Una mirada a Latinoamérica y Estados Unidos

POR **RAFAEL HERNÁNDEZ COLÓN**

Me propongo abordar el tema primero desde la óptica puertorriqueña para luego enfocar más allá de las playas de mi tierra borinqueña hacia Iberoamérica y Estados Unidos. En estas dos áreas geográficas convergen el español y la globalización.

Las circunstancias particulares de la realidad puertorriqueña han demostrado desde hace muchas décadas el potencial económico del español. El mero hecho de que en Puerto Rico el vernáculo siempre haya sido el español es señal de la viabilidad económica de esta lengua.

La lengua española parte de unas circunstancias privilegiadas. Es una de las grandes lenguas del mundo, usada según las más recientes cifras por más de 400 millones de habitantes del planeta que la tienen por lengua materna y es además una de las lenguas que más están aprendiendo hablantes de otras importantes tradiciones lingüísticas. En este sentido es importante tomar en cuenta los avances que el español ha tenido en sociedades como la estadounidense, en la que ha desplazado al francés como la lengua extranjera favorecida por los estudiantes universitarios y de secundaria. La gran acogida que las sedes del Instituto Cervantes han tenido en diferentes partes del mundo no es sino la muestra de esta tendencia.

Esta situación le da al español un gran poder. A diferencia de idiomas circunscritos por la historia a una determinada y escasa geografía, el español ha sido y continúa siendo una de esas lenguas que parecerían bastarse a sí mismas y que, simultánea y sabiamente, están abiertas a las influencias, lingüísticas y culturales, del mundo. La fortaleza de una tradición secular unida a una singular capacidad de adaptación a los embates de nuestros tiempos patentizan el hecho de que nuestra lengua está singularmente preparada para potenciarse en las transformaciones del siglo XXI.

Un pueblo como el puertorriqueño, cuya historia a raíz de la guerra hispanoamericana lo puso en contacto estrecho y a veces problemático con el país que ha ejercido mayor poder económico e influencia lingüística en el siglo XX, demuestra a la vez la fuerza y la adaptabilidad

Fundación Telefónica
Telefónica

del español. A más de un siglo de la guerra hispanoamericana, Puerto Rico continúa siendo un país hispanohablante, cómodo en su cotidianidad y consciente y orgulloso de su tradición, habilitado para relacionarse con Washington y el resto del mundo desde sus singularidades culturales y lingüísticas. Esta capacidad de desarrollo y supervivencia en un mundo cada vez más globalizado nos viene dada parcialmente por una lengua vernácula capaz de resistir el cambio feroz y en ocasiones desestabilizador de la globalización.

Esta fortaleza para lidiar con la vida diaria del siglo XXI es una de las capacidades de nuestra lengua; en ésta se cifra uno de sus valores. Valor que puede interpretarse en varias acepciones de su definición. A diferencia de otros países, Puerto Rico ha podido modernizarse sin tener que depender del inglés. Este hecho es comprobable en todas las áreas de actividad económica del país; de la industria a la banca y a la publicidad. De hecho, la historia muestra que para hacer negocios con éxito en Puerto Rico, hace falta tomar en cuenta al español. Son incontables las empresas norteamericanas, europeas y japonesas que muchas veces, luego de fracasos iniciales, han tenido que rendirse a este hecho.

Pero no se trata tan sólo del español en su contexto lingüístico estricto, sino de la cultura que se nutre y se conforma en su entorno. Una anécdota mediática ilustra el punto. En Puerto Rico, al introducirse el medio de la televisión comercial a principios de los años cincuenta, algunos gerentes de empresas multinacionales de productos de consumo pensaron que podrían ahorrar costos doblando al español y transmitiendo anuncios comerciales producidos en Estados Unidos. El resultado fue inesperado y desastroso para ellos. El efecto de la incomunicación de mensajes traducidos sin tomar en cuenta los códigos culturales que le dan vida al idioma forzó a un cambio de estrategia y las empresas comenzaron a producir, para mejorar sus ventas, anuncios creados y realizados en Puerto Rico, que no tendría la enorme industria mediática-publicitaria que tiene hoy en día si no fuera por nuestra cultura hispánica.

De igual manera, el éxito de intereses puertorriqueños, como por ejemplo el Banco Popular de Puerto Rico, o de conglomerados bancarios o de otro tipo provenientes de España o de otros países de la comunidad hispánica, dan cuenta de que los determinantes lingüísticos son también determinantes económicos.

Por nuestra asociación con Estados Unidos nuestra economía tiene un crecimiento natural hacia ese país. Allí más de 20 millones de hispanohablantes constituyen por sí solos un «país latinoamericano» de consideración al norte del Río Bravo. Una empresa puertorriqueña como el Banco Popular ha probado una vez más saber identificar las señales de los tiempos y desde hace años ha aprovechado este enorme mercado expandiéndose hacia el norte con gran éxito y en español.

Se podría decir que el extraordinario éxito de la banca española o de Telefónica en nuestro país muestra esta misma circunstancia. Lo aparentemente predecible, dadas las estrechas relaciones que Puerto Rico sostiene con Estados Unidos, fuera que la banca de ese país dominara el mercado puertorriqueño. Ese fue el intento de los más grandes consorcios bancarios de Norte América pero el intangible valor del español alteró el curso de los negocios en lo que parecía ser un territorio conquistado de antemano.

Fundación Telefónica
Telefónica

Dejando ahora la experiencia puertorriqueña propiamente, quisiera echar una mirada más amplia al escenario de la globalización en el hemisferio americano para precisar el valor del español dentro de la dinámica propia de la globalización. La globalización se manifiesta en la multiplicidad de contactos entre naciones por los canales informáticos, a través de la emigración, el turismo, las ofertas culturales y sobre todo, los negocios. El valor económico de la lengua podemos apreciarlo en su desempeño en la globalización. En ese contexto tenemos que hacernos preguntas como: ¿quién usa la lengua?, ¿dónde?, ¿con qué fines?, ¿está en peligro de ser desplazada? o, si por el contrario, ¿va en ascendencia?

Hace ya más de dos décadas que la geografía hispanoparlante de América ha sido un escenario de globalización con compañías de los países más desarrollados involucrándose significativamente en las áreas de la infraestructura, la banca y las comunicaciones. Grandes empresas españolas como Repsol, Unión Fenosa y Dragados mantienen una importante presencia en América Latina donde compiten por negocios con entidades internacionales.

Menos conocida tal vez, pero de una escala importante, es la presencia de compañías mexicanas como Cemex y Telmex, o brasileñas como Andrade Gutiérrez, que a su vez compiten en los países de habla hispana de América. Aunque el español no es el único factor del éxito de estas empresas, el hecho de que sea el medio principal de comunicación le brinda a nuestra lengua un importante valor entre los actores en el tablero latinoamericano de la globalización.

Sería interesante para cuantificar este valor comparar la procedencia de la inversión extranjera en los países de América Latina. Es decir, cuantificar las inversiones que provienen de países que son hispanohablantes y de países que no lo son. También, medir el número y volumen de negocios de alianzas estratégicas por compañías cuyo idioma es el español insertas en la dinámica de la globalización.

El impacto globalizador sobre América Latina de parte de empresas que no son hispanoparlantes no implica el desplazamiento del español de los negocios afectados. Por ejemplo, si una compañía japonesa lleva a cabo un proyecto en América Latina financiado por bancos internacionales, asistiríamos a la intervención de un equipo multilingüe japonés que maneje el inglés, el español y el japonés que produciría la documentación financiera en inglés, los contratos de la transacción en español y las correspondientes traducciones al japonés. Desde esa óptica no predomina una lengua franca, sino una coexistencia de lenguas en el tablero de la globalización.

Para apreciar el valor del español en el contexto que les acabo de describir, es preciso tomar en consideración el hecho de que cuando se forman los equipos que habrán de intervenir en los negocios en el tablero de la globalización se toma como factor de gran importancia las destrezas en el manejo de distintas lenguas que tienen aquellos que se evalúan para integrar el equipo. Para apreciar el valor del español en este contexto podríamos obtener la información pertinente sobre el número de personas que además de expresarse en su idioma nacional son hispanoparlantes en las grandes compañías multinacionales, en los grandes bufetes, en las casas financieras y en las empresas de contabilidad, cuya entidad matriz no ubica en Iberoamérica.

Fundación Telefónica
Telefónica

Estados Unidos es el otro escenario importante de la globalización y el español. La creciente población hispana en ese país ha producido importantes cambios en el uso y la percepción del uso del español. La enorme cantidad de población que habla español en Estados Unidos ha tenido un impacto importante en los negocios y en la política. Hay estados, como Florida, en donde se vota en español al igual que en inglés por el presidente de Estados Unidos. Las compañías de tarjetas de crédito y los bancos comercializan sus productos en español. Incluso documentan las transacciones en español.

Vemos de esta manera una coexistencia del español y el inglés y podemos medir en algunos renglones cuán importante es el primero. Por ejemplo se puede medir la publicidad en español a través de los medios de comunicación y comparar el resultado con la cantidad de publicidad que se lleva a cabo en inglés. También se pueden usar las medidas de circulación de periódicos y audiencias de televisión y radio en español y en inglés. Igualmente el número de estudiantes que estudian español en Estados Unidos comparados con otras lenguas es un barómetro aunque imperfecto del valor económico del español.

Al mirar a Iberoamérica y Estados Unidos desde la óptica de la convergencia del español con otras lenguas en el contexto de la globalización nos parece que cualesquiera formas de medir el uso de la lengua que pueden elaborarse, demostrarán que el español crece en valor dentro de la globalización.

Todo esto nos lleva a una conclusión: no se puede pensar la economía de la hispanidad sin pensar en su lengua. De esta manera el español no constituye tan sólo un detalle cultural o antropológico, sino la realidad contundente de un hecho económico a tener en cuenta tanto como son los costos de producción o la disponibilidad de la materia prima.

BY NC ND