Madrid: Bala Perdida, 2021, pp.135-215.

GOBIERNO DE ESPAÑA. Estrategia de acción exterior 2021-2024. 2021.

INSTITUTO CERVANTES. El instituto Cervantes en cifras. Curso 2020-2021. *Instituto Cervantes*, 2021.

Internet World Stats, «Usage and Population Statistics», 2021, Miniwatts Marketing Group. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com>.

KEA EUROPEAN AFFAIRS. Research for Cult Committees: European cultural institutes abroad. *Directorate-General for Internal Policies*. Bruselas, 2016.

*Página web de Acción Cultural* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: <https://www.accioncultural.es/es/presentacionACE>

*Página web de la Alliance Française* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: [https://www.fondation-alliance-fr.org/wp-content/medias/RAPPORT%20ACTIVITES/2020/FAF\\_RAPPORT%20ACTIVITE\\_2020.pdf](https://www.fondation-alliance-fr.org/wp-content/medias/RAPPORT%20ACTIVITES/2020/FAF_RAPPORT%20ACTIVITE_2020.pdf)

*Página web de la ASALE* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.asale.org/la-asociacion/politica-panhispanica>

*Página web de la ASALE* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.asale.org/la-asociacion/presentacion>

*Página web de la Commonwealth* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://climate.thecommonwealth.org/about-us>

*Página web de la Federación Española de Escuelas de Español como Lengua Extranjera* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://fedele.org/evolucion-del-espanol-como-lengua-extranjera-en-la-ue/>

*Página web de la Francofonía* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.francophonie.org/qui-sommes-nous-5>

*Página web de la Fundación Comillas* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://fundacioncomillas.es/la-fundacion/la-institucion/>

*Página web de la Fundación de san Millán* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.fsanmillan.es/estudio-del-espanol/>

*Página web de la Oficina del Español de la Comunidad de Madrid* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.comunidad.madrid/transparencia/unidad-organizativa-responsable/direccion-area-oficina-del-espanol>

*Página web de la ONU* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://population.un.org/wpp/>.

*Página web de la RAE* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.rae.es/la-institucion>

*Página web de la Real Academia de España en Roma* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: <https://www.accademiaspagna.org/objetivos/>

*Página web de la Red de Casas* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: <https://www.reddecasas.es/las-casas.php>

*Página web de la Secretaría General de Iberoamérica* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: <https://www.segib.org/cumbres-iberoamericanas/>

*Página web de la Sociedad Dante Alighieri* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.sfogliami.it/fl/225415/5rj8jeg39jvqdqyg6muxb6ge5hjcdd#page/1>

*Página web de los Congresos Internacionales de la Lengua* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://congresosdelalengua.es/>

*Página web del British Council* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.britishcouncil.org/about-us>

*Página web del Centro Internacional de Investigación de la Lengua Española* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.cilengua.es/que-es-cilengua>

*Página web del EUNIC* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: <https://www.eunicglobal.eu/about>

*Página web del ICEX* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/index.html>

*Página web del Instituto Castellanoleonés de la lengua* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.ilcyl.com/la-fundacion/presentacion/>

*Página web del Instituto Cervantes* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/informacion.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm)

*Página web del Instituto Cervantes* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/direcciones\\_contacto/sedes\\_mundo.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/direcciones_contacto/sedes_mundo.htm)

*Página web del Instituto Goethe* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: [https://www.goethe.de/resources/files/pdf234/gi\\_jahrbuch\\_2021\\_web.pdf](https://www.goethe.de/resources/files/pdf234/gi_jahrbuch_2021_web.pdf)

*Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores español* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.exteriores.gob.es/es/Ministerio/Paginas/Embajadores.aspx>

*Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores francés* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/liste\\_chefs\\_de\\_poste\\_12.05\\_cle4a9958.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/liste_chefs_de_poste_12.05_cle4a9958.pdf)

*Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores italiano* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.esteri.it/it/ministero/struttura/laretediplomatica/?pag=4&tipoL%5B0%5D=0&cont%5B0%5D=Asia&c&capomissione>

*Página web del Plan de Transformación de La Rioja* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://web.larioja.org/landing/plan-transformacion/lengua.html>

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN. Consejo de Ministros. Marzo de 2022, pp.7-9.

## Fuentes secundarias

ALONSO, J.A. y GUTIÉRREZ, R. (dir). *Emigración y lengua. El papel del español en las migraciones internacionales*. Fundación Telefónica. Madrid: Ariel, 2009.

ANHOLT, S., Beyond the nation Brand: the role of image and identity in international relations. *The Journal of Public Diplomacy*. 2013, 2(1), pp.1-7.

BADILLO, Á. y HERNÁNDEZ, R. El español se cuida solo: desafíos para una geopolítica lingüística del español ante el horizonte multilateral. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 2019.

- BATTANER ARIAS, P. y LÓPEZ FERRERO, C. La flexibilidad como propuesta normativa a la diversidad lingüística y dialectal. Perspectivas desde la Real Academia Española (RAE). *Journal of Spanish Language Teaching* 6(2), pp.106-118.
- BIRAMBAUX, I. El Institut Français se renueva: una reforma al servicio del soft power. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 92/2011.
- CLAVER RUIZ, M. Introducción. En Emilio PÉREZ DE ÁGREGA (ed.). *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*. Madrid: Escuela Diplomática, 2014, pp.7-10.
- COMPANY COMPANY, C. Jerarquías dialectales y conflictos entre teoría y práctica. Perspectivas desde la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE). *Journal of Spanish Language Teaching* 6(2), pp.96-105.
- CUBRÍA FALLA, L. El papel de las administraciones regionales en la promoción del español: el caso de Castilla y León. En: José M.<sup>a</sup> Martínez (coord.), *Enciclopedia del español en el mundo*. 2007, pp.418-420.
- CHEN, D. Políticas lingüísticas implícitas de España: logros y desafíos. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*. Madrid: Ediciones Complutense 78(91), 2019, pp.91-110.
- DUVERNOIS, L. *Avis sur le projet de loi de finances pour 2013: Action extérieure de l'état*. 2013.
- FERNÁNDEZ LEOST, J.A. Acción Cultural Exterior en Europa: un análisis comparado. *Observatorio cultura y comunicación*. Madrid: Fundación Alternativas, 2015.
- FERNÁNDEZ VÍTORES, D. El alemán como lengua franca de la Unión Europea. *Revista de filología alemana*. 2009, 18, pp.223-245.
- FERNÁNDEZ VÍTORES, D. El español en el sistema de las Naciones Unidas. *Instituto Cervantes at fas-Harvard University*. 2014.
- FERNÁNDEZ VÍTORES, D. y GARCÍA, A.J. El español en las relaciones internacionales. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*. 2014, 12(2-24), pp. 121-134.
- GALINDO VILLORIA, F., GRANADOS MARTÍNEZ, P. y GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, R. *Informe sobre la acción cultural de España en el exterior*. Madrid: Ediciones y Publicaciones Autor, 2009.
- GARCÍA BAUTISTA, P. y UREÑA, D. El español en la política de Estados Unidos: análisis de su uso en la Cámara de Representantes y el Senado. *The Hispanic Council*. 3<sup>a</sup> Edición, 2022.
- GARCÍA DE LA CONCHA, V. El español en la escena lingüística internacional. *Política Exterior*. 2013, 27(155), pp.108-116.
- GARCÍA DELGADO, J.L. El español da dinero. Sobre la economía del español. En: J. M. Merino y Á. Grijelmo (eds.), *Más de 555 millones podemos leer este libro sin traducción*. Madrid: Taurus, 2019, pp. 135-148.
- GONZÁLEZ-TOSAT, C. La radio en español en los Estados Unidos. *Instituto Cervantes at fas-Harvard University*. 2019.
- GRACIA SANTOS, M. y OLIVIE, I. Más blanda que económica, la globalización continúa. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 2019.
- GUTIÉRREZ, R. Lengua, migraciones y mercado de trabajo. *Revista Telos*. Madrid, Fundación Telefónica e Instituto Complutense de Estudios Internacionales, 2007, pp.1-27.
- IGLESIAS CAVICCHIOLI, M. El Gobierno de Pedro Sánchez y la política exterior de España. *Blog de Estudios Internacionales de la Universidad Loyola de Andalucía* [en línea]. 2018.
- JIMÉNEZ, J.C. y NARBONA, A. *El español en los flujos económicos internacionales*. Fundación Telefónica. Madrid: Ariel, 2011.
- JIMÉNEZ, J.C. y NARBONA, A. El idioma común como determinante del comercio internacional: el caso del español. *X encuentro de economía aplicada*. Alcalá: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 2007.

- LAMO DE ESPINOSA, E. y BADILLO MATOS, Á. El Instituto Cervantes y la diplomacia cultural en España: una reflexión sobre el modelo. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 2017.
- MANFREDI, J.L. Competencias para la nueva diplomacia global. En Emilio PÉREZ DE ÁGREDA (ed.). *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*. Madrid: Escuela Diplomática, 2014, pp.20-29.
- MARCO, E. Una mirada al sistema británico de relaciones culturales internacionales: acción exterior y diplomacia pública. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 2008.
- MARCO, E. y OTERO, J. La transformación de la diplomacia cultural española. *Política Exterior*. 2010, 24(134), pp.155-164.
- MORENO CABRERA, J.C. Unifica, limpia y fija: la RAE y los mitos del nacionalismo lingüístico español. En: Silvia SENZ y Montserrat ALBERTE (eds.), *El dardo en la Academia*. Madrid: Melusina, 2011.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. Lingüística y migraciones hispánicas. *Lengua y migración*. 2013, 5(2), pp.67-89.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. y OTERO ROTH, J. La dimensión demolingüística: el español goza de buena salud. *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*. 2007, 71, pp.50-56.
- MORENO FERNÁNDEZ, F. y OTERO ROTH, J. *Atlas de la lengua española en el mundo*. Fundación Telefónica. Madrid: Ariel, 2007.
- MUÑOZ-BASOLS, J. y HERNÁNDEZ MUÑOZ, N. El español en la era global: agentes y voces de la polifonía panhispánica. *Journal of Spanish Language Teaching*. 2019, 6(2), pp.79-95.
- NOGUERO GALILEA, C. 30 años de una organización. En: Instituto Cervantes. *El español en el mundo 2021*. Madrid: Bala Perdida, 2021, pp.35-50.
- NYE, Joseph. Soft Power. *Foreign Policy*. 1990, 80, pp. 153-171.
- NYE, Joseph. Soft Power: the evolution of a concept. *Journal of Political Power*. 2021.
- NYE, Joseph. *Soft Power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs, 2004.
- Página web de la ONU* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2018/04/1431902>
- Página web de la Organización Mundial del Turismo* [en línea] [consulta: abril 2022]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>
- Página web de Soft Power 30* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: Spain - Soft Power ([softpower30.com](http://softpower30.com))
- Página web del Compendium cultural policies and trends, Alemania* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=15>
- Página web del Compendium cultural policies and trends, Francia* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=13>
- Página web del Compendium cultural policies and trends, Italia* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=20>
- Página web del Compendium cultural policies and trends, Reino Unido* [en línea] [consulta: mayo 2022]. Disponible en: <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/?id=42>
- Página web del Eurobarómetro 466* [en línea] [consulta: marzo 2022]. Disponible en: [https://data.europa.eu/data/datasets/s2186\\_466\\_eng?locale=en](https://data.europa.eu/data/datasets/s2186_466_eng?locale=en)
- PAMMENT, J. Diplomacy: digital and public. En Emilio PÉREZ DE ÁGREDA (ed.). *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*. Madrid: Escuela Diplomática, 2014, pp.30-43.
- ROJO, G. El español en la red. *Revista Telos: el valor económico del español en la sociedad global*. 2007, 71, pp.1-7.
- ROMERO LESMES, M.D. La promoción internacional de la lengua española: comparación entre los casos de los idiomas alemán, chino y francés. *Real Instituto Elcano* [en línea]. 2015.

- ROTHMAN, Steven B. Revising the soft power concept: what are the means and mechanisms of soft power? *Journal of Political Power*. 2011, 4(1), pp. 49-64.
- RUBIO, R. La diplomacia pública: nuevos actores en un escenario nuevo. En Emilio PÉREZ DE ÁGREDA (ed.). *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*. Madrid: Escuela Diplomática, 2014, pp.10-19.
- RUPÉREZ, J. y FERNÁNDEZ VÍTORES, D. *El español en las relaciones internacionales*. Fundación Telefónica. Madrid: Ariel, 2012.
- SANKHÉ, M. La importancia del español para la emigración a España: el español, lengua de oportunidades. *Index Comunicación*. 2014, 4(2), pp.211-216.
- SANTOS REDONDO, M. (coord.). *Economía de las industrias culturales en español*. Fundación Telefónica. Madrid: Ariel, 2011.
- TELLIS, Ashley J. *Measuring national power in the postindustrial age*. Santa Monica: Rand Corporation, 2001.
- TOGORES, L.E. y JIMÉNEZ, J.C. *La Escuela Diplomática: 75 años de servicio al Estado. Los últimos 25 años (1992-2017)*. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2018.
- WALKER, C. y LUDWIG, J. The meaning of sharp power: how authoritarian states project influence. *Foreign Affairs*. 2017, web.
- YBAÑEZ BUENO, E. El idioma español en las organizaciones internacionales. *El español en el mundo 1998*. Madrid: Instituto Cervantes, 1998, pp.87-224.

# Números Publicados

## Serie Unión Europea y Relaciones Internacionales

- Nº 1/2000 “La política monetaria única de la Unión Europea”  
Rafael Pampillón Olmedo
- Nº 2/2000 “Nacionalismo e integración”  
Leonardo Caruana de las Cagigas y Eduardo González Calleja
- Nº 1/2001 “Standard and Harmonize: Tax Arbitrage”  
Nohemi Boal Velasco y Mariano González Sánchez
- Nº 2/2001 “Alemania y la ampliación al este: convergencias y divergencias”  
José María Beneyto Pérez
- Nº 3/2001 “Towards a common European diplomacy? Analysis of the European Parliament resolution on establishing a common diplomacy (A5-0210/2000)”  
Belén Becerril Atienza y Gerardo Galeote Quecedo
- Nº 4/2001 “La Política de Inmigración en la Unión Europea”  
Patricia Argerey Vilar
- Nº 1/2002 “ALCA: Adiós al modelo de integración europea?”  
Mario Jaramillo Contreras
- Nº 2/2002 “La crisis de Oriente Medio: Palestina”  
Leonardo Caruana de las Cagigas
- Nº 3/2002 “El establecimiento de una delimitación más precisa de las competencias entre la Unión Europea y los Estados miembros”  
José María Beneyto y Claus Giering
- Nº 4/2002 “La sociedad anónima europea”  
Manuel García Riestra
- Nº 5/2002 “Jerarquía y tipología normativa, procesos legislativos y separación de poderes en la Unión Europea: hacia un modelo más claro y transparente”  
Alberto Gil Ibáñez
- Nº 6/2002 “Análisis de situación y opciones respecto a la posición de las Regiones en el ámbito de la UE. Especial atención al Comité de las Regiones”  
Alberto Gil Ibáñez
- Nº 7/2002 “Die Festlegung einer genaueren Abgrenzung der Kompetenzen zwischen der Europäischen Union und den Mitgliedstaaten”  
José María Beneyto y Claus Giering
- Nº 1/2003 “Un español en Europa. Una aproximación a Juan Luis Vives”  
José Peña González
- Nº 2/2003 “El mercado del arte y los obstáculos fiscales ¿Una asignatura pendiente en la Unión Europea?”  
Pablo Siegrist Ridruejo
- Nº 1/2004 “Evolución en el ámbito del pensamiento de las relaciones España-Europa”  
José Peña González
- Nº 2/2004 “La sociedad europea: un régimen fragmentario con intención armonizadora”  
Alfonso Martínez Echevarría y García de Dueñas
- Nº 3/2004 “Tres operaciones PESH: Bosnia y Herzegovina, Macedonia y República Democrática de Congo”  
Berta Carrión Ramírez

- Nº 4/2004** “Turquía: El largo camino hacia Europa”  
Delia Contreras
- Nº 5/2004** “En el horizonte de la tutela judicial efectiva, el TJCE supera la interpretación restrictiva de la legitimación activa mediante el uso de la cuestión prejudicial y la excepción de ilegalidad”  
Alfonso Rincón García Loygorri
- Nº 1/2005** “The Biret cases: what effects do WTO dispute settlement rulings have in EU law?”  
Adrian Emch
- Nº 2/2005** “Las ofertas públicas de adquisición de títulos desde la perspectiva comunitaria en el marco de la creación de un espacio financiero integrado”  
José María Beneyto y José Puente
- Nº 3/2005** “Las regiones ultraperiféricas de la UE: evolución de las mismas como consecuencia de las políticas específicas aplicadas. Canarias como ejemplo”  
Carlota González Láynez
- Nº 24/2006** “El Imperio Otomano: ¿por tercera vez a las puertas de Viena?”  
Alejandra Arana
- Nº 25/2006** “Bioterrorismo: la amenaza latente”  
Ignacio Ibáñez Ferrándiz
- Nº 26/2006** “Inmigración y redefinición de la identidad europea”  
Diego Acosta Arcarazo
- Nº 27/2007** “Procesos de integración en Sudamérica. Un proyecto más ambicioso: la comunidad sudamericana de naciones”  
Raquel Turienzo Carracedo
- Nº 28/2007** “El poder del derecho en el orden internacional. Estudio crítico de la aplicación de la norma democrática por el Consejo de Seguridad y la Unión Europea”  
Gaspar Atienza Becerril
- Nº 29/2008** “Iraqi Kurdistan: Past, Present and Future. A look at the history, the contemporary situation and the future for the Kurdish parts of Iraq”  
Egil Thorsås
- Nº 30/2008** “Los desafíos de la creciente presencia de China en el continente africano”  
Marisa Caroco Amaro
- Nº 31/2009** “La cooperación al desarrollo: un traje a medida para cada contexto. Las prioridades para la promoción de la buena gobernanza en terceros países: la Unión Europea, los Estados Unidos y la Organización de las Naciones Unidas”  
Anne Van Nistelroo
- Nº 32/2009** “Desafíos y oportunidades en las relaciones entre la Unión Europea y Turquía”  
Manuela Gambino
- Nº 33/2010** “Las relaciones trasatlánticas tras la crisis financiera internacional: oportunidades para la Presidencia Española”  
Román Escolano
- Nº 34/2010** “Los derechos fundamentales en los tratados europeos. Evolución y situación actual”  
Silvia Ortiz Herrera
- Nº 35/2010** “La Unión Europea ante los retos de la democratización en Cuba”  
Delia Contreras
- Nº 36/2010** “La asociación estratégica UE-Brasil. Retórica y pragmatismo en las relaciones Euro-Brasileñas(Vol 1 y 2)”  
Ana Isabel Rodríguez Iglesias
- Nº 37/2011** “China’s foreign policy: A European Perspective”  
Fernando Delage y Gracia Abad

- Nº 38/2011** “China’s Priorities and Strategy in China-EU Relations”  
Chen Zhimin, Dai Bingran, Zhongqi Pan and Ding Chun
- Nº 39/2011** “Motor or Brake for European Policies? Germany’s new role in the EU after the Lisbon-Judgment of its  
Federal Constitutional Court”  
Ingolf Pernice
- Nº 40/2011** “Back to Square One: the Past, Present and Future of the Simmenthal Mandate”  
Siniša Rodin
- Nº 41/2011** “Lisbon before the Courts: Comparative Perspectives”  
Mattias Wendel
- Nº 42/2011** “The Spanish Constitutional Court, European Law and the constitutional traditions common to the  
Member States (Art. 6.3 TUE). Lisbon and beyond”  
Antonio López-Pina
- Nº 43/2011** “Women in the Islamic Republic of Iran: The Paradox of less Rights and more Opportunities”  
Désirée Emilie Simonetti
- Nº 44/2011** “China and the Global Political Economy”  
Weiping Huang & Xinning Song
- Nº 45/2011** “Multilateralism and Soft Diplomacy”  
Juliet Lodge and Angela Carpenter
- Nº 46/2011** “FDI and Business Networks: The EU-China Foreign Direct Investment Relationship”  
Jeremy Clegg and Hinrich Voss
- Nº 47/2011** “China within the emerging Asian multilateralism and regionalism. As perceived through a  
comparison with the European Neighborhood Policy”  
Maria-Eugenia Bardaro & Frederik Ponjaert
- Nº 48/2011** “Multilateralism and global governance”  
Mario Telò
- Nº 49/2011** “EU-China: Bilateral Trade Relations and Business Cooperation”  
Enrique Fanjul
- Nº 50/2011** “Political Dialogue in EU-China Relations”  
José María Beneyto, Alicia Sorroza, Inmaculada Hurtado y Justo Corti
- Nº 51/2011** “La Política Energética Exterior de la Unión Europea. Entre dependencia, seguridad de  
abastecimiento, mercado y geopolítica”  
Marco Villa
- Nº 52/2011** “Los Inicios del Servicio Europeo de Acción Exterior”  
Macarena Esteban Guadalix
- Nº 53/2011** “Holding Europe’s CFSP/CSDP Executive to Account in the Age of the Lisbon Treaty”  
Daniel Thym
- Nº 54/2011** “El conflicto en el Ártico: ¿hacia un tratado internacional?”  
Alberto Trillo Barca
- Nº 55/2012** “Turkey’s Accession to the European Union: Going Nowhere”  
William Chislett
- Nº 56/2012** “Las relaciones entre la Unión Europea y la Federación Rusa en materia de seguridad y defensa.  
Reflexiones al calor del nuevo concepto estratégico de la Alianza Atlántica”  
Jesús Elguea Palacios
- Nº 57/2012** “The Multiannual Financial Framework 2014-2020: A Preliminary analysis of the Spanish position”  
Mario Kölling y Cristina Serrano Leal

- Nº 58/2012** “Preserving Sovereignty, Delaying the Supranational Constitutional Moment? The CJEU as the Anti-Model for regional judiciaries”  
Allan F. Tatham
- Nº 59/2012** “La participación de las Comunidades Autónomas en el diseño y la negociación de la Política de Cohesión para el periodo 2014-2020”  
Mario Kölling y Cristina Serrano Leal
- Nº 60/2012** “El planteamiento de las asociaciones estratégicas: la respuesta europea ante los desafíos que presenta el Nuevo Orden Mundial”  
Javier García Toni
- Nº 61/2012** “La dimensión global del Constitucionalismo Multinivel. Una respuesta legal a los desafíos de la globalización”  
Ingolf Pernice
- Nº 62/2012** “EU External Relations: the Governance Mode of Foreign Policy”  
Gráinne de Búrca
- Nº 63/2012** “La propiedad intelectual en China: cambios y adaptaciones a los cánones internacionales”  
Paula Tallón Queija
- Nº 64/2012** “Contribuciones del presupuesto comunitario a la gobernanza global: claves desde Europa”  
Cristina Serrano Leal
- Nº 65/2013** “Las Relaciones Germano-Estadounidenses entre 1933 y 1945”  
Pablo Guerrero García
- Nº 66/2013** “El futuro de la agricultura europea ante los nuevos desafíos mundiales”  
Marta Llorca Gomis, Raquel Antón Martín, Carmen Durán Vizán,  
Jaime del Olmo Morillo-Velarde
- Nº 67/2013** “¿Cómo será la guerra en el futuro? La perspectiva norteamericana”  
Salvador Sánchez Tapia
- Nº 68/2013** “Políticas y Estrategias de Comunicación de la Comisión Europea: Actores y procesos desde que se aprueban hasta que la información llega a la ciudadanía española”  
Marta Hernández Ruiz
- Nº 69/2013** “El reglamento europeo de sucesiones. Tribunales competentes y ley aplicable. Excepciones al principio general de unidad de ley”  
Silvia Ortiz Herrera
- Nº 70/2013** “Private Sector Protagonism in U.S. Humanitarian Aid”  
Sarah Elizabeth Capers
- Nº 71/2014** “Integration of Turkish Minorities in Germany”  
Iraia Eizmendi Alonso
- Nº 72/2014** “La imagen de España en el exterior: La Marca España”  
Marta Sabater Ramis
- Nº 73/2014** “Aportaciones del Mercado Interior y la política de competencia europea: lecciones a considerar por otras áreas de integración regional”  
Jerónimo Maillo
- Nº 74/2015** “Las relaciones de la UE con sus socios meridionales a la luz de la Primavera Árabe”  
Paloma Luengos Fernández
- Nº 75/2015** “De Viena a Sarajevo: un estudio del equilibrio de poder en Europa entre 1815 y 1914”  
Álvaro Silva Soto
- Nº 76/2015** “El avance de la ultraderecha en la Unión Europea como consecuencia de la crisis: Una perspectiva del contexto político de Grecia y Francia según la teoría del ‘chivo expiatorio’”  
Eduardo Torrecilla Giménez

- Nº 77/2016** “La influencia de los factores culturales en la internacionalización de la empresa: El caso de España y Alemania”  
Blanca Sánchez Goyenechea
- Nº 78/2016** “La Cooperación Estructurada Permanente como instrumento para una defensa común”  
Elena Martínez Padilla
- Nº 79/2017** “The European refugee crisis and the EU-Turkey deal on migrants and refugees”  
Guido Savasta
- Nº 80/2017** “Brexit:How did the UK get here?”  
Izabela Daleszak
- Nº 81/2017** “Las ONGD españolas: necesidad de adaptación al nuevo contexto para sobrevivir”  
Carmen Moreno Quintero
- Nº 82/2017** “Los nuevos instrumentos y los objetivos de política económica en la UE: efectos de la crisis sobre las desigualdades”  
Miguel Moltó
- Nº 83/2017** “Peace and Reconciliation Processes: The Northern Irish case and its lessons”  
Carlos Johnston Sánchez
- Nº 84/2018** “Cuba en el mundo: el papel de Estados Unidos, la Unión Europea y España”  
Paula Foces Rubio
- Nº 85/2018** “Environmental Protection Efforts and the Threat of Climate Change in the Arctic: Examined Through International Perspectives Including the European Union and the United States of America”  
Kristina Morris
- Nº 86/2018** “La Unión Europea pide la palabra en la (nueva) escena internacional”  
José Martín y Pérez de Nanclares
- Nº 87/2019** “El impacto de la integración regional africana dentro del marco de asociación UE-ACP y su implicación en las relaciones post Cotonú 2020”  
Sandra Moreno Ayala
- Nº 88/2019** “Lucha contra el narcotráfico: un análisis comparativo del Plan Colombia y la Iniciativa Mérida”  
Blanca Paniego Gámez
- Nº 89/2019** “Desinformación en la UE: ¿amenaza híbrida o fenómeno comunicativo? Evolución de la estrategia de la UE desde 2015”  
Elena Terán González
- Nº 90/2019** “La influencia del caso Puigdemont en la cooperación judicial penal europea”  
Pablo Rivera Rodríguez
- Nº 91/2020** “Trumping Climate Change: National and International Commitments to Climate Change in the Trump Era”  
Olivia Scotti
- Nº 92/2020** “El impacto social de la innovación tecnológica en Europa”  
Ricardo Palomo-Zurdo, Virginia Rey-Paredes, Milagros Gutiérrez-Fernández, Yakira Fernández-Torres
- Nº 93/2020** “El Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas, la asignatura pendiente del Mercado Único Digital”  
Ana Gascón Marcén
- Nº 94/2020** “Referencias al tratamiento constitucional de la Unión Europea en algunos Estados Miembros”  
Rafael Ripoll Navarro

- Nº 95/2020** “La identidad europea, ¿en crisis? Reflexiones entorno a los valores comunes en un entorno de cambio”  
Irene Correas Sosa
- Nº 96/2020** “La configuración de un sistema de partidos propiamente europeo”  
Luis Rodrigo de Castro
- Nº 97/2020** “El Banco Asiático de Inversión en Infraestructura. La participación de Europa y de España”  
Amadeo Jensana Tanehashi
- Nº 98/2020** “Nuevas perspectivas en las relaciones entre la Unión Europea y China”  
Georgina Higuera
- Nº 99/2020** “Inversiones Unión Europea-China: ¿hacia una nueva era?”  
Jerónimo Maillo y Javier Porras
- Nº 100/2020** “40 años de reforma: el papel de China en la comunidad internacional”  
Enrique Fanjul
- Nº 101/2020** “A climate for change in the European Union. The current crisis implications for EU climate and energy policies”  
Corina Popa
- Nº 102/2020** “Aciertos y desafíos de la cooperación Sur-Sur. Estudio del caso de Cuba y Haití”  
María Fernández Sánchez
- Nº 103/2020** “El Derecho Internacional Humanitario después de la II Guerra Mundial”  
Gonzalo del Cura Jiménez
- Nº 104/2020** “Reframing the Response to Climate Refugees”  
Alexander Grey Crutchfield
- Nº 105/2021** “The Biden Condition: interpreting Treaty-Interpretation”  
Jose M. de Areilza
- Nº 106/2021** “¿Hacia la Corte Multilateral de Inversiones? El acuerdo de inversiones EU-China y sus consecuencias para el arbitraje”  
José María Beneyto Pérez
- Nº 107/2021** “El acuerdo de partenariado económico UE-Japón. Implicaciones para España”  
Amadeo Jensana Tanehashi
- Nº 108/2021** “El acuerdo con Reino Unido. Implicaciones para España”  
Allan Francis Tatham
- Nº 109/2021** “El ‘Comprehensive Economic and Trade Agreement’ (CETA) con Canadá. Implicaciones para España”  
Cristina Serrano Leal
- Nº 110/2021** “Acuerdos comerciales UE de ‘Nueva Generación’: origen, rasgos y valoración”  
Jerónimo Maillo
- Nº 111/2021** “Europa en el mundo”  
Emilio Lamo de Espinosa
- Nº 112/2021** “A geostrategic rivalry: the Sino-Indian border dispute”  
Eva María Pérez Vidal

- Nº 113/2021** “The EU-China Digital Agenda and Connectivity”  
Meri Beridze
- Nº 114/2021** “Las mujeres en los conflictos y postconflictos armados: la Resolución 1325 de la ONU y su vigencia hoy”  
Guadalupe Cavero Martínez
- Nº 115/2021** “Tesla: estrategias de internacionalización y acceso al mercado en Brasil”  
Carmen Salvo González
- Nº 116/2022** “Player or board game? In Search of Europe’s Strategic Autonomy: The Need of a Common Digital Strategy of the European Union towards the People’s Republic of China”  
Loreto Machés Blázquez
- Nº 117/2022** “La posición de la Unión Europea en el conflicto del Sáhara Occidental ¿Terminan los principios donde empiezan los intereses?”  
Elena Ruiz Giménez
- Nº 118/2022** “La defensa de los valores de la Unión Europea: La condicionalidad de los Fondos Europeos al estado de derecho”  
Alicia Arjona Hernández
- Nº 119/2022** “Medidas restrictivas en la Unión Europea: el nuevo régimen de sanciones contra las violaciones y abusos graves de los derechos humanos en el contexto internacional”  
Celia Fernández Castañeda
- Nº 120/2022** “La relación hispano-británica en materia de seguridad y defensa después del Brexit”  
Salvador Sánchez Tapia
- Nº 121/2022** “Oportunidades para la cooperación bilateral en la cultura, la educación y la investigación: Piedras angulares en las relaciones hispano-británicas después de Brexit”  
Allan F. Tatham
- Nº 122/2022** “*Building bridges*: cómo paliar los efectos del Brexit sobre los intercambios económicos bilaterales de España con el Reino Unido”  
Álvaro Anchuelo Crego
- Nº 123/2022** “Mobility issues for UK and Spanish nationals post Brexit”  
Catherine Barnard
- Nº 124/2022** “Derechos humanos y debida diligencia en las cadenas globales de suministro”  
Enrique Fanjul
- Nº 125/2022** “Sostenibilidad y Derecho Internacional de las inversiones: claves prácticas para Estados y empresas transnacionales”  
Francisco Pascual-Vives y Alberto Jiménez-Piernas García
- Nº 126/2022** “Derechos humanos y empresas, una agenda internacional en evolución”  
Sandra Galimberti Díaz-Faes
- Nº 129/2022** “The Islamic State and Cultural Heritage: A two-track weaponization”  
María Gómez Landaburu
- Nº 130/2022** “La política de abastecimiento energético de la Unión Europea: Dependencia y vulnerabilidad ante la invasión rusa a Ucrania”  
Raúl Carrasco Contero

## **Serie Política de la Competencia y Regulación**

- Nº 1/2001** “El control de concentraciones en España: un nuevo marco legislativo para las empresas”  
José María Beneyto
- Nº 2/2001** “Análisis de los efectos económicos y sobre la competencia de la concentración Endesa-Iberdrola”  
Luis Atienza, Javier de Quinto y Richard Watt
- Nº 3/2001** “Empresas en Participación concentrativas y artículo 81 del Tratado CE: Dos años de aplicación del artículo 2(4) del Reglamento CE de control de las operaciones de concentración”  
Jerónimo Maillo González-Orús
- Nº 1/2002** “Cinco años de aplicación de la Comunicación de 1996 relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con los acuerdos entre empresas”  
Miguel Ángel Peña Castellot
- Nº 1/2002** “Leniency: la política de exoneración del pago de multas en derecho de la competencia”  
Santiago Illundáin Fontoya
- Nº 3/2002** “Dominancia vs. disminución sustancial de la competencia ¿cuál es el criterio más apropiado?: aspectos jurídicos”  
Mercedes García Pérez
- Nº 4/2002** “Test de dominancia vs. test de reducción de la competencia: aspectos económicos”  
Juan Briones Alonso
- Nº 5/2002** “Telecomunicaciones en España: situación actual y perspectivas”  
Bernardo Pérez de León Ponce
- Nº 6/2002** “El nuevo marco regulatorio europeo de las telecomunicaciones”  
Jerónimo González González y Beatriz Sanz Fernández-Vega
- Nº 1/2003** “Some Simple Graphical Interpretations of the Herfindahl-Hirshman Index and their Implications”  
Richard Watt y Javier De Quinto
- Nº 2/2003** “La Acción de Oro o las privatizaciones en un Mercado Único”  
Pablo Siegrist Ridruejo, Jesús Lavalle Merchán y Emilia Gargallo González
- Nº 3/2003** “El control comunitario de concentraciones de empresas y la invocación de intereses nacionales. Crítica del artículo 21.3 del Reglamento 4064/89”  
Pablo Berenguer O’Shea y Vanessa Pérez Lamas
- Nº 1/2004** “Los puntos de conexión en la Ley 1/2002 de 21 de febrero de coordinación de las competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de defensa de la competencia”  
Lucana Estévez Mendoza
- Nº 2/2004** “Los impuestos autonómicos sobre los grandes establecimientos comerciales como ayuda de Estado ilícita ex art. 87 TCE”  
Francisco Marcos
- Nº 1/2005** “Servicios de Interés General y Artículo 86 del Tratado CE: Una Visión Evolutiva”  
Jerónimo Maillo González-Orús

- Nº 2/2005** “La evaluación de los registros de morosos por el Tribunal de Defensa de la Competencia”  
Alfonso Rincón García Loygorri
- Nº 3/2005** “El código de conducta en materia de fiscalidad de las empresas y su relación con el régimen comunitario de ayudas de Estado”  
Alfonso Lamadrid de Pablo
- Nº 18/2006** “Régimen sancionador y clemencia: comentarios al título quinto del anteproyecto de la ley de defensa de la competencia”  
Miguel Ángel Peña Castellot
- Nº 19/2006** “Un nuevo marco institucional en la defensa de la competencia en España”  
Carlos Padrós Reig
- Nº 20/2006** “Las ayudas públicas y la actividad normativa de los poderes públicos en el anteproyecto de ley de defensa de la competencia de 2006”  
Juan Arpio Santacruz
- Nº 21/2006** “La intervención del Gobierno en el control de concentraciones económicas”  
Albert Sánchez Graells
- Nº 22/2006** “La descentralización administrativa de la aplicación del Derecho de la competencia en España”  
José Antonio Rodríguez Miguez
- Nº 23/2007** “Aplicación por los jueces nacionales de la legislación en materia de competencia en el Proyecto de Ley”  
Juan Manuel Fernández López
- Nº 24/2007** “El tratamiento de las restricciones públicas a la competencia”  
Francisco Marcos Fernández
- Nº 25/2008** “Merger Control in the Pharmaceutical Sector and the Innovation Market Assessment. European Analysis in Practice and differences with the American Approach”  
Teresa Lorca Morales
- Nº 26/2008** “Separación de actividades en el sector eléctrico”  
Joaquín M<sup>a</sup> Nebreda Pérez
- Nº 27/2008** “Arbitraje y defensa de la competencia”  
Antonio Creus Carreras y Josep Maria Juliá Insenser
- Nº 28/2008** “El procedimiento de control de concentraciones y la supervisión por organismos reguladores de las Ofertas Públicas de Adquisición”  
Francisco Marcos Fernández
- Nº 29/2009** “Intervención pública en momentos de crisis: el derecho de ayudas de Estado aplicado a la intervención pública directa en las empresas”  
Pedro Callol y Jorge Manzarbeitia
- Nº 30/2010** “Understanding China’s Competition Law & Policy: Merger Control as a Case Study”  
Jeronimo Maillo
- Nº 31/2012** “Autoridades autonómicas de defensa de la competencia en vías de extinción”  
Francisco Marcos
- Nº 32/2013** “¿Qué es un cártel para la CNC?”  
Alfonso Rincón García-Loygorri

- Nº 33/2013** “Tipología de cárteles duros. Un estudio de los casos resueltos por la CNC”  
Justo Corti Varela
- Nº 34/2013** “Autoridades responsables de la lucha contra los cárteles en España y la Unión Europea”  
José Antonio Rodríguez Miguez
- Nº 35/2013** “Una revisión de la literatura económica sobre el funcionamiento interno de los cárteles y sus efectos económicos”  
María Jesús Arroyo Fernández y Begoña Blasco Torrejón
- Nº 36/2013** “Poderes de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia”  
Alberto Escudero
- Nº 37/2013** “Screening de la autoridad de competencia: mejores prácticas internacionales”  
María Jesús Arroyo Fernández y Begoña Blasco Torrejón
- Nº 38/2013** “Objetividad, predictibilidad y determinación normativa. Los poderes normativos *ad extra* de las autoridades de defensa de la competencia en el control de los cárteles”  
Carlos Padrós Reig
- Nº 39/2013** “La revisión jurisdiccional de los expedientes sancionadores de cárteles”  
Fernando Díez Estella
- Nº 40/2013** “Programas de recompensas para luchar contra los cárteles en Europa: una comparativa con terceros países”  
Jerónimo Maíllo González-Orús
- Nº 41/2014** “La Criminalización de los Cárteles en la Unión Europea”  
Amparo Lozano Maneiro
- Nº 42/2014** “Posibilidad de sancionar penalmente los cárteles en España, tanto en el presente como en el futuro”  
Álvaro Mendo Estrella
- Nº 43/2014** “La criminalización de los hardcore cartels: reflexiones a partir de la experiencia de EE. UU. y Reino Unido”  
María Gutiérrez Rodríguez
- Nº 44/2014** “La escasez de acciones de daños y perjuicios derivadas de ilícitos antitrust en España, ¿Por qué?”  
Fernando Díez Estella
- Nº 45/2014** “Cuantificación de daños de los cárteles duros. Una visión económica”  
Rodolfo Ramos Melero
- Nº 46/2014** “El procedimiento sancionador en materia de cárteles”  
Alfonso Lamadrid de Pablo y José Luis Buendía Sierra
- Nº 47/2014** “Japanese Cartel Control in Transition”  
Mel Marquis and Tadashi Shiraishi
- Nº 48/2015** “Una evaluación económica de la revisión judicial de las sanciones impuestas por la CNMC por infracciones anticompetitivas”  
Javier García-Verdugo

- Nº 49/2015** “The role of tax incentives on the energy sector under the Climate Change’s challenges  
Pasquale Pistone”  
Iñaki Bilbao
- Nº 50/2015** “Energy taxation and key legal concepts in the EU State aid context: looking for a common understanding”  
Marta Villar Ezcurra and Pernille Wegener Jessen
- Nº 51/2015** “Energy taxation and key legal concepts in the EU State aid context: looking for a common understanding Energy Tax Incentives and the GBER regime”  
Joachim English
- Nº 52/2016** “The Role of the Polluter Pays Principle and others Key Legal Principles in Energy Taxes, on an State aid Context”  
José A. Rozas
- Nº 53/2016** “EU Energy Taxation System & State Aid Control Critical Analysis from Competitiveness and Environmental Protection Objectives”  
Jerónimo Maillo, Edoardo Traversa, Justo Corti and Alice Pirlot
- Nº 54/2016** “Energy Taxation and State Aids: Analysis of Comparative Law”  
Marta Villar Ezcurra and Janet Milne
- Nº 55/2016** “Case-Law on the Control of Energy Taxes and Tax Reliefs under European Union Law”  
Álvaro del Blanco, Lorenzo del Federico, Cristina García Herrera, Concetta Ricci, Caterina Verrigni and Silvia Giorgi
- Nº 56/2017** “El modelo de negocio de Uber y el sector del transporte urbano de viajeros: implicaciones en materia de competencia”  
Ana Goizueta Zubimendi
- Nº 57/2017** “EU Cartel Settlement procedure: an assessment of its results 10 years later”  
Jerónimo Maillo
- Nº 58/2019** “Quo Vadis Global Governance? Assessing China and EU Relations in the New Global Economic Order”  
Julia Kreienkamp and Dr Tom Pegram
- Nº 59/2019** “From Source-oriented to Residence-oriented: China’s International Tax Law Reshaped by BRI?”  
Jie Wang
- Nº 60/2020** “The EU-China trade partnership from a European tax perspective”  
Elena Masegla Mischczyn, Marie Lamensch, Edoardo Traversa y Marta Villar Ezcurra
- Nº 61/2020** “A Study on China’s Measures for the Decoupling of the Economic Growth and the Carbon Emission”  
Rao Lei, Gao Min
- Nº 62/2020** “The global climate governance: a comparative study between the EU and China”  
Cao Hui
- Nº 63/2020** “The evolvement of China-EU cooperation on climate change and its new opportunities under the European Green Deal”  
Zhang Min and Gong Jialuo

**Resumen:** Con los cambios que se han venido produciendo desde el final de la Guerra Fría, aspectos como el poder blando o la diplomacia pública han gozado de mayor protagonismo para muchos Estados. La cultura ha tenido un papel prominente en estas nuevas políticas y el caso español es paradigmático de ello por el gran legado cultural que posee. Por ese motivo, España, a través del Instituto Cervantes, debe saber potenciar las posibilidades que le brinda su idioma en las relaciones internacionales. Para ello, es necesario que se produzca un cambio de modelo y que se reorienten los recursos con los que contamos, ya que la competencia internacional es grande.

**Abstract:** With the changes that have been taking place since the end of the Cold War, aspects such as soft power and public diplomacy have become more important for many states. Culture has played a prominent role in these new policies, and the Spanish case is paradigmatic of this due to its great cultural legacy. For this reason, Spain, through the Cervantes Institute, must know how to enhance the possibilities offered by its language in international relations. This requires a change of model and a reorientation of the resources available to us, as international competition is fierce.

**Palabras clave:** Poder blando, Diplomacia Pública, Idioma español, Instituto Cervantes, Cultura.

**Keywords:** Soft Power, Public Diplomacy, Spanish language, Cervantes Institute, Culture.

