



Este artículo pertenece al nº6 de la newsletter: "Proyección exterior de la economía española". Haz clic [aquí](#) para leer la newsletter completa.

Potenciar el español, potenciar el Instituto Cervantes

Balbino Prieto

Presidente de honor del Club de Exportadores e Inversores

Parafraseando el título de un libro coordinado por el académico José María Merino y el periodista Álex Grijelmo, más de 590 millones de personas podemos leer este artículo sin necesidad de traducción. En efecto, el español cuenta con 493 millones de hablantes nativos, a los que hay que sumar 75 millones de usuarios con un nivel de conocimiento limitado y 24 millones de estudiantes. Hoy por hoy casi 600 millones de personas en todo el mundo pueden expresarse en español y, según las previsiones del Instituto Cervantes, en 2068 llegarán a ser 726 millones.

Debemos sentirnos orgullosos de que el español sea la segunda lengua de comunicación internacional, después del inglés. Es idioma oficial en 21 países (ordenados a continuación por número de habitantes): México, Colombia, España, Argentina, Perú, Venezuela, Chile, Guatemala, Ecuador, Bolivia, Cuba, República Dominicana, Honduras, Paraguay, Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, Uruguay, Panamá, Puerto Rico y Guinea Ecuatorial. Pero no se puede obviar a los casi 42 millones de hispanohablantes que viven en Estados Unidos. Su importancia es tal que, si formaran una nación independiente, representarían la octava economía del mundo (sólo por detrás de Estados Unidos, China, Japón, Alemania, la India, el Reino Unido y Francia).

El español como instrumento diplomático

Un idioma no es sino un vehículo de comunicación y, por tanto, tiene tanto más valor cuanto mayor sea el número de personas que lo compartan. Desde el punto de vista diplomático, la lengua se percibe como un instrumento que permite proyectar de forma positiva la imagen de un territorio —cultura, valores políticos, bienes y servicios...— y que contribuye a fortalecer su posición en el mundo. Por ese motivo, la mayoría de los países desarrollados tratan de fomentar la promoción internacional de su patrimonio lingüístico. Francia e Italia son pioneras en este terreno, porque ya a finales del siglo XIX fundaron la Alliance Française y la Società Dante Alighieri. El British Council se creó en 1934, y el Goethe Institut, en 1951. España sería el último de los grandes países europeos en dotarse de un instituto cultural, pues el Cervantes no nacería hasta el año 1991.

Este retraso es elocuente del escaso interés que despierta en España la difusión internacional de nuestra lengua. Si echamos la vista atrás, la cuestión lingüística está dominada desde hace décadas por el empeño de las fuerzas nacionalistas en imponer la hegemonía de los idiomas



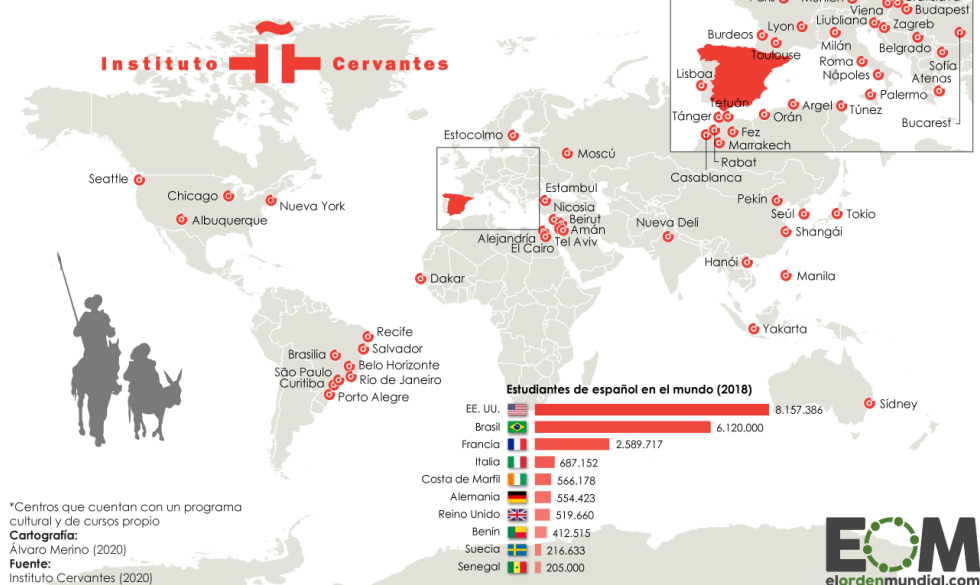
autóctonos en sus respectivos territorios. Podríamos citar aquí decenas de ejemplos, pero el más reciente es la negativa del Gobierno de Cataluña a impartir el 25% del horario escolar — tan sólo el 25%— en castellano, tal como exige el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña. Llegados a este punto, si nuestros dirigentes políticos son incapaces de proteger el uso de la lengua oficial del Estado dentro del territorio nacional, ¿cómo van a preocuparse de su expansión en el exterior?

Pero sí que existen motivos para la preocupación, porque España está perdiendo terreno en el mercado internacional de la lengua frente a otros competidores como México, Argentina o Colombia. Merece la pena detenerse en el caso de México. La Universidad Nacional Autónoma de este país cuenta desde hace cien años con un Centro de Enseñanza para Extranjeros que tiene como misión “universalizar el conocimiento sobre la lengua española y la cultura mexicana”. Pues bien, en 2020 este centro impartió cursos a más de 500.000 alumnos de setenta nacionalidades. México, además, lidera la concesión de certificados de conocimiento de español en Estados Unidos.

La demanda de español como lengua extranjera no para de crecer en todo el mundo: Estados Unidos, Brasil, la Unión Europea, el África subsahariana... Sin embargo, España no está aprovechando esta coyuntura tan favorable en beneficio de su posicionamiento exterior. Basta con mirar la red internacional del Instituto Cervantes. ¿Cómo es posible que sólo opere en 45 países? La Società Dante Alighieri tiene presencia física en 61, el Goethe Institut en 98, y el British Council y la Alliance Française en más de cien. La estructura internacional del Instituto Cervantes se antoja muy limitada para la proyección que tiene el español como lengua extranjera.

El Instituto Cervantes en el mundo

La expansión de la cultura hispánica*



Fuente: El Orden Mundial (2020)





El Instituto Cervantes destina, además, escasos recursos a las dos regiones del mundo con mejores perspectivas económicas y demográficas a largo plazo, que son Asia-Pacífico y el África subsahariana. Por ejemplo, en China apenas hay dos centros Cervantes, uno en Pekín y otro en Shanghái, la mitad que en Italia (Roma, Milán, Nápoles y Palermo). En la India hay un solo centro (en Nueva Delhi), aunque existe el proyecto de abrir una extensión en Bangalore. En Pakistán y en Nigeria, con más de 200 millones de habitantes cada uno, no hay ninguna sede. Urge revisar la distribución geográfica de los recursos del Cervantes, que ahora mismo se concentran sobre todo en Europa, el norte de África y Brasil.

Otro aspecto en el que el Instituto debería profundizar es la cooperación con las empresas españolas implantadas en el exterior. Hace treinta años, nadie podía imaginar que España llegaría a tener varios miles de empresas multinacionales. Pero esas compañías representan hoy un vector nada desdeñable para la difusión de nuestra lengua y nuestra cultura, de manera que podrían surgir grandes sinergias de la colaboración público-privada.

España no es una potencia económica de primer nivel, ni posee una capacidad militar fuera de lo común ni alberga grandes reservas naturales; sin embargo, tiene el tesoro de la lengua española y debe explotarlo como un instrumento de diplomacia pública. Con ese objetivo se fundó el Instituto Cervantes, un organismo que merece una mayor dotación presupuestaria y una mayor agilidad burocrática para cumplir satisfactoriamente su misión.

El español es una lengua extraordinariamente pujante, pero no es patrimonio exclusivo de nuestra nación. De modo que, frente a la competencia legítima que ejercen otros países hispanohablantes, debemos redoblar los esfuerzos para que la enseñanza del español en el mundo redunde en beneficio de nuestra cultura, de nuestras empresas y de nuestra producción científica.

