



El español en la sociedad de la infomación. II Congreso de la Lengua Española

El II Congreso de la Lengua española ha tenido un comienzo difícil marcado por la polémica intervención de Camilo José Cela que se salvó gracias a la magistral intervención de Mario Vargas Llosa. Su objetivo consistía en la promoción del valor económico del español. Se ha estructurado en torno a cuatro secciones en cada una de las cuales se incluía una ponencia, una mesa redonda y paneles informativos. Su mejor aportación ha sido la de poner de relieve la importancia de una lengua con un potencial humano cultural, económico y político tan extenso.

Marisa Regueiro*

* Doctora en Filología Hispánica.

«... no podemos desatender el momento histórico en que vivimos, porque la sociedad se transforma; la ciencia y la técnica llenan de realidades nuevas el mundo; las formas del vivir cambian a ritmo acelerado. La sacudida alcanza, con intensidad sin precedentes, al lenguaje».
(Rafael Lapesa)

UNO de los acontecimientos culturales más destacados de este Año Europeo de las Lenguas fue, sobre todo por su resonancia en los medios de comunicación, el *II Congreso Internacional de la Lengua Española*, que tuvo lugar en Valladolid, ciudad que lució sus mejores galas culturales para la ocasión, desde el 16 al 19 de octubre. En este artículo vamos a tratar de ofrecer a nuestros lectores una valoración aproximada de los resultados que trata de trascender la anécdota, y acercarse del modo más objetivo posible al contenido de ponencias y paneles. Para ello hemos de situarnos en una posición tan alejada de los problemas reales de organización con los que se ensañaron las voces más críticas, como de los triunfalismos que tan poco faltaron.

Bajo el lema de *El Español en la sociedad de la información*, contó con más de trescientos conferenciantes; y con un excelente programa de actividades culturales paralelas, como los espléndidos conciertos – en especial, el de música clásica hispanoamericana a cargo de la Orquesta Sinfónica de Castilla y León y el de música antigua, en el Teatro Calderón, y el urbano de Llorenç Barber, a la vera de la catedral, o la interesante exposición tecnológica interactiva, en la que los organizadores, la Real Academia Española y el Instituto Cervantes, presentaron sus proyectos futuros y en curso.

La otra cara de la moneda fue la estrechez de las aulas del Conde Ansúrez, sede de los múltiples paneles celebrados por la tarde, que hicieron del todo inútiles las listas previas de inscripción por temas de interés. Para suplir la imposibilidad real de asistencia a todos ellos, muy en la línea de actualización tecnológica que se pretendía, los textos se ofrecieron en Internet y, después de la clausura, en un *CD-Rom* que se proporcionó a los asistentes. La lectura atenta de este material nos ofrece una imagen muy distinta de lo difundido por los medios. Sin afán de exhaustividad, del todo imposible, y sin olvidar que no es tarea fácil separar la paja del grano, destacaremos algunos datos de interés en relación con la posición del español en la sociedad de la información.

Una primera jornada polémica

LOS organizadores tuvieron muy presente el I Congreso celebrado en Zacatecas (México) en 1997, en el que **García Márquez**, con su peregrina idea de destrucción de la gramática y la ortografía, apenas permitió conocer el contenido de lo expuesto por los restantes ponentes. Este segundo congreso tenía la obligación de ser menos polémico, más científico, más serio, con aportaciones más novedosas. El *autoplagio* del Nobel **Camilo José Cela**, quien no tuvo ningún empacho en presentar en el acto solemne de apertura, ante cinco jefes de estado, el mismo *Aviso de la defensa del español* pronunciado en Sevilla (1992) y en Zacatecas, casi da al traste con los esfuerzos desplegados. Después de la «sorpresa» inicial triunfó la postura más inteligente de no dar gusto al provocador; y las sesiones retomaron la senda de lo programado. Además, salvó del descrédito a esa primera jornada el brillante y original ensayo de **Mario Vargas Llosa** sobre el Inca Garcilaso de la Vega, que nos reconcilió con la calidad intelectual de nuestro medio.

Estructurado en cuatro secciones —*El activo del español, El español en la sociedad de la información, Nuevas fronteras del español, Unidad y diversidad del español*— cada una de las cuales incluyó una ponencia, una mesa redonda y varios paneles, el II Congreso tuvo un claro objetivo: la promoción del valor económico del español, considerado desde múltiples y variadas perspectivas. En el heterogéneo conjunto de participantes, economistas, periodistas, empresarios, políticos, junto a escritores, lingüistas y académicos, la calidad y el interés real de sus intervenciones dependió de la formación y de la responsabilidad personal: las esclarecedoras y fundadas en una sólida consideración de sus temas, coexistieron con otras de menor interés. Este contraste es menos notorio tras la consideración atenta de los textos escritos de las ponencias: el abigarrado conjunto de ponentes de las mesas obligó en muchas ocasiones a una concisión cercenadora.

La variedad de puntos de vista no evitó la aparición de temas y de actitudes recurrentes, oscilantes entre la apología y el apocalipsis. Por ejemplo, mientras unos avisaban, lastimeros, del riesgo de la invasión de los neologismos ingleses, sobre todo por imperativo de la ciencia y la tecnología, otros abogaban por la apertura de los cauces. La situación recordaba la vieja polémica de los ilustrados del XVIII por la *invasión* del galicismo. Pero nadie recordó que precisamente en ese siglo se introdujeron y afianzaron en nues-

tra lengua extranjerismos hoy tan españoles como *peseta, amortizar, asequible, deferencia, didáctico, mamarracho, quisquilloso, sensación, plano, paisaje, fenómeno, tendencia, programa, regresar, simpático, expresivo, documento, definitivo, destacar, típico, idéntico, crisis, ruta...* y así, hasta dos mil términos; ni se habló de la *mortandad lingüística* que representa la incorporación del calco por pereza o por desconocimiento del término equivalente español que haría adecuada y natural la adaptación. El *que investiguen otros* fue señalado como culpable de la escasa presencia del español en el panorama científico mundial, ante lo cual, ganaron los escépticos. Y un lamento igualmente insistente fue el del pésimo estado de la educación, de los bajos índices de lectura de la sociedad que habla español, lo que limita su conocimiento, su buen uso y su potencial económico. Los apologistas se congratularon de la expansión del español en Brasil, y en su euforia, llegaron a decir que en dicho país es lengua oficial junto con el portugués; cuando, en realidad, la legislación brasileña no permite una imposición nacional por decreto en esta materia, sin consulta popular previa. La aclaración procedió de los profesores de español en Brasil, en el panel respectivo, que sufren a diario la falta de recursos para dar respuesta a la demanda ingente de esta enseñanza.

Sección 1. El activo del español

LA industria del español como lengua extranjera fue uno de los temas que más contribuyeron al optimismo. Los datos estadísticos más recientes son de 1995, en el que se facturaron 24.658 millones de pesetas. Como el crecimiento viene siendo del 15 % por año, se calcula que en el 2000 hemos superado los 50.000 millones, con unos 150.000 estudiantes por año y un gasto medio de 320.000 pesetas por persona y mes. La edad media de estos estudiantes, que generan beneficios superiores a los aportados por otras formas de turismo, es de entre 24 a 30 años de edad. Pero aquí no caben triunfalismos: la competencia de México, el país con más hispanohablantes, unos 100 millones, se anuncia con fuerza, en especial respecto de los norteamericanos, el grupo de alumnos más numeroso en nuestro país (un 13 % del total, seguido del 8 % de japoneses). En España, la comunidad que lleva la delantera en materia de enseñanza de español para extranjeros es Cataluña: curioso, pero cuando se trata del peso económico del español, que permite la comunicación con más de 400 millones de personas, se posponen las disputas internas por la preeminencia del idioma de la comunidad local.

La edición en español se presentó como una actividad sujeta a profundos y vertiginosos cambios –nuevas estrategias de gestión, nuevas técnicas de impresión, nuevos juegos de poder, globalización y concentración de la actividad- que generan innumerables desafíos en relación con América: protección de derechos frente a la piratería y la reprografía, superación de las barreras económicas para la libre circulación, disminución del poder adquisitivo de las sociedades americanas. Pero a pesar de las dificultades, la pujanza del sector se debe a la lengua común: de los 420.000 millones de facturación en el año 2000 –con 72.000 títulos-, 88.000 millones corresponden a la exportación, de los que prácticamente la mitad (39.745 millones), provienen de países iberoamericanos, a través de un centenar de empresas con sede en América, pertenecientes a 27 casas filiales españolas.

La difusión de la música en español ofrece un aumento en la recaudación de los derechos de autor latinoamericanos muy halagüeño (58 %): el 34 % del total de ventas en España correspondió a artistas del país, y con una media del 52 % en América Latina. La globalización y la uniformidad conviven y hablan en español.

La publicidad en español fue -todo hay que decirlo- el único panel que presentó recomendaciones consensuadas por los expertos convocados. El sentido pragmático de los publicistas se impuso y propusieron, entre otras medidas, la elaboración de un manual para el buen uso del lenguaje publicitario, con la tutela de la RAE, y la instalación desde la misma de un servicio informático que atienda dudas o consultas relacionadas con el lenguaje de la publicidad. El análisis del mercado publicitario en español moderó entusiasmos. Por ejemplo, las quince primeras agencias de España en el 2000, son norteamericanas, para ver una española en el panel hay que descender varios puestos; incluso la publicidad en español que se ofrece en el territorio norteamericano y por empresas de esta nacionalidad, alcanzaron en el mismo año y sólo en televisión un volumen de negocio de 1.341,5 millones de dólares, con un crecimiento del 25 % respecto del año anterior. Estas empresas promueven *lo hispano*, de acuerdo con su mercado, no *lo español*. Y no puede ser de otro modo, ya que como reconoció **Eulalio Ferrer**, *un elemento decisivo en los anuncios publicitarios es procurar la identificación del receptor con el producto que se ofrece* y para ello, *la lengua es fundamental*. Aunque las multinacionales quieran que el mismo anuncio llegue a los distintos países hispanohablantes, no puede utilizarse el español de Buenos Aires, por ejemplo, para persuadir a un público mexicano. La globalización en español tiene sus límites.

Sección 2. El español en la sociedad de la información

LOS paneles sobre *La prensa, la radio y la televisión en español* reunieron a directores y *periodistas estrella* de los medios de comunicación de toda el área del español; los que, en tonos muy diversos, incluido el humorístico, entonaron el *mea culpa* por el deterioro de la *herramienta del periodista* que es la lengua debido a la inmediatez de la tarea y a una falsa idea de «modernidad». Pero coincidieron en la constatación de la dificultad que el periodista encuentra para *traducir* al español términos que designan realidades nuevas y que proceden del inglés, cuando no están sancionados por el Diccionario. Se destacó la necesidad de una mayor presencia de contenidos culturales a pesar de que se reconoció el extraordinario poder del medio, de la pobreza extrema en este sentido la televisión española se llevó la palma; se habló de la importancia de los libros de estilo y de servicios como el de *Español Urgente* que ofrece la Agencia EFE, 4ª agencia mundial y 1ª en la información latinoamericana internacional, y se insistió en la responsabilidad de los medios para conjurar su pobreza léxica y su fluctuación entre el cultismo y el vulgarismo. Otra vez recordamos las disputas ilustradas.

El panel referido *al cine en español* reunió a productores, directores, guionistas y funcionarios que, por su condición, coincidieron en denunciar que la actual «brillantez creativa» no se corresponde con los recursos disponibles ni con el apoyo institucional, con la fragmentación del mercado, con la falta de mecanismos de distribución supranacional. Sin embargo, se ha avanzado, pues la cuota de pantalla del cine español en nuestro país alcanza ya el 18 % (sin contabilizar *Los otros*, triunfo al que se adhirieron los eufóricos); y también en Argentina, Chile y México ha aumentado el número de espectadores que ven películas de su propio país. Y aquí surgió un tema que hubiera necesitado del contraste con el parecer de los lingüistas: el léxico y el lenguaje de las películas de un país hispanoamericano puede ofrecer variantes incomprensibles para los restantes, que dificultan la difusión continental.

Humberto López Morales, en otro panel, se había referido a la cuestión llamando la atención sobre el lenguaje de los llamados *culebrones*: en ellos, el lenguaje ha ido prescindiendo de particularidades para acercarse a un español más *neutro* que facilita la comprensión y la comercialización en el área hispanoamericana. Esta falta de contraste entre lo dicho en paneles distintos, en busca de conclusiones consensuadas, se repitió en el congreso, como efecto de su propia dinámica.

La relación entre *Internet* y el español, por su actualidad y por el hecho de que es pieza clave para formar parte de la sociedad de la información, fue uno de los temas más tratados –casi omnipresente en todos los paneles- y dio lugar a varios debates. En el mercado global de 500 millones de internautas, sólo 22 millones hablan español, frente a los 220 millones que hablan inglés. De las 2.200 páginas web existentes, sólo 120, el 5%, están en español y 1.400 en inglés. Esta diferencia tiene que ver con el nivel educativo y económico y con las infraestructuras que no permiten el desarrollo de los países de habla hispana. Todos estuvieron de acuerdo con la necesidad de multiplicar páginas y contenidos para superar estos desniveles y con la importancia de la incorporación a las nuevas tecnologías para el desarrollo y la proyección económica del español; pero las diferencias de opinión se hicieron notar en la consideración de las causas, las paradojas de determinadas situaciones y las posibles soluciones a adoptar. Entre otras: la descoordinación de iniciativas privadas y públicas, la posibilidad más que cercana de que debamos pagar derechos a multinacionales de habla inglesa por la fabricación de programas lingüísticos para el español porque no investigamos para realizarlos; la necesidad de estimular el desarrollo educativo en los países hispanos; el peligro de que una parte de la sociedad se quede fuera de este cambio, tan importante como el de la invención de la imprenta; la obsolescencia del propio sistema de protección de derechos, etc. Desde la panacea a la amenaza, Internet fue la estrella.

Sección 3. Nuevas fronteras del español

LA ciencia y la técnica, la traducción al español de términos científicos ingleses y de siglas, *los nuevos lenguajes de la tecnología* y los desafíos que estas realidades generan se presentaron como las nuevas pero difíciles fronteras para la expansión del español. La realidad es tozuda: el predominio científico del inglés es una evidencia. Por ejemplo, en la actualidad, más del 87% de los 476.000 artículos médicos publicados en el año 2000 estaban escritos en inglés, y el 48% se publicaron en revistas estadounidenses. El lenguaje científico en español es en buena medida el resultado de un proceso de traducción a partir del inglés, que no tiene en cuenta ni la naturaleza ni la ductilidad de nuestra lengua para adaptarse con coherencia a estos nuevos desafíos. Se presentaron propuestas y experiencias muy diversas y hasta curiosas respecto de las TIC (Tecnologías de la

Información y la Comunicación), como la invitación a crear todo un amplio y nuevo entorno de de *e-escritores*, *e-traductores* y *e-oradores* que pueda atraer a hablantes de diversas culturas a la práctica del español electrónico; o la experiencia de elaboración de diccionarios de Internet y Telefonía móvil que, con valentía, traducen todos los términos procedentes del lenguaje tecnológico.

Capítulo especial merecen los relatos de experiencias de universidades a través de la red, con una observación reiterada: la necesidad de más recursos y más imaginación, tal como se hace en las norteamericanas, que no dudan a la hora de invertir dinero y esfuerzos para digitalizar ediciones de El Quijote; y las enormes posibilidades de cara al futuro. La educación superior universitaria a través de Internet o *webducation* representará en el 2004 un negocio de 50 billones de dólares; en España, este campo está prácticamente inexplorado, a pesar de proyectos como *Universia*. Nuevas fronteras se abren también para los estudiosos del lenguaje en este sentido: en la llamada lingüística computacional, aún en ciernes; en el estudio del *ciber-lenguaje*; en el análisis de las pautas lingüístico-gramaticales del *lenguaje de Internet y en Internet* y su influencia en nuestro modo de comunicarnos.

Sección 4. Unidad y diversidad del español

LA sección, a cargo de lingüistas y académicos, analizó desde su perspectiva especializada los temas de *la norma hispánica*, *el español de América*, *de Estados Unidos de América* y *en contacto con otras lenguas y con el Portugués*. Naturalmente, los medios se hicieron poco eco de lo dicho en esta sección, cuando precisamente las aportaciones especializadas habrían podido deshacer confusiones y tópicos. Imposible reseñar aquí los textos, cada uno de ellos un completo estudio monográfico sobre diversidad de temas: avances en lexicografía, estudios dialectales, investigaciones en torno a las lenguas en contacto, aspectos fundamentales de la variedad sistemática del español americano, etc.

Lo que sin duda despertó más interés en general: la expansión silenciosa del español en Estados Unidos, con su importancia económica creciente y las deformaciones del «español» y el «inglés» que, en palabras de Odón Betanzos, *han sido y son dos problemas normales en comunidades donde conviven los de lengua española y los estadounidenses, comunidades en las que sus hablantes son monolingües y tienen necesidad de comunicarse*; el tremendo déficit educativo y

lector de las jóvenes generaciones que, para César Hernández, se debe en un 90% al desconocimiento de la lengua; el *portuñol*, que se da en la frontera Argentino-Brasileña, y ante el que sólo cabe una respuesta educativa; o la demanda brasileña de profesores de español, que mucho tiene que ver con el hecho de que España es el primer inversor pero también con el atractivo que ejerce la cultura española en Brasil.

Hacia el III Congreso de La Lengua Española

EN la escueta declaración final del II Congreso de la Lengua Española, Víctor García de la Concha anunció la creación de un *Observatorio del neologismo* por parte de la RAE, con la participación de las restantes academias hispanoamericanas de la Lengua. Con esta medida se quiere dar respuesta a la más insistente demanda de adaptación española urgente del aluvión de anglicismos que nos invade, al decir de muchos congresistas.

Podrán imputarse defectos a este congreso, pero su celebración misma pone de manifiesto, como reconoció el rey Juan Carlos, que tener una lengua común es contar con un *instrumento de acercamiento*, que permite formar una comunidad lingüística tan extensa, que, a pesar de sus muchas variantes, supone un enorme potencial: cultural, humano, económico y político. Si la industria cultural –turismo, edición, comunicación, enseñanza de español para extranjeros– en España vive uno de sus más esperanzadores momentos, es precisamente gracias a esta lengua común y a pesar de las disputas políticas internas de vecindad con sus compañeras peninsulares. Para que este potencial no se dilapide, es menester actuar en varios frentes: cuidar el mercado hispano de Estados Unidos de América (y sus 35 millones de potenciales consumidores); apoyar en su objetivo de proporcionar la herramienta del español a sus jóvenes generaciones a Brasil (donde, por ejemplo, las importaciones de libros en español pasaron de 2.370 a 11.800 millones entre 1995 y 1997); incrementar el suculento turismo idiomático (en el 2005 puede suponer el 25 % de la industria turística); tomar las riendas de un mercado de la música, el cine y la creación con artistas hispanos del que el 70 % va a parar ahora a empresas estadounidenses; desarrollar, con pasos de gigante para *no perder el tren* tecnológico, la investigación en el campo de las ciencias y de la tecnología en español.

El III Congreso de la Lengua tendrá lugar en Argentina en 2004 y su propósito, a juzgar por las palabras del actual presidente De La Rúa, será avanzar en la relación del español con las nuevas tecnologías y con la nueva economía. Sería deseable que esta preferencia no significara, en aras de objetivos más políticos y promocionales que científicos, el olvido de los aspectos educativos y lingüísticos: sin formación de lectores, sin una educación lingüística de calidad, haríamos un muy flaco favor a la lengua española y a sus hablantes.

En estos tres años, los proyectos y las promesas de expansión del Instituto Cervantes, dados a conocer en este II congreso, tienen que haber conseguido los frutos esperados para que su papel de mayor difusor institucional de la lengua y la cultura en español, con 600.000 alumnos y 600 profesores, sus 36 centros en 26 países y su nuevo curso de formación vía Internet, se haya consolidado hasta hacer verdadera realidad el activo de nuestra lengua en el mundo entero, que es ancho pero no debe ser ajeno para nuestro idioma. Y que los proyectos de la RAE, como aglutinante de los esfuerzos de las Academias Hispanoamericanas, contribuyan a la expansión y al crecimiento del español en la nueva sociedad de la información.

Más allá de retóricas y de paternalismos, cabe esperar que los condicionantes que hoy limitan el acceso a la sociedad de la información de amplias capas de la comunidad hispanoamericana, comunidad que constituye el 90% de los hispanohablantes, sean superados: la pobreza es el mayor obstáculo. Como **Carlos Fuentes** manifestó en su brillante discurso de clausura, se trata de celebrar *no la lengua del imperio, sino la lengua de encuentros, la lengua de reconocimientos, la lengua que liga a Lorca con Neruda, a Galdós y a Gallegos*. Porque los que hablan hoy la lengua de Cervantes, *de Valladolid a Tierra del Fuego*, deben ser los verdaderos protagonistas del próximo congreso, según afirmó, generoso y realista, **Miguel Delibes**.