

La lengua inglesa como vector del modelo de libre mercado*

Juan Carlos Herrera Ruiz**
Alexander Tabares Penagos***
Oscar Alonso Vélez Rojas****

Recibido: 27 de marzo de 2012

Aprobado: 5 de junio de 2012

RESUMEN

El siguiente artículo propone una reflexión en torno a la difusión del inglés como lengua internacional en el ámbito académico y laboral, asociada a una dinámica de expansión global del modelo de libre comercio, con repercusiones particulares en el contexto colombiano. Se referencian algunos elementos conceptuales relativos

al campo del inglés para propósitos específicos: la globalización económica, la semiótica y la geopolítica regional.

Palabras clave: globalización lingüística, lengua internacional, inglés para propósitos específicos, inglés y libre comercio, geopolítica de la globalización, bilingüismo en Colombia.

* Artículo producto de una reflexión en torno al marco teórico de un proyecto titulado Importancia del inglés en el desempeño laboral de los egresados del Programa de Negocios Internacionales de la Universidad de Medellín (2011-2012).

** Antropólogo y licenciado en Educación, Geografía e Historia de la Universidad de Antioquia, estudiante de la maestría en Literatura Colombiana de la referida universidad. Profesor de tiempo completo programa de Negocios Internacionales de la Universidad de Medellín. Correo electrónico: abbisina@yahoo.com

*** Profesional en Idiomas Universidad de Antioquia, candidato a magíster en Administración (MBA). Profesor de tiempo completo programa de Negocios Internacionales de la Universidad de Medellín. Correo electrónico: atabares@udem.edu.co

**** Licenciado en lenguas extranjeras Universidad Pontificia Bolivariana, especialista en TIC y magíster en Ingeniería. Profesor de tiempo completo en el programa de Negocios Internacionales de la Universidad de Medellín. Correo electrónico: svelez@udem.edu.co

The English language as a vector of the free market model

ABSTRACT

This article reflects upon the diffusion of English as the international language in the academic and professional domains, associated with a dynamic global expansion of the free market model, which has important repercussions for Colombia. The article discusses concepts in relation to

English used for specific purposes, economic globalization, semiotics and regional geopolitics.

Key words: linguistic globalization, international language, English for specific purposes, English and free trade, geopolitics of globalization, bilingualism in Colombia.

Introducción

El siguiente artículo se enfoca sobre dos campos problemáticos concretos: el primero de ellos tiene que ver la difusión global del inglés como lengua internacional dominante en los ámbitos académico y laboral; el segundo pretende reflexionar sobre las repercusiones que dicha difusión tiene en el contexto colombiano. Para esto se estima pertinente proponer un cuestionamiento que lleve directamente al quid del asunto: ¿Por qué es tan importante aprender inglés hoy en día en Colombia?, o bien: ¿por qué casi todos coinciden en admitir que es necesario aprenderlo? La respuesta al interrogante pareciera ser más que obvia, dado el consenso generalizado en cuanto a la utilidad instrumental de esta lengua en todos los niveles de la vida social y productiva, en especial cuando la sociedad mundial propende por adherirse cada vez más a un sistema de valores y de organización de la experiencia de la realidad: la globalización. Sin embargo, la pregunta puede propiciar también reflexiones que aborden de manera crítica la simbiosis entre lengua inglesa y globalización, llevando a indagar sobre causas e intereses más profundos que subyacen en dicha relación, así como las coyunturas y proyecciones derivadas de la misma.

En este sentido, la siguiente propuesta parte de una premisa que asocia la difusión local y global de la lengua inglesa a motivos de orden geopolítico que en la actualidad presentan contingencias particulares. En primer lugar se apunta a la consolidación del sistema de libre mercado a través de un vehículo de larguísimo alcance como la corporación multinacional y su ya universalizada cultura corporativa; en segundo término, y como extensión de lo anterior, emerge la necesidad de relanzar globalmente el proyecto de expansión del modelo consumista occidental, del cual depende el éxito de las corporaciones multinacionales y cuyos valores están asociados al célebre *american way of life*, que progresivamente invadió todas las latitudes en la segunda mitad del siglo XX. Esta refundación contemporánea –si se quiere llamar así– del proyecto histórico del libre mercado tiene, además, un matiz sociolingüístico que emplaza al inglés como lengua codificadora de los principios y operatividad global de dicho proyecto en una coyuntura donde, paradójicamente, sigue latente la crisis sistémica del capitalismo financiero que tocó fondo en 2008, tras el naufragio de algunas de las más grandes corporaciones bancarias, consecuencia de los mismos defectos estructurales del sistema especulativo.

De igual manera, este relanzamiento mundial del proyecto corporativo, que dicho sea de paso encuentra especial resonancia en Colombia, puede leerse como una reacción al reordenamiento geopolítico mundial que inaugura el siglo XXI, con la entrada en escena de nuevas superpotencias como China, el resurgimiento militar y económico de Rusia tras el desmantelamiento de la URSS y la aparición de nuevas ententes en Latinoamérica, factores que en conjunto podrían incidir

dramáticamente sobre la hegemonía noratlántica y, en consecuencia, propiciar la emergencia de un modelo multi-polar en las relaciones internacionales.

El inglés y la conciencia global

En principio se estima de crucial importancia aclarar que la presente reflexión no tiene por objeto desdeñar el inglés ni su aprendizaje; la adquisición de una lengua diferente a la materna, desde una perspectiva no necesariamente mercantil, puede contribuir a enriquecer el patrimonio cultural de cualquier individuo, así como a su crecimiento moral e intelectual, independientemente de la profesión que ejercite o de los principios ideológicos con que se identifique. Por otra parte, la existencia de lenguas internacionales ha hecho posible, para bien o para mal, la mutua identificación entre pueblos de regiones geográficas diversas a lo largo de la historia. Pero más allá del hecho prodigioso de ser la lengua en la que escribieron Milton, Shakespeare, Adam Smith o Hemingway, el inglés ha sido instrumentalizado en función de un proyecto global que tiende a excluir no solamente otras formas de concebir la política y la economía diferentes a las del Occidente capitalista, sino también a otros sistemas culturales cuyas lenguas no registran el mismo grado de difusión del inglés, sin importar cuán grande o pequeño sea su número de hablantes¹. Multiplicidad de investigadores han enfatizado esta proyección del inglés y han intentado delinear su trayectoria ascendente hasta convertirse en la lengua internacional por excelencia; las razones para este establecimiento involucran diversos factores de orden político y económico con raíces profundas en la historia moderna, particularmente en la Revolución Industrial y el período conocido como Neocolonialismo (Carnoy, 1977). Sin embargo, para efectos de la comprensión del fenómeno expansivo de la lengua en la Contemporaneidad, se estima pertinente restringir esta reflexión al período posterior a la Segunda Guerra Mundial, ya que es a partir de entonces que los Estados Unidos se consolidan como la potencia económica y militar más influyente del planeta, al tiempo que el poder corporativo, también de origen estadounidense, se extiende por el mundo a través del comercio y de las innovaciones tecnológicas (Hutchinson y Water, 1987; Punnett y Ricks, 1998). Lo anterior estuvo precedido por una serie de acuerdos alcanzados tras la conferencia de Bretton Woods en 1944, en los que se establece el sistema internacional de pagos que desde entonces sería en dólares estadounidenses y estaría regulado a través de dos instituciones financieras conocidas hoy como Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial (Cesarano, 2006).

¹ En una charla titulada "Don't insist on English!", Patricia Ryan reflexiona sobre los motivos político y económicos que subyacen en la enseñanza internacional del inglés y sostiene, además, que anualmente desaparecen 14 lenguas en el mundo. Video en: <http://englishforteaching.blogspot.com/2011/04/patricia-ryan-dont-insist-on-english.html> (recuperado el 21/03/2012).

La percepción del inglés como lengua internacional está sustentada no solamente en el hecho de que es la más frecuentemente utilizada en el ámbito del comercio mundial, de la divulgación de literatura científica y de la especialización del trabajo, sino también y como consecuencia de lo anterior, en el creciente número de hablantes no nativos que ven en esta lengua un medio para mejorar sus condiciones laborales y económicas, o bien para pertenecer a una comunidad lingüística global que se comunica básicamente en inglés, entre otras motivaciones (Harmer, 1991). Otros puntos de vista como el de Miguel Siguán (2004), exdirector del programa LINGUAPAX de la UNESCO, arguyen que la internacionalización del inglés se da también gracias al hecho de que es una lengua muy flexible, que admite con facilidad las innovaciones, además de no tener una Academia que la limite o restrinja en su producción, de modo que es solo el uso el que sanciona las nuevas palabras. Sin embargo, el análisis de las razones objetivas que han hecho del inglés una lengua internacional, fuertemente asociada a la expansión del modelo de libre mercado, parte necesariamente de una aproximación al fenómeno de la globalización, entendido bien como una consecuencia económica y cultural de la mundialización del comercio o, bien, como un fenómeno lingüístico que emplaza al inglés como código comunicativo unívoco y como objeto de aprendizaje universal en la educación.

La caracterización fenomenológica de la globalización puede hacerse con base en múltiples enfoques a favor o en contra de la misma, ello en virtud de la heterogeneidad de opiniones y reacciones que genera en los ámbitos político y académico. En un sentido amplio, la globalización es percibida como la generalización del modelo capitalista financiero y la supresión o flexibilización de las leyes nacionales que impiden la libre circulación de capitales y empresas a lo largo y ancho de una sociedad mundial adaptada tecnológica y culturalmente para tal efecto, todo a través de una agenda política neoliberal que promueve la privatización y la economía abierta (Tylor y Flint, 2002).

Economistas célebres como Joseph Stiglitz (2003, 2006) atribuyen a la globalización efectos ambiguos sobre la economía mundial, esto es, que en ciertos ámbitos esta ha representado el acceso a nuevos productos, tecnologías y servicios por parte de países marginales; sin embargo, ello no ha contribuido al mejoramiento sustancial de las condiciones de vida de las grandes masas poblacionales pobres en esos países, en donde, por el contrario, el común denominador de la cultura global ha sido la concentración de la riqueza en muy pocas manos. Por otra parte, la premisa del libre comercio como valor supremo de la globalización, en tanto actividad que integra a diferentes países en una dinámica de intercambios económicos, soslaya el hecho de que lo "libre" del comercio no se corresponde necesariamente con lo "justo" del comercio, y ello tiene que ver con la disparidad de condiciones en que los diferentes países participan en dicha dinámica. A este respecto, y a propósito de los TLC entre

Estados Unidos y Latinoamérica Claudio Katz escribe: "Se resalta, en cambio, la conveniencia del libre comercio con el espejismo de un proyecto optativo [...] Pero basta comparar el PBI estadounidense con el vigente en cualquier economía de la región, para notar cuán ridícula es la creencia de una negociación entre pares" (2007, p. 16). Con todo, el consenso sobre la fijación del libre mercado como característica esencial de la globalización pasa por alto que el fenómeno lleva también implícita "la mundialización de la conciencia, la uniformidad del pensamiento y del lenguaje" (Romano, 2008, p. 73), y es justamente allí, en la uniformidad del lenguaje, donde el tema del inglés cobra especial valor, dado que es a través de dicha lengua que se accede a la conciencia real y práctica de la globalización.

Desde una perspectiva antropológica, el advenimiento del inglés como lengua de uso generalizado en el ámbito global podría entenderse como el efecto de la apropiación o, si se quiere, de la imposición, de un sistema de símbolos compartido a partir de lo cual se otorga sentido a las actividades humanas, en arreglo a unos intereses de carácter fundamentalmente económico: todo ello pasa necesariamente por el análisis de la estructura del lenguaje y su uso, el cambio lingüístico y las relaciones entre lenguaje, sociedad y cultura (Kottak, 2002). Ya en el terreno lingüístico y de la educación, la globalización ha tenido una influencia homogeneizadora al propender por unificar mundialmente los criterios de lo que se estima útil y pertinente en la formación profesional, la investigación y la función social del trabajo, aspectos que en la Contemporaneidad aparecen ligados a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (Torres Santomé, 1994; Castells, 1994; Schriewer, 1996; Touriñán López, 2000).

Dentro de esta nueva perspectiva, la repercusión de la cultura global sobre la educación se traduce en una cada vez mayor integración de esta con los intereses de las empresas privadas, la mercantilización de la educación a través de lo que se conoce como formación continua o de especialización, pero muy especialmente en la promoción de una dimensión internacional de la educación, y en ello la lengua inglesa ostenta un papel capital. En el campo de lo que diversidad de investigadores han etiquetado como *English for specific or special purposes* se han presentado por igual transformaciones significativas, al estar la enseñanza profesional de la lengua directamente asociada con las necesidades propias de la expansión de la economía de mercado y desde luego con el desarrollo de las tecnologías de la información (Warschauer, 2000). En lo concerniente a las nuevas tendencias en el uso del inglés con propósitos académicos y profesionales, Ruiz-Garrido, et al. (2010) presentan una visión bastante actualizada del tema y reafirman el carácter imprescindible del inglés en la educación, no solo en virtud de la globalización económica, sino también en virtud de que la universidad y la especialización del trabajo tienden cada vez más a internacionalizarse. Argumentan también que el interés de muchos

especialistas en la actualidad se orienta a establecer cómo hacer más eficiente la enseñanza, la divulgación y el uso del inglés en los diversos escenarios de la globalización, dada la intensificación de la misma en las últimas décadas.

En artículo titulado “Scientific publishing in peripheral countries...” Salager-Meyer argumenta que existe una gran brecha entre el desarrollo de la investigación científica de los países en vía de desarrollo y la de aquellos que se consideran desarrollados o del así llamado “primer mundo”. El desbalance reside, entre otros factores, en el hecho de que las publicaciones científicas en países periféricos donde se hablan lenguas diferentes al inglés gozan de poca o ninguna divulgación internacional: solamente el 2% de las publicaciones indexadas en el mundo provienen de países del “Tercer Mundo” (2008,124) y ello tiene que ver desde luego con el hecho de que la supremacía científica y tecnológica mundial permanece concentrada en un reducido grupo de países dominantes económica y políticamente, entre los cuales aquellos angloparlantes juegan un papel preponderante. Así, la posibilidad de que los investigadores de la periferia no desarrollada ingresen al diálogo científico internacional resulta subordinada a su capacidad de comunicarse en inglés, prolongando con ello una asimetría que comienza por lo político y lo económico, pasa por lo científico y tecnológico, hasta alcanzar lo lingüístico.

Lo anterior lleva necesariamente a relacionar el fenómeno de la expansión global del inglés con un asunto de estructuras de poder. Autores como Pennycook (1994) y Chew (1999) sostienen que la enseñanza de una lengua está necesariamente ligada a la transmisión de un modelo ideológico que impone nuevos valores culturales, en este caso los del libre comercio, la ciencia y la tecnología occidentales, el consumismo, entre otros, que en sí mismos serían inocuos de no estar orientados a consolidar un sistema desigual de relaciones entre países y personas.

El inglés y la semiótica del consumo

Dentro del dominio de la globalización lingüística como medio para la globalización del mercado, el inglés podría ser considerado como una organización de las palabras, o bien un sistema de señales con funciones cognoscitivas dentro de las actividades humanas, ya que a través de su uso se genera una conciencia de la existencia de cosas y de las cualidades de las mismas. Este último razonamiento encuentra resonancia en lo que la filosofía del lenguaje ha documentado como *la dimensión pragmática del lenguaje*, o el sentido que adquieren las palabras a través de su uso. J. L. Austin sostiene que el paradigma del acto comunicativo (en este caso las palabras) se manifiesta solo a través de uso situacional y de la acción o “performance” que se produce tras su emisión. En este sentido escribe: “Para obtener una acción causada por el lenguaje, hay que cumplir las siguientes

condiciones, que a la vez designan la sustancia central de los actos del habla. La expresión del interlocutor debe referirse a una *convención* que también vale para el receptor. El uso de la convención debe adaptarse a la situación, y esto quiere decir que debe ser ejercido por *procedimientos aceptados*" (1962, p. 14). Ahora bien, si se tiene en cuenta que los productos y servicios que venden las corporaciones tienen origen en países angloparlantes, donde son nombrados en inglés y donde originalmente se generan actitudes y acciones estereotípicas relacionadas con dichos productos y servicios, es plausible entonces admitir que la reproducción social del hábito de consumo en otras sociedades se dé a través del uso de las mismas señales lingüísticas, que induzcan al individuo a asumir conciencia no solo de la existencia del producto o del servicio como tal, sino también a considerar que ello es algo positivo para sí, y esto último tiene que ver con la asimetría anteriormente señalada a partir de la cual el sujeto otorga a priori un valor superior a las cosas que son nombradas en inglés. Así, al entrar en contacto con palabras en inglés que designan objetos y, por extensión, acciones, cada individuo se convierte en un reproductor potencial del hábito de consumo que involucra al objeto y la acción nombrada: *Windows* o *Apple*, por ejemplo, son locuciones inherentes al ámbito de la informática global, que miles de millones de seres humanos en los cinco continentes asocian de manera natural a un campo semántico en el que se compran, se usan y desechan de manera cíclica y sistemática ordenadores y otros *gadgets* que, dicho sea de paso, son vendidos por multinacionales de origen angloparlante. Esto coincide con la respuesta *convencional* a la que alude Austin, que se da por parte de un receptor hacia quien va dirigida una señal lingüística con una finalidad concreta: inducir a la acción del consumo, y la eficacia de esta señal tiende a ser mayor en tanto el receptor se encuentre más y mejor familiarizado con el inglés. Un mecanismo similar se pone en marcha cuando se nombran palabras asociadas a *Internet*, donde se dialoga *on-line*, a través de dispositivos digitales como el *smart phone*, en plataformas virtuales como *facebook*. Por su parte, canales paralelos a la red como la televisión y el cine globales, cuyas marcas son en su gran mayoría de origen estadounidense, reproducen a través del lenguaje visual el estilo de vida, la estética y los hábitos de consumo occidentales apelando desde luego a anglicismos que terminan por convertirse en lugares comunes para gentes de los más diversos orígenes lingüísticos. Otros ejemplos de un uso globalizado del inglés se encuentran en dominios como la música, la moda, el turismo internacional, las tarjetas de crédito, las grandes cadenas de noticias y deportes, la pornografía, algunos hábitos y productos alimenticios, y en esta misma dirección la lista de ejemplos sería tan extensa como el campo de la información, los productos y las marcas que hacen parte de la cultura global. Tylor y Flint (2002) documentan esta dimensión de la globalización como la "*Globalización cultural* o el consumo de "productos globales" en el mundo, que a menudo

conlleva un efecto homogeneizador como en el caso de la “Coca-colización” y el “McMundo”.

Considerando todo lo anterior, no resulta gratuito que otros ámbitos de la vida social y política estuvieran ya subordinados al inglés, en especial aquellos que se relacionan con la conectividad y el ejercicio global del poder: la aviación internacional, el *Mass-media*, las comunicaciones satelitales, las noticias sobre el mercado bursátil y la geopolítica son ejemplos bastante ilustrativos de aquellos ambientes en los que la realidad se nombra originalmente en inglés: el hecho de que lleguen ser traducidos a otras lenguas o no es irrelevante, dado que el sentido del contenido de la información ya fue concebido a priori, en inglés, desde su lugar de origen. A propósito de geopolítica, por mucho tiempo se consideró al francés como el lenguaje de la diplomacia internacional, tal como el italiano del arte renacentista, sin embargo, el escenario bélico mundial de las últimas décadas pone de manifiesto que no solo las multinacionales provienen de países donde se habla inglés, sino también los códigos éticos a partir de los cuales se rigen las relaciones internacionales en un mundo global.

La re-colonización cultural de Colombia a través del bilingüismo

En Colombia la relación de la sociedad con el inglés presenta particularidades que no dejan de generar asombro: el conocimiento de esta lengua se ha convertido en requisito *sine qua non* para acceder a una cantidad cada vez mayor de empleos, si bien su uso en la práctica es apenas marginal; asimismo, en las universidades, tanto públicas como privadas, se exige aprobar exámenes de competencia en segunda lengua (generalmente inglés) antes de la obtención de un título, aun cuando solo en algunos casos la profesión requiere de habilidades comunicativas bilingües. En esta misma dirección, se advierte cómo cada vez más universidades y escuelas de finanzas, en especial del sector privado, ofrecen cursos y en ocasiones programas de formación completos impartidos en inglés. Hasta aquí el asunto podría considerarse en los límites de lo normal, en sintonía con lo que pasa en muchos países en vía de desarrollo; sin embargo, el interés oficial y privado por hacer de Colombia una nación bilingüe ha alcanzado niveles cercanos al delirio, a través del culto artificioso a una lengua cuya función invisible es la de separar antes que integrar. Sorprende cómo tanto en colegios de elites como en escuelas públicas se enfatiza la enseñanza del inglés desde el grado pre-escolar y se asocia a ello el nivel de calidad de la educación²; esta obsesión ha llegado al extremo de señalar las instituciones educativas y los edificios públicos en inglés, ¿para que lo lea quién?; en el Metro de Medellín se

² A través de la Ley 115 de 1994 el Ministerio de la Educación de Colombia demandó la adquisición de “al menos una lengua extranjera” dentro de los objetivos de la Educación Básica y Media; sin embargo, restringió desde entonces el ámbito de las lenguas extranjeras enseñadas en sus escuelas exclusivamente al inglés.

hacen anuncios en inglés; allí mismo un periódico emblemático dedica también alguna página a la difusión del bilingüismo y por supuesto varios programas de la televisión tanto pública como privada tienen espacios especialmente diseñados para familiarizar a todos los públicos con el inglés y sus códigos. Los sellos de certificación de calidad de las empresas aparecen en inglés, quizá porque así son más confiables; algunos taxistas aprenden a decir tres palabras en inglés para “prestar un mejor servicio” al turista y en una conocida cadena radial de difusión nacional la “hora exacta” la dice un “gringo”, en inglés. Neologismos como “M. B. A”, “C. E. O”, “Default” o “Spin off”, se han hecho frecuentes en la jerga de académicos de todas las áreas del conocimiento, quienes ya exportaron hacia el español algunos lugares comunes propios de la cultura empresarial norteamericana tales como *excelencia*, *competitividad*, *calidad*, *innovación*, que resultan asonantes en una sociedad cuyas posibilidades de desarrollo económico siguen invariablemente ligadas al sector primario exportador (agricultura y minería). La lista de ejemplos en este sentido sería larguísima y quizá aun más sorprendente.

Pero ¿constituye la difusión del inglés un verdadero o potencial mejoramiento de las condiciones de vida o las posibilidades de desarrollo económico en un país como Colombia? En un artículo de divulgación del Ministerio de Educación titulado “Bases para una nación bilingüe y competitiva” (2005) se lee: “Ser bilingüe es esencial en un mundo globalizado. El manejo de una segunda lengua significa poderse comunicar mejor, abrir fronteras, comprender otros contextos, apropiarse de saberes y hacerlos circular, entender y hacernos entender, enriquecerse y jugar un papel decisivo en el desarrollo del país”. Nótese cómo ese “enriquecerse” aparece como un fin de la enseñanza del inglés y evoca el artificio lingüístico que hace pensar que en la globalización todas las personas, al igual que todos los países, tendrían igualdad de oportunidades, claro está, mientras aprendan inglés. El escepticismo frente a esta posibilidad parte de una relación históricamente asimétrica, en todos los niveles, entre Colombia y los países anglófonos, a lo que habría que agregar el triste registro estadístico del coeficiente internacional GINI, que ubica a Colombia como el país con mayor desigualdad en Latinoamérica, que es, a su vez, el continente más desigual del mundo, ello no obstante el crecimiento sostenido de la economía a partir del año 2003 (Uprimny, 2009). Se estima, en consecuencia, que la tendencia hacia el bilingüismo en Colombia obedece más bien a un interés tanto endógeno como exógeno por influenciar económica y culturalmente a una sociedad históricamente proclive a la imitación de los valores y modelos extranjeros, en especial los que provienen de Estados Unidos.

Esta pretendida reformulación global del mundo, si se le puede llamar así, a través de la adopción de un sistema de signos lingüísticos y señales acústicas foráneas, podría ser vista en el caso colombiano como la consolidación de un

mecanismo de exclusión utilizado consciente o inconscientemente por las elites económicas, mediáticas y académicas, que se empeñan en sobrevalorar la competencia en lengua inglesa como medidor de las aptitudes profesionales de cada individuo, al tiempo que hacen de él o ella un consumidor más sofisticado dentro de la sociedad mundial.

En consecuencia, se ha estipulado como verdad incontrovertible en el mundo académico y laboral que, a más y mejor dominio del inglés, más posibilidades de pertenecer y de interactuar de manera eficiente dentro de alguna de las dimensiones de la globalización. Todo ello va necesariamente asociado a una aceptación de una lógica propia del orden mercantil contemporáneo, en la que cada individuo compite exitosamente en tanto invierta parte importante de su tiempo y recursos en la actualización de su relación con lo global. Esta percepción de la difusión de una lengua en función de la expansión de un modelo de economía abierta encuentra nuevamente resonancia en el documento del Ministerio de Educación citado anteriormente: “Ser bilingües es tener más oportunidades para ser más competentes y competitivos y mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos”. El punto relevante aquí es que junto con la difusión del inglés se esparce un estilo de vivir, producir y consumir que conduce indefectiblemente al mantenimiento del imperio corporativo, el sistema fraccional bancario que utiliza el dólar como moneda referencial y a la preminencia política-militar de las potencias noratlánticas. El hecho de que Colombia siga siendo un contexto especialmente favorable a la recepción de las influencias culturales, políticas y económicas de Estados Unidos, se explica, además, por una convicción fuertemente arraigada entre sus sectores político y productivo desde el siglo pasado, según la cual la mejor estrategia para superar el subdesarrollo no puede ser otra que la imitación del modelo estadounidense, dado que este país es, o mejor, fue, el ejemplo de desarrollo económico nacional más venturoso del mundo.

A todo lo anterior, cabe también asociar un interés creciente de las elites locales por hacer del país una copia a pequeña escala del coloso del Norte, a través de convertirlo en un polo de servicios que otorgue condiciones favorables al emprendimiento, el lucro privado y la inversión extranjera, al tiempo que con ello se pretende construir una suerte de blindaje ideológico contra la corriente de cambios políticos que fluye en la región, corriente que hasta ahora se ha mostrado hostil hacia los intereses de las multinacionales.

Finalmente en el campo de las Relaciones Internacionales, dimensión que también tiene su proyección lingüística global, llama fuertemente la atención como en el caso de Latinoamérica –primera zona de influencia de Estados Unidos, dada la cercanía geográfica y la histórica subordinación política y económica– la dinámica de reordenamiento geopolítico se traduce, a partir de 2000, en la creación de cuatro bloques de naciones que funcionan como modelos

opuestos a la OEA, organismo a partir del cual se moldearon tradicionalmente las actividades económicas en la región, ello bajo la supervisión parcial o total de los Estados Unidos. Dichos organismos son, en orden de aparición: ALBA (2004), UNASUR (2008), AP (Alianza del Pacífico) y CELAC (2011). De otra parte, la irrupción de Brasil en el escenario mundial, a través de su participación en el BRICS, constituye una proyección adicional de Latinoamérica que aumenta sus potencialidades geopolíticas a mediano y largo plazo, al tiempo que sirve de atenuante a la dinámica de rediseño de las relaciones internacionales en el mundo y la región. Con la creación del bloque MERCOSUR en la década de los noventa, ya se habían dado algunos pasos en la región hacia la diversificación del modelo de interdependencia con Estados Unidos, en lo que atañe al libre comercio y en general a la definición misma de la Economía y el Comercio como actividades sociales internacionales. Sin embargo, el quiebre más significativo de la trayectoria de las relaciones políticas y económicas entre Estados Unidos, y el resto de la región se presentaría en la primera década del siglo XXI: el ascenso al poder de movimientos de centro-izquierda en Centro y Suramérica y, tras ello, la conformación de nuevos bloques integracionistas que ponderan principios alternativos a los del Libre Comercio y re-direccionan las actividades de producción de acuerdo con criterios más cercanos a los de la social-democracia. El impacto inmediato de la nueva ola política en la región tuvo que ver con la liquidación definitiva del ALCA en el 2005, iniciativa que pretendía relanzar el plan de una gran zona de libre comercio en las Américas bajo la tutela de Estados Unidos, pero sobre todo a tono con los postulados neoliberales de la cultura corporativa y la subordinación progresiva del poder político al poder económico privado (Katz, 2007).

Cabe aclarar con relación a la recientemente creada Alianza Pacífica (México, Colombia, Perú y Chile), que si bien la conformaron gobiernos conservadores y en principio se orienta hacia los valores del Libre Comercio y la intervención del sector privado, no se puede soslayar el hecho de que la iniciativa nace sin Estados Unidos, y que sus proyecciones van mucho más allá de los intereses relacionados con el otrora líder absoluto del continente (Vieira, 2011).

En cuanto a los TLC entre Estados Unidos y algunos países de la región, se estima que si bien constituyen por sí mismos una supervivencia del viejo modelo de relaciones económicas, no deja de llamar la atención que este tipo de tratados han sido frecuentemente cuestionados por diversos sectores académicos y políticos, no solo en la región latinoamericana sino también en Estados Unidos, dejando un manto de duda sobre su eficacia dentro del orden geopolítico emergente.

Frente a este panorama de alteridad política, que podría entenderse también como signos de hostilidad hacia la hegemonía norteamericana, es apenas natural

que desde los Estados Unidos emerjan iniciativas que a manera de “contrarreforma” propendan por recuperar el terreno perdido frente a los enemigos de la izquierda internacional, en su propia zona de influencia: el proyecto del bilingüismo en Colombia, que podría estar asociado directa o indirectamente a la propuesta del recientemente aprobado TLC con Estados Unidos, es un perfecto ejemplo de este tipo de iniciativas, y ello obedece quizá a que Colombia es un país esencialmente conservador, donde perviven fuertes estructuras tradicionalistas no obstante su apertura hacia influencias foráneas modernizantes y hacia la globalización. No es gratuito, por tanto, que la gran mayoría de programas curriculares de lenguas extranjeras dentro del sistema educativo colombiano enfoquen al inglés como objeto de aprendizaje por excelencia: escuelas, universidades y otros centros de estudio frecuentemente emplazan y ponderan la necesidad de aprender esta lengua con fines que van mucho más allá del terreno estrictamente académico o educativo.

Como epílogo a este artículo y no sin antes hacer mención de la necesidad de repensar lo estipulado en el medio educativo frente al aprendizaje de las lenguas extranjeras, se estima pertinente citar un artículo de Martín Lienhard, “La matriz colonial y los procesos culturales en América Latina” (1997), en donde se aborda el análisis histórico de algunos procesos de mestizaje vividos en Latinoamérica tras la conquista española de los siglos XV y XVI, mestizaje que en su complejidad estuvo desde un principio marcado por la asimetría: Lienhard señala cómo las relaciones de intercambio cultural entre los nativos y los europeos derivaron, en principio, en la supresión de las lenguas aborígenes por cuenta del aprendizaje progresivo del español, y con ello vinieron los procesos de colonización religiosa a través del adoctrinamiento católico, de la subordinación política a la autoridad de un monarca foráneo y desde luego la adopción de una serie de hábitos comportamentales cuyo sentido emana del reconocimiento colectivo de una lengua ajena a la propia, generándose desde entonces una suerte de “matriz” colonial que compele al continente a repetir o imitar paradigmas extranjeros para construir la propia identidad. Esta última apreciación pareciera ganar actualidad al observar cómo a través de la difusión “aceptada” del inglés, la sociedad colombiana de hoy pareciera querer conducirse hacia un nuevo proceso de aculturación, en el que se acepta al mercantilismo como religión, al *pentagonismo*³ como autoridad política y al consumismo como esencia de la existencia.

³ Término acuñado por el dominicano Juan Bosch en 1968.

Bibliografía

- Austin, J.L. (1962). *How to do things with words*. Cambridge: Cambridge/Mass.
- Bosch, Juan (1976) *El pentagonismo, sustituto del imperialismo*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (1994). *Flujos, redes e identidades: una teoría de la sociedad informacional*. Barcelona: Paidós.
- Cesarano, Filippo (2006). *Monetary theory and Bretton Woods*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carnoy, Martin (1977). *La educación como imperialismo cultural*. México: Siglo XXI editores.
- Chew, P. G.-L (1999). "Linguistic imperialism, globalism, and the English language". En: D. Graddol y U.H. Meinhof (Eds.) *English in a changing world*. (pp. 37-47) Guildorf: Aila Review 13.
- Harmer, Jeremy (1991). *The practice of English language teaching*. New York: Longman.
- Harris, Marvin (2000). *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. Barcelona: Crítica.
- Hutchinson T. y Waters A. (1987). *English for specific purposes: a learning-centred approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kottak, Conrad Phillip (2002). *Antropología cultural*. México: McGraw-Hill.
- Lienhard, Martín (1997) "La matriz colonial y los procesos culturales en América Latina". En: *Revista Universidad de la Habana*. N.247 (pp. 63-74).
- Ministerio de Educación Nacional. República de Colombia (octubre-diciembre 2005). *Altablero*. N.º 37. Recuperado el 23/03/2012 del sitio: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>
- Pennycook, A (1994) *The cultural politics of English as an international language*. Harlow, Essex: Longman.
- _____ (1995). "English in the world / The world in English". En: J. W. Tollefson (Ed.), *Power and inequality in language education* (pp. 34-58). Cambridge: Cambridge University Press.
- Punnett, B. J. y Ricks, D. A. (1998). *International business*. Malden Mass: Blackwell.
- Romano, Vicente (2007) *La intoxicación lingüística*. Barcelona: El viejo topo.
- Ruiz Garrido, Miguel et, al. (2010). *English for professional and academic purposes*. Amsterdam: Radopi.
- Salager-Mayer, Françoise (2008). "Scientific publishing in peripheral (a.k.a. developing) countries: challenges for the future". En: *Journal of English for academic purposes*, N.º 7 (pp. 121-124).
- Schriewer, J. (1996). *Globalización y descentralización de los sistemas educativos*. Barcelona: Pomares-Corredor.
- Siguán, Miguel (2004). "Las lenguas y la globalización" (s. d.), recuperado el 26/03/2012 de: http://www.euskara.euskadi.net/r59bpeduki/es/contenidos/informacion/artik261_siguan_08_07/es_siguan/adjuntos/Miquel-Siguan-cas.pdf
- Stiglitz, Joseph (2003). *El malestar de la globalización*. Madrid: Taurus
- _____ (2006). "La Corporación Multinacional". En: *Claves de razón práctica*. N.º 167
- Torres Santomé, J. (1994). *Globalización e interdisciplinarietà. El currículum integrado*. Madrid: Ediciones Morata.
- Touriñán López, J.M. (2000). *Globalización y desarrollo. Un reto de las políticas regionales de IDT*. Santiago de Compostela: Fundación Caixa Galicia.
- Turow, Joseph and Mcallister, Matthew (2009). *The advertising and consumer culture reader*. New York: Routledge
- Taylor, Peter y Flint, John (2002). *Geografía política. Economía-mundo, estado-nación y localidad*. Madrid: Trama.
- Uprimny, Rodrigo (septiembre de 2009). "Desigualdad y democracia en Colombia". En: elespectador.com. Recuperado el 23/03/2012 del sitio:

<http://www.elespectador.com/desempleo/columna161464-desigualdad-y-democracia-colombia>

Vieira Posada, Edgar (agosto de 2011). "Asía Pacífico: la nueva ruta de la prosperidad". En: *Perspectiva. Revista latinoamericana de política, economía y sociedad*. Edición 26. Recuperado el 23 de marzo

de 2012 del sitio: <http://revistaperspectiva.com/detalle.php?Revista=29&Articulo=30360>

Warschauer, M. (2000). "The changing global economy and the future of English teaching". En: *TESOL Quarterly*, 34 (3) 511-535.

