



Lengua y cultura, activos intangibles de la nueva economía

Descripción

«Las creencias que nos consuelan, las esperanzas que nos empujan al porvenir, los empeños y los ensueños que nos mantienen en pie de marcha histórica a la misión de nuestro destino (...), arraigan en el lenguaje común».

Miguel de Unamuno

En todo proceso deductivo hay que partir de la ordenación de datos, hechos, tendencias o perfiles que aparentemente no tienen mucho que ver entre sí pero que, una vez articulados de forma precisa, pueden sugerirnos escenarios nuevos, caminos fértiles hacia la innovación. Empecemos hablando de los fundamentos del *ciclón tecnológico*.

- 1 • Las nuevas tecnologías han pulverizado las barreras impuestas al hombre por el espacio y el tiempo. Desde cualquier sitio y en cualquier instante se puede no sólo obtener sino enriquecer, de forma interactiva, la información precisa, o realizar cualquier transacción comercial.
- 2 • Tanto el avance tecnológico como la voluntad política han hecho posible avanzar hacia la globalización. Esta conlleva un cambio de paradigma, de magnitudes, de parámetro que nos hacen asistir a la eclosión del comercio mundial, a la mundialización financiera y a la deslocalización industrial.
- 3 • La caída del muro de Berlín, en 1989, supuso un punto de inflexión en las políticas de confrontación, a partir del cual se iniciaba la universalización de la economía de mercado y esa *tecnificación de la política* que se orienta a resolver los problemas de la gente. Las utopías políticas, salvo exóticos y turísticos enclaves, desaparecen y el avance tecnológico deja de tener barreras políticas, en un proceso que no conlleva necesariamente el crecimiento de las desigualdades sociales. Ya no hay revoluciones, hay *evoluciones*.
- 4 • La revolución tecnológica a través de la convergencia, gracias a la compatibilidad de la informática, de las telecomunicaciones y los contenidos, ha hecho que aumente exponencialmente la productividad de los procesos económicos y, por tanto, también la competitividad. Contrariamente a otras revoluciones que se han dado en la historia, ahora todos los sectores económicos se ven afectados por el cambio. Existe una tendencia inexorable a sustituir los medios de producción tradicionales por otros que encuentran su soporte en la tecnología y en las alteraciones de los factores del capital y el trabajo, sujetos, también ellos, a redefiniciones.
- 5 • Los nuevos medios de producción y la alteración de las dimensiones (mitigadas, eso sí, por

conexiones relacionales a través de la red) permiten una «deslocalización del conocimiento», sustentada por la propia descentralización del sistema global, pero que, a través de la posibilidad de interactuar en la red, puede enriquecer ese conocimiento desde cualquier lugar del mundo.

6 • Derivada de la globalización, existe la tendencia a metabolizar el llamado *entorno* de modo tal que éste se hace consustancial a la situación y a la estrategia del sujeto operador (empresa, ente público, etc.). El entorno o circunstancia pasaría a *totalizar* la situación o el problema. Más que de entorno, se podría hablar de *contorno*.

A partir de este esquema, podemos considerar las siguientes secuencias de desenlaces:

- Desigualdades: 1/3 de la humanidad vive muy prósperamente, 2/3 pobremente.
- Migraciones masivas hacia la «tierra prometida»; riesgo de fragmentaciones sociales (guetos sociales sin perfiles ideológicos); fronteras (mercados) culturales; tensión entre globalidad e identidad; sobrevaloración de la información; depreciación del capital, primacía del talento, de los valores culturales; tendencia política hacia fondos de cohesión mundiales destinados a la educación, como vía hacia la aproximación social.
- La aplicación de la tecnología y su carácter convergente con la ciencia -aquella «mezcla con todo»- permitirá alargar la vida (la utopía biológica: la vida eterna).
- La cultura y la biotecnología parecen dos motores de desarrollo y de conformación de la sociedad del siglo XXI. La primera va a ser un elemento constitutivo de la estrategia y el desarrollo de la empresa en el mundo globalizado que dibuja el siglo XXI. Entender esto significa que la cultura no será un resultado colateral en la cuenta de explotación de una compañía, sino algo consustancial. Sociedades estructuradas en torno a complejos procesos de mestizaje (este año el 4% de la población española - 1.600.000 personas- serán emigrantes, lejos todavía del 1012% que suman en Francia o en Alemania, aunque en nuestro país el índice de crecimiento es mayor que el suyo), van a demandar «pistas de aterrizaje culturales» suficientemente cómodas para destensar realidades sociales y facilitar procesos de hibridación.

La capacidad de «integrar el conocimiento», por tanto, debe atender tanto a las alteraciones dimensionales que produce la globalización como a la dispersión intrínseca del mismo (investigación deslocalizada). Es necesario valorar, asimismo, la movilización de la cultura como factor de apertura y de valor añadido en la estrategia de las empresas (vertiente de factoría cultural) y como factor también de cohesión social ante complejos procesos de nomadismo y de integración.

Esta integración del conocimiento y esta dinamización cultural exigen la puesta en marcha de un nuevo modelo de cooperación Gobierno-empresa. No se trata de acordar políticas comerciales de exportación, sino de intercambiar puntos de vista, de normalizar canales de información, de trazar estrategias de cooperación que, al maximizar los recursos y explorar situaciones tan nuevas como enormemente complejas, permita aprovechar las oportunidades y diseñar una sociedad con altos índices de cohesión y certeras políticas de expansión a largo plazo.

¿Cuál es el resorte que podemos activar para alcanzar estos objetivos de cohesión y expansión, que deben compartir empresas y Gobierno? ¿Cual puede ser el anexo de unión entre mercado, valores culturales, conocimiento integrado, etc.?

Nuestro petróleo es la lengua. La lengua española.

Algunos datos: el Español es la lengua oficial en 21 países; abarca el 9% de la superficie terrestre y

comprende alrededor de cuatrocientos millones de personas. En total, hablan nuestro idioma más del 6% de la población mundial, incluyendo 31,3 millones de hispanos en EE UU, el 11,5% de la población total de este país.

Más del 60% de los estudiantes americanos escogen el español como segundo idioma en EE UU. En el 2005 hablarán español en EE UU más gente que en España. En Brasil (180 millones de habitantes), el español va a ser declarado segunda lengua oficial.

Desde el punto de vista económico, es preciso señalar que en el año 2000 nos constituimos el sexto país inversor del mundo y el primero en Iberoamérica (región, a pesar de todos los problemas, notablemente emergente). Este proceso inexorable de penetración económica es inimaginable sino hubiera existido un impulso político sustentado en un mismo idioma y unos lazos culturales bien definidos.

Existen asimetrías en cuanto al grado de involucración económica en Iberoamérica. Hemos asistido, por ejemplo, durante los últimos años al gran esfuerzo de la empresa española para asentarse en Brasil, que se han visto recompensados. Pero el proceso ha resultado más complicado en Méjico, hasta el punto de ser una asignatura pendiente que no podrá abordarse sin la necesaria colaboración política y desde una ambición nacional. El 85% de las exportaciones mejicanas va a parar a EE UU, un fenómeno de dependencia que, en pro del equilibrio, debe ser corregido.

Retomemos el hilo argumental, para decir que la lengua debe ser el cimiento que nos permita no sólo construir una estrategia, sino poner además en valor ese activo. Hablamos de vertebración: tenemos la materia prima y los objetivos son ambiciosos; ahora es necesario articular un plan para rentabilizar ese activo.

El Instituto Cervantes es el ariete de la gran apuesta de la Administración de nuestro país para agrupar la variedad de iniciativas de apoyo a la lengua. Esta institución representa la misión de consolidar y extender nuestro idioma en todo el mundo por medio del cumplimiento de sus objetivos, que son la enseñanza y la difusión de nuestro idioma.

El Consejo de Política Exterior es un instrumento del Gobierno para el diseño y el impulso de políticas que refuercen la posición de España en el entorno internacional. La iniciativa prioritaria Asia-Pacífico, por ejemplo, forma parte concreta de las decisiones de este Consejo.

La empresa española, que participa en misiones comerciales a la estela de los viajes oficiales, quizá adolezca de una instancia o de una plataforma mixta, donde pueda actuar como nexo de unión con los intereses gubernamentales. Es ésta una posible concreción del «modelo de cooperación» propuesto, en el que los nuevos retos, la profundidad de los desafíos y la dispersión del conocimiento, consecuencia de la globalización y del avance tecnológico, invitan a compartir iniciativas y sumarse a proyectos que, aunque nacidos de la Administración, pueden vertebrar una política coherente de anticipación competitiva en el mercado.

De ellas, la primera sin duda es el idioma español. La lengua es no sólo el vehículo de comunicación y entendimiento entre los hombres; representa además la oportunidad de articular «espacios comunes» abiertos y plurales donde confluyan la historia y la cultura.

La lengua es el sustrato común, pero la cultura hispana plural y diversa incorpora la memoria histórica,

que nace de la lengua. Entre España y Latinoamérica existe una comunidad de valores y una comunidad de intereses forjada a través de los avatares del tiempo, de la participación en una misma lengua, historia y cultura, siempre desde el respeto a la diversidad de los pueblos y sus bien conocidas especificidades históricas y culturales.

Invertir, sin embargo, acarrea siempre una incertidumbre. Se requiere riesgo, ambición, espíritu de diálogo. Aparece ante nosotros un mundo nuevo, que reclama un proyecto de futuro, en el que, frente al universo de la lengua, de inagotable permanencia y vigencia, se alza espléndido el universo de la técnica. Ella es, según un término cervantino, «hija del entendimiento», es decir, de la voluntad e inteligencia del hombre y de su anhelo de futuro.

Hablar de lengua es hablar de sentimiento, de entendimiento, de libertad de acción, del pensamiento libre, de formación de comunidades. Hablar de tecnología es hablar de herramientas útiles que elevan, como lo hacen las tecnologías de la información, las posibilidades y las oportunidades del hombre de forma exponencial para conocer más y mejor, para impulsar el progreso y con ello mejorar la calidad de vida de las sociedades.

El sector de las telecomunicaciones está situado en el epicentro del cambio tecnológico y representa una parte sustancial del PIB de nuestra economía. Telefónica, como operador global con vocación hispana, está presente en 11 países de habla española de América, a los que hay que sumar España, Estados Unidos y Brasil.

La lengua, sobre todo, y las afinidades culturales, que agrupan gustos y semejanzas de nuestra comunidad, hacen posible la creación de espacios comunes, de preeminencia cultural, que articulan campos de carácter geoestratégico. Estos espacios tienen un alto valor ante una nueva situación abierta, heterodoxa, sin límites conocidos y de consecuencias impensables. Debemos fomentar organizaciones inteligentes capaces de permitir la navegación en el espacio de conocimiento abierto que nos trae la nueva sociedad.

Hay que tender redes a la sociedad, para integrar el conocimiento, fomentando así la investigación en las universidades desde la empresa privada, creando colaboraciones como las que Telefónica está realizando con diversas universidades al crear las *Cátedras Telefónica*.

Integradores del conocimiento, vertebradores de espacios de interés común, por medio de la lengua y la cultura española, creadores de instrumentos útiles para tejer estrategias conjuntas en un mundo interrelacionado... Se anuncia el nuevo tiempo, un gran renacimiento cultural capaz de dar respuesta al insobornable deseo de trascendencia y de espiritualidad consustancial al hombre. Existe un deseo de respeto social a los hombres del conocimiento, de las letras, a los pensadores, a los poetas, a los investigadores, a los pintores, a todo aquello que interactúa, desde la necesaria clave humanista, con el mundo del progreso material. El aumento de la productividad, derivado del avance tecnológico, deja atrás los tiempos de la producción en serie; ahora vienen tiempos de talento humano, de incorporación de variables culturales, de combinación de rigor empresarial e inteligencias emocionales, de puesta en valor de los «activos intangibles» que sólo la creatividad, la capacidad de aprender, el saber o el conocimiento del hombre atesoran.

La empresa no es una isla en este nuevo mundo. Los españoles (y ser español es un orgullo y una raíz honda y profunda, pero no una meta) debemos ser artífices de la vertebración de la gran comunidad iberoamericana, que a través de la lengua y del depósito de historia y cultura compartido,

constituya algo más que un mercado: una comunidad cultural y de intereses participados.

Esta comunidad rebasa concepciones reductoras y economicistas, y se adentra en ámbitos más complejos, sociológicos y culturales. Todo está interconectado, las decisiones se producen en circunstancias muy complejas y su motivación, su origen o su desarrollo en muchas ocasiones no es de naturaleza económica. Constituye pues, la lengua, como tal y en su derivación cultural, el gran vínculo de cohesión entre diferentes mercados y culturas plurales, con clara primacía sobre los meramente económicos.

La lengua es una forma de ser. «Cada lengua -permítanme acabar citando otra vez a Unamuno- lleva implícita, mejor encarnada en sí, una concepción de vida universal, y con ella un sentimiento -se siente con palabras-, un consentimiento, una filosofía y una religión. Las lleva la nuestra».

Fecha de creación

30/03/2001

Autor

Arturo Moreno Garcerán

Nuevarevista.net