



EL ESPAÑOL Y LAS REDES ELECTRÓNICAS

D. Fernando R. Lafuente - Director del Instituto Cervantes

Ante todo, muchas gracias a los organizadores de estas jornadas sobre *La Administración electrónica en el siglo XXI* por su cordial invitación para pronunciar esta conferencia en torno a la lengua española.

No es un secreto para nadie que el interés por la lengua española aumenta día a día. Hace apenas unos meses, aparecieron casi de forma simultánea la *Ortografía de la lengua española* de la Real Academia Española, el *Diccionario del español actual* de Manuel Seco, Olimpia Andrés y Gabino Ramos, así como los tres volúmenes de la *Gramática descriptiva* de Ignacio Bosque y Violeta Demonte. Son tres obras mayores de la lingüística en español y sobre el español. De hecho, la *Gramática descriptiva* fue galardonada hace unos meses con el Premio Logos, que otorga la Asociación Europea de Lingüistas y Profesores de Lengua y con el que se reconocen las mejores aportaciones al conocimiento de las lenguas. Las primeras tiradas de las tres obras, que sumaban cientos de miles de ejemplares, se agotaron en unas semanas, y continúan entre los libros más vendidos.

Este interés va en paralelo con la confianza de los españoles en el futuro de la lengua española. En una reciente encuesta, el 66 por ciento de los consultados se declaraban convencidos de que el español será uno de los idiomas dominantes en el mundo en el próximo siglo.

Pues bien, mis palabras de hoy ni serán autocomplacientes ni caerán en esa actitud tan frecuente de pensar que las cosas llegarán por sí solas. Al contrario, debemos impulsar, canalizar y coordinar los programas que den respuesta a las extraordinarias expectativas que la lengua tiene abiertas.

La visión desde España no es diferente de la que se aprecia desde otras partes. El anuario 2000 de la prestigiosa revista británica *The Economist* dedica uno de sus cinco editoriales a comentar la influencia de las naciones de lengua española, y concluye: "dentro de poco, el mundo comprenderá que *globalización* es una palabra española". En parecidos términos se expresaba, poco después, el periódico *International Herald Tribune* en un artículo en primera página. Y, a principios de año, el diario italiano *Il Corriere della Sera* animaba a sus lectores a estudiar español porque es de gran utilidad -explicaba- para encontrar trabajo en diseño, alta tecnología, química, banca, sector inmobiliario, turismo, hostelería, enseñanza e ingeniería aeronáutica.

El español es una lengua en crecimiento prácticamente desde el siglo XVI, y con el tiempo no ha dejado de extenderse. A finales del siglo XIX había unos 60 millones de hablantes. Hoy, con casi 400 millones, es la cuarta lengua más hablada del mundo, tras el chino, el inglés y el hindi, y todo indica que ni ha tocado techo ni lo tocará en el siglo XXI. Los hablantes de español son -si se tiene en cuenta sólo las naciones donde es lengua oficial- alrededor del 6 por ciento de la población mundial, frente al 8,9 por

ciento de los hablantes de inglés o, por ejemplo, el 1,8 por ciento de los hablantes de francés.

Otro dato significativo es que el español lo habla el 94,6 por ciento de la población que vive en países donde es lengua oficial, porcentaje muy superior al 34,6 por ciento del francés o el 27,6 por ciento del inglés, así como es lengua materna en cuatro continentes.

Las proyecciones más prudentes, como las que ofrece el anuario del Instituto Cervantes sobre *El español en el mundo*, prevén que en el año 2050 habrá alrededor de 550 millones de hablantes de español sólo en los países donde es lengua oficial. Quedan fuera, por tanto, los hispanos de Estados Unidos y quienes lo hablan como segunda o tercera lengua, lo que incrementaría notablemente su número.

Pocos bienes hay más accesibles, deslumbrantes, complejos y cercanos que las lenguas. Cualquiera de nosotros posee esa forma misteriosa y directa que permite adentrarse en los claroscuros de las relaciones, de la creación estética, del sueño y de la vigilia; ese bien que además se adquiere en el fascinante proceso de aprendizaje, de abrirse a un mundo, de nombrar la realidad.

La lengua la crean los hablantes, los escritores, quienes la usan. El español es una lengua, como se ha señalado, moldeada por andariegos e inmigrantes, una lengua de muchas lenguas, y en ello radica una de las claves de su éxito. Ahora, le toca ocupar su lugar como idioma internacional, como medio de intercambio científico y económico y como medio de comunicación.

El español es hoy, dentro de su diversidad, probablemente el idioma más homogéneo de entre todas las grandes lenguas internacionales y, por tanto, corre escasos riesgos de fragmentación. Es una lengua geográficamente compacta, pues los hablantes se concentran sobre todo en el continente americano, donde residen nueve de cada diez.

Es una lengua de prestigio de primer orden, que ha dado a la cultura universal la creación de la novela moderna, una lengua jalonada de excepcionales obras maestras, en la que ha escrito un abigarrado conjunto de espléndidos autores que, más allá de las fronteras nacionales, se consideran de manera unánime como algo común por parte de todos los hablantes. La dimensión cultural es sin duda una de las grandes cualidades del español, y lo prueban los miles de hispanistas que desde hace dos siglos y en casi cualquier rincón del mundo se dedican a estudiarla.

También los creadores son conscientes de ello. Pocos días antes de recibir el Oscar a la mejor película en lengua no inglesa por *Todo sobre mi madre*, Pedro Almodóvar lo dedicaba -cito- "a nuestro idioma, que es el que hace que mis películas sean como son".

El español es el idioma oficial de una veintena de países del mundo y una de las tres lenguas que habitualmente se consideran oficiales y de trabajo en múltiples organismos internacionales.

Que el español se convierta en una de las dos grandes lenguas de comunicación internacional es el gran reto que ahora debe afrontar. Hay ya mucho camino andado: el peso demográfico, la homogeneidad lingüística -dentro de una extraordinaria y fertilísima diversidad- y el que se trate de una gran lengua de cultura contribuyen decisivamente a alcanzar el objetivo.

Hay que tener en cuenta otro aspecto: la importancia decisiva de Iberoamérica, donde –como queda dicho– viven nueve de cada diez hablantes. Por ello, la consolidación de la democracia, el desarrollo económico y la apertura de mercados de las naciones iberoamericanas son claves para la expansión del español en el mundo, y de manera especial en la sociedad de la información. La mejor estrategia posible pasa, pues, por la colaboración de la veintena de países hispanohablantes en todos los campos. Es decir, ***ni un paso sin Iberoamérica***.

La Real Academia Española y las Academias de la Lengua de América y Filipinas constituyen un admirable ejemplo de esta colaboración. Por primera vez desde 1741, han consensuado la *Ortografía de la lengua española*, y han puesto en marcha un centón de programas conjuntos, como el *Diccionario de dudas panhispánico* en el que colabora también el Instituto Cervantes. Con razón han obtenido el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia.

Las lenguas rompen las fronteras. Y hacen discretos a los que viajan y las conocen. Y la discreción es buena compañía. Si la mejor acción cultural que cabe en este desasosegador final de siglo es la de sumar esfuerzos, experiencias, recursos e ilusión y no restar –como ha sido desdichada práctica en buena parte de los últimos cien años–, las lenguas constituyen ese insoslayable itinerario hacia el conocimiento de la diversidad, hacia la fascinación por la pluralidad, hacia el mágico espacio de la solidaridad. Las lenguas unen y atraen. ¿A qué insensato se le puede ocurrir que una lengua sea motivo de sangre? Las lenguas permiten ampliar la geografía y describir la topografía interior de las épocas y los ciudadanos, la dimensión estética –que es ética– de los que escriben y sueñan.

Por fin, y después de tantos anuncios, parece que la vieja aldea global comienza a tomar forma gracias a los medios que proporciona una tecnología que es ya capaz de ocupar la totalidad del tiempo del ciudadano. Ya no importa dónde esté la información, porque desde cualquier sitio se puede acceder a ella. Lo único que importa es que la haya.

Los que saben de esto, como se ha escrito, han propuesto la hipótesis de que la profundidad del impacto de las nuevas tecnologías depende de la capacidad de penetración de la información en la estructura social, y que el nuevo sistema tecnológico conecta las funciones, los grupos sociales y los territorios dominantes de todo el mundo. Ello quiere decir que, al igual que ocurrió con la revolución industrial, la revolución tecnológica transforma los procesos de producción y distribución, crea un aluvión de nuevos productos y cambia de manera decisiva la ubicación de la riqueza y el poder en un planeta que de repente queda al alcance de aquellos países y grupos sociales capaces de dominar el nuevo sistema tecnológico.

Según el profesor Manuel Castells, la lógica de los nuevos medios se caracteriza por la capacidad de traducir todas las aportaciones a un sistema de información común y procesar esa información a una velocidad creciente, con una potencia en aumento, a un coste decreciente, en una red de recuperación y distribución potencialmente ubicua.

La información, pues, se ha convertido en un bien en sí mismo, y en un bien de primera magnitud. De hecho, la paradoja que plantea hoy la red es que, tras su aparición, resulta más fácil transportar información que alimentos, electrodomésticos o cualquier otro producto. Así, pues la tendencia es a que graviten sobre ella los sectores estratégicos de la economía. También la cultura. Porque, por ejemplo, hoy la lengua crece cuando lo hace la información.

Objetivo vertebral y básico del Instituto es emplear de manera intensiva los recursos

que ofrece la sociedad de la información. No trabajar con las nuevas tecnologías es ir hacia atrás.

Hoy, giran en torno a la información las grandes apuestas estratégicas de la economía mundial para los próximos años, sobre todo tras la aparición de Internet y de los soportes electrónicos.

Pero la sociedad de la información también vive y depende de las lenguas, hasta el punto de que gran parte de los avances tecnológicos giran alrededor del lenguaje humano: los nuevos medios de comunicación, las redes informáticas y la ingeniería lingüística son buenos ejemplos. Para decirlo con benevolencia: es inútil acceder a las páginas que informan –o desde las que se ofrecen servicios y se compra y se vende– en un idioma que se ignora. Por ello, pertenecer a una gran comunidad lingüística, como la que se expresa en español, supone, entre otras cosas, contar con una considerable ventaja de partida –y de llegada.

Internet es, sin duda, el buque insignia de la sociedad de la información. Ofrece, sobre todo, el campo abierto a la creatividad y la imaginación, y, como en el caso de todas las revoluciones tecnológicas –y ésta lo es, sin duda–, los beneficios vendrán por vías sorprendentes. El lingüista y editor José Antonio Millán ha puesto un buen ejemplo: el diccionario de lenguaje especializado que en papel apenas vende dos mil ejemplares al año se puede convertir de pronto en el complemento ideal de un programa de conversión habla–texto (es decir, de dictado) y generar anualmente unas regalías que decupliquen sus ventas tradicionales. O los archivos gráficos y sonoros, que, una vez digitalizados, constituirán una fuente de recursos para otros editores, productores multimedia y publicitarios.

Otro caso es el de la edición electrónica por línea, cuyo principal beneficio puede ser la creación de una comunidad de usuarios, a los cuales luego podrán proponerse productos propios o ajenos. De nuevo José Antonio Millán ha puesto un ejemplo muy gráfico: una editorial médica puede poner parte de sus obras en la red y ofrecer acceso gratuito a las personas que se registren, y además información profesional, foros de debate sobre temas que les atañen, adelantos de artículos o ponencias científicas antes de que se publiquen, ofertas de venta de material científico o publicaciones. A cambio de estos servicios gratuitos, esta comunidad de usuarios generará un volumen de compras (de instrumental, libros, revistas, consultas de base de datos, o incluso adquisición de bienes de consumo) a través de la red, y de la cual la editorial –o ya, a estas alturas, la "empresa de servicios de información médica"– percibirá una comisión.

Internet ofrece posibilidad de entrada tanto a las empresas poderosas como a las pequeñas y especializadas. Incluso estas últimas, flexibles e innovadoras, han demostrado que tienen más oportunidades en un mercado de ámbito mundial en el que la diversidad y la singularidad son valores claves. De hecho, los mismos gigantes de la comunicación han apostado no sólo por el reagrupamiento empresarial, sino también por la diversificación de sus negocios.

Queda dicho que la última aduana de Internet es el idioma. Por tanto, la presencia no sólo cultural, sino incluso comercial, debe tener en cuenta este dato básico. El ámbito de Internet no conoce el espacio, es todo el mundo, pero el área prioritaria de actuación para cualquier empresa está en la propia comunidad lingüística, a la que hay que añadir todos aquellos que conozcan el idioma. De repente, las tecnologías de la comunicación han hecho que las empresas españolas se encuentren, por primera vez en su historia, con un mercado potencial de 400 millones de personas, a los que hay que añadir los muchos millones que conocen la lengua en todo el mundo. Nada

ayudará tanto a la titulada *nueva economía* de una nación como España, como que el español se difunda y se hable cada vez más. Por ello, se decía antes –y este es sólo un ejemplo más- que la sociedad de la información depende en gran medida de las lenguas.

Las lenguas también se juegan su futuro en el ámbito de las nuevas tecnologías y de la información. El anuario del Instituto correspondiente a 1999 establecía que el español era, después del inglés, el idioma que tenía mayor presencia de diarios en Internet, por lo que la prensa constituía el núcleo decisivo de creación regular de textos en español para la red. El anuario del año 2000 recoge un aumento espectacular. Al cierre de la edición había, sólo en España, 41 periódicos, 102 revistas especializadas y 19 emisoras de radio. La conclusión se impone por sí sola: el porvenir de la lengua está en los medios de comunicación. O dicho de otra manera: el idioma crece cuando la información lo hace.

Según el Estudio General de Medios, en los meses de abril y mayo utilizaron Internet de forma habitual 3,9 millones de españoles, aunque las personas con posibilidades de acceso alcanzan los 4,6 millones, un 13,4% de la población mayor de 14 años. Es decir, que en apenas seis meses, los que van de octubre y noviembre de 1999 a abril y mayo de 2000, el número de internautas españoles creció en más de un millón. Otra novedad es que más de la mitad lo hacían desde su propio hogar, desplazando a un segundo puesto el lugar de trabajo y los centros de estudio.

También en abril, había 210.000 empresas españolas con página propia en Internet, y se prevé que serán 350.000 a finales de año.

Según el Observatorio Europeo de las Tecnologías de la Información, España es el país europeo en el que más crecerán Internet y el comercio electrónico en los próximos años, con tasas de entre el 14 y el 10%, al igual que ha sucedido en los dos últimos años. Incluso el presidente de una gran empresa de telecomunicaciones afirmaba hace unos meses que en el año 2003 más del 75% de los hogares españoles y el cien por cien de las empresas estarán conectadas a la red.

Pero la abundancia de información no es suficiente. Favorece sobre todo a las lenguas que disponen de la creatividad adecuada y de los medios tecnológicos necesarios.

A la vista de ello, bueno será ofrecer algunas sugerencias acerca de los materiales en español que debería haber en la red. No se trata de ser exhaustivos ni de suplantar la imaginación de que hacen gala los miembros de esa inmensa comunidad virtual. En algunos casos, esos materiales ya existen en otras lenguas; en otros, no. Pero, en conjunto, responden a las expectativas de los usuarios más interesados por el mundo de la cultura.

Ante todo, son necesarias obras de referencia. Es imprescindible, por ejemplo, una mayor presencia del mundo de las letras, con la incorporación de textos clásicos y contemporáneos convenientemente editados y con herramientas electrónicas de consulta adecuadas. La aparición de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, de la Universidad de Alicante, ha supuesto un impulso fundamental.

También dentro del apartado de obras de referencia se necesitarían buenos diccionarios monolingües, léxicos científicos y técnicos en varios idiomas -de gran utilidad, por ejemplo, para los traductores-, así como glosarios no técnicos pero sí especializados en campos como la botánica, el arte, la arqueología o la medicina, por mencionar sólo algunos casos. Como complemento, debiera haber enciclopedias, de

acceso gratuito o no.

La [Real Academia Española](#) ha tenido una actitud ejemplar, pues ha incorporado todas las ediciones de su diccionario, desde el *Diccionario de Autoridades* en adelante. También permite consultar sus grandes corpórea lingüísticos: el CREA (Corpus de Referencia del Español Actual) y el CORDE (Corpus Diacrónico del Español).

Son imprescindibles buenas bases de datos -terreno en el que se ha avanzado, aunque menos que en otras lenguas-, publicaciones y recursos para científicos y profesionales, así como congresos virtuales sobre todas las materias, como literatura, cultura y educación, algo que en el campo de la medicina ya se ha experimentado. Se necesitan, en fin, textos que acerquen Internet, como herramienta, a las humanidades.

Por lo que se refiere a materiales específicamente culturales, faltan diarios que traten en exclusiva del mundo de la cultura –aunque cada vez hay más revistas, de calidad desigual, dedicadas a la literatura y la poesía. Es necesaria una mayor presencia de los museos, fundaciones y otras instituciones culturales, que deben desarrollar más proyectos pioneros en la red.

En el ámbito educativo, son necesarios cursos virtuales sobre las lenguas de España, todo tipo de cursos culturales y páginas infantiles.

En el campo de las industrias de la lengua, es imprescindible desarrollar tecnologías en español, porque la red se encamina rápidamente hacia el uso de la herramienta más simple y más potente: la lengua natural. Por ello, hay que contar con herramientas para el tratamiento lingüístico de la información, como correctores ortográficos –ya han aparecido algunos para el español, catalán, gallego y vasco-, correctores gramaticales y correctores de estilo, así como mejorar las herramientas para la traducción automática.

En relación con estas herramientas, son también útiles recursos lingüísticos como los corpórea textuales y orales, imprescindibles para desarrollar correctores, diccionarios electrónicos, servicios telefónicos automatizados, consultar bases de datos sin el aprendizaje previo de instrucciones a menudo complejas y, por supuesto, para la enseñanza de lenguas cuando se incluyen textos, voces e imágenes.

Uno de los mayores retos que tiene actualmente la red es organizar de manera adecuada la información para poder recuperarla. Dos son los sistemas mejores, que aún no existen en ninguna lengua. El primero sería desarrollar buscadores inteligentes que permitieran recoger la información disponible sobre todo el campo semántico de un término: por ejemplo, a partir de la palabra "viaje", se debería tener acceso a muchos otros conceptos conexos, como "aeropuertos", "ferrocarriles", "coches", "hoteles", "turismo", "clima" y demás. El segundo método consistiría en desarrollar sistemas automáticos de resumen de documentos. Estos son, sin duda, dos de los campos con más futuro en Internet, porque no en vano Umberto Eco ha definido la red como "una gran librería desordenada".

Por último, es sabido que la comunicación y el intercambio de experiencias son la base de la actividad científica y cultural. La red ofrece las mejores condiciones para ello, con sus foros, grupos de noticias y listas de distribución. Por ello, es necesario fomentarlos.

El Instituto Cervantes, que ya ha convertido su Centro Virtual Cervantes (<http://cvc>.

cervantes.es) en el portal temático por excelencia de la lengua y la cultura en español en Internet, se ha propuesto como objetivo vertebral para este y los próximos años el *Plan de Actualización del Español en la Sociedad de la Información*. Con él se pretende emplear de manera intensiva los recursos que ofrecen las nuevas tecnologías y llenar de contenidos en español los diversos ámbitos de la sociedad de la información y, en especial, Internet.

El pasado mes de julio, el Instituto firmó con Telefónica el *Convenio para la Promoción del Español en Internet*, que constituye la arquitectura esencial, vertebral del citado *Plan de Actualización*. Gracias a él, el Instituto Cervantes dispondrá en los próximos años de la tecnología y los recursos adecuados para desarrollar tres grandes programas.

El primero se dedicará a potenciar la Oficina del Español en la Sociedad de la Información, creada el pasado mes de enero. La Oficina, esencial para determinar la presencia del español en internet y que trabaja en coordinación con instituciones, centros de investigación, desarrollo e innovación así como con las grandes, medianas y pequeñas empresas, se ha creado con el objetivo de servir de plataforma de las industrias culturales y de las tecnologías de la información, con el fin de colocarlas al alcance de los ciudadanos y utilizarlas en la educación, la formación y la proyección exterior de la lengua y la cultura **en** español. Subrayo la preposición.

El segundo programa consiste en una profunda renovación del Centro Virtual Cervantes. El centro del Instituto Cervantes en Internet pasará, así, de ser una iniciativa primera en su género a convertirse en modelo tecnológico y educativo de lo que puede y debe ser la enseñanza interactiva en la nueva sociedad de la información. No es casual que instituciones semejantes al Instituto se hayan interesado por el modelo.

El tercer programa que se llevará a cabo gracias a este convenio es el de crear un buscador panhispánico que localice en la red todo lo que hay en español. En la actualidad, se calcula que existen alrededor de 2.100 millones de páginas en la red, pero los buscadores más potentes tan sólo rastrean un 16 por ciento de ellas y, dado su origen, encuentran con preferencia las redactadas en inglés. Así es, el amplio campo de la sociedad de la información no ha hecho sino empezar.

El nuevo buscador panhispánico tendrá dos niveles de acceso: uno de ellos facilitará a todos los internautas localizar con facilidad cualquier información en español que exista en la red; el otro permitirá a los investigadores y, en especial, a los expertos de la Oficina del Español en la Sociedad de la Información del Instituto Cervantes analizar las 24 horas del día los contenidos en español que circulan por Internet. Sólo cabe añadir que una herramienta tan potente todavía no se ha creado para ningún otro idioma.

El objetivo último del Plan de Actualización del Español en la Sociedad de la Información es que las empresas estén presentes en Internet en español, que se consulten sus páginas en español y que se comercie en español empleando la amplísima gama de recursos tecnológicos. Porque las lenguas que no sepan integrarse cuanto antes en el nuevo mundo digital se convertirán en lenguas marginales, y las consecuencias las sufrirán sobre todo muchas economías nacionales y muchas empresas.

Por ello, el Instituto Cervantes creará también un traductor automático para convertir al español las páginas en alemán y francés que hay internet. Dicho de otra manera: nadie necesitará aprender esas dos lenguas para conocer lo que ofrecen en la red.

Acabo de mencionar el Centro Virtual Cervantes en Internet, y merece la pena detenerse en él, aunque dentro de unos momentos su director, Andrés Elhazaz, les hará una demostración. Lo inauguró el Presidente del Gobierno en diciembre de 1997 dirigido a profesores de español, estudiantes, hispanistas y profesionales que trabajan con la lengua. Desde entonces, el Centro Virtual ha superado los dos millones de visitas –hace un año eran 200.000- con más de 12 millones de páginas visitadas. Los usuarios proceden de 102 países -el 40 por ciento, de Estados Unidos- y 150 profesiones diferentes. El Centro Virtual renueva con periodicidad diaria, semanal y quincenal sus contenidos, que suman ya 20.000 páginas -el curso pasado eran 8.500-, y es el portal de acceso a la lengua española y a la cultura en español en la red.

En él se pueden ver, por ejemplo, la exposición dedicada a Borges, las 16.000 primeras fichas del portentoso Archivo Gramatical de la Lengua Española del profesor Salvador Fernández Ramírez, la edición del *Quijote* del Instituto Cervantes, o la reconstrucción virtual en tres dimensiones del Salón de Reinos del Palacio del Buen Retiro tal como lo diseñó Velázquez y que tuvimos el alto honor de presentar ante SS. MM. los Reyes y Su Alteza Real el Príncipe Philippe el pasado 17 de mayo en el Instituto Cervantes de Bruselas. Si se desea conocer los sitios más relevantes relacionados con la lengua, la literatura y la cultura en español que hay en la red, la sección llamada El Oteador ofrece más de 7.000 direcciones clasificadas y puestas al día.

El Instituto participa en múltiples proyectos destinados a la promoción de la ingeniería lingüística, sector clave para impulsar la sociedad de la información, como el Proyecto Recursos para el Desarrollo de la Ingeniería Lingüística en Español y la tercera fase del proyecto comunitario Euromap, que prepara el mapa del futuro de la ingeniería lingüística en Europa.

La misma preocupación se plasmará en el II Congreso Internacional de La Lengua –el primero se desarrolló en Zacatecas (México) en 1997-, que se celebrará en Valladolid en octubre del año 2001 y que será organizado por el Instituto Cervantes y la Real Academia Española. Cientos de especialistas en nuevas tecnologías, de lingüistas, de empresarios y de representantes de instituciones y organismos de España e Iberoamérica analizarán dos asuntos claves: el español en la sociedad de la información y el español como recurso económico.

El Congreso ha sido el marco elegido para presentar el curso de español por internet, que incorpora por primera vez, en el vasto campo del estudio de las lenguas, la interactividad. Ya se ha elaborado el material didáctico del primer curso, que incluye cerca de un millar de pantallas interactivas con texto, sonido, ilustraciones, fotos, animaciones y secuencias de vídeo.

En el Congreso de la Lengua se presentará también el primer modelo econométrico para la lengua española, que servirá para conocer el peso económico del español en todo el mundo. Estamos convencidos de que los resultados serán sorprendentes.

El Instituto Cervantes ha elaborado un plan de expansión para los próximos años que se asienta en tres modelos distintos de centros: creación de nuevas sedes propias, puesta en marcha de la red de centros asociados y acreditados y desarrollo de las Aulas Cervantes.

Estas últimas son centros de apoyo y de recursos para universidades e instituciones

educativas, y desde ellas se podrá realizar el curso de español por internet. Se acaba de abrir la primera en la Universidad San Clemente de Ojrid de Sofía (Bulgaria), y han quedado listas para comenzar su trabajo las de las Universidades Carolina de Praga, en la República Checa, y Eötvös Lorand de Budapest, en Hungría. El próximo año se inaugurarán otras dos: una en Nanjing (China) y otra en Hanoi (Vietnam).

La sociedad de la información también está presente en otros proyectos. El Instituto Cervantes ha firmado un convenio con Radio Televisión Española con el fin de elaborar de forma conjunta un curso de español para televisión que emitirá el Canal Internacional y que utilizarán los profesores del Instituto en sus clases. Este curso se unirá al concebido para Internet.

Los dos cursos serán independientes y adaptados a su propio medio, pero también complementarios, de forma que los alumnos que sigan ambos obtengan doble provecho.

Entre los proyectos en marcha también se encuentra la posibilidad de crear un canal digital de televisión para difundir en todo el mundo el español y la cultura en español. Hoy, la capacidad de penetración de una lengua se lleva a cabo, sobre todo, a través de los medios de comunicación. Ha llegado, pues, el momento de crear un canal cultural orientado al exterior, que se pueda ver en cualquier sitio y a cualquier hora, que facilite el aprendizaje del español y que ofrezca cine, entrevistas, documentales, reportajes y demás.

Las industrias culturales y las tecnologías de la información y la comunicación van hoy juntas. Si uno de los presupuestos básicos de la cultura siempre ha sido su difusión, ésta es hoy inseparable de los mecanismos y oportunidades que le ofrecen las nuevas tecnologías. Por su parte, la sociedad de la información tiene en la cultura uno de sus recursos estratégicos.

Pocas industrias se encuentran mejor preparadas para afrontar el mundo de las redes que las industrias culturales. Según la propia Comisión Europea, la industria de creación de contenidos, programas y servicios es el resorte estratégico para la era digital y la sociedad de la información, y, por ello, la inversión en este campo constituye una inversión de futuro de gran efecto multiplicador.

Pero, además, una de las reglas básicas de la economía digital afirma que producir información cuesta mucho, mientras que reproducirla no cuesta prácticamente nada. Por ello, si hay un sector preparado para encarar con optimismo la irrupción de las nuevas tecnologías es el de las industrias culturales, pues su rasgo específico es precisamente el de la producción de contenidos.

De hecho, las espectaculares compras y fusiones que se están produciendo entre los gigantes mundiales de la cultura y la comunicación tienen una clara finalidad: disponer de una gran cantidad de contenidos de todo tipo para integrarlos en los canales de difusión y comercialización. Porque quien controle los contenidos mantendrá una posición estratégica sobre el futuro.

Las industrias culturales determinarán en buena medida el futuro de la tecnología.

Termino con una convicción: el español y el inglés serán en el siglo XXI las dos grandes lenguas de comunicación internacional y, por ello, el idioma ofrece la posibilidad de situar a la cultura en español en una posición de privilegio.

Las lenguas, como las culturas -¿quién establece los límites entre unas y otras?-, son permeables, se complementan y se suman, nunca se restan: he ahí una de las formidables características de la lengua española. La emergente presencia del español en el mundo, el pulso creativo de escritores, cineastas, dramaturgos y demás autores de una veintena de países, la labor coordinada de las 22 Academias -son sólo algunos ejemplos- subrayan el dinamismo del idioma y pulverizan el mito de la lengua como expresión del ser nacional.

De ahí, el deslumbramiento de quien habla hacia el idioma y hacia sus diversos enclaves abiertos a la realidad y a la creación, ya sea ésta literaria, dramática o cinematográfica. Un inmenso mar de múltiples contornos, un jardín infinito de extraordinarios y enigmáticos senderos que se bifurcan hasta el horizonte, sin fin.