La ventaja comparativa de Estados Unidos en la ecuación de poder mundial

Descripción

En 2014 mil millones de personas alrededor del mundo siguieron la ceremonia de entrega del Oscar. Ello constituye el más elocuente de los testimonios sobre el poder de un idioma que es fuente legitimadora de cualquier expresión con aspiraciones de universalidad.

En 2014 mil millones de personas alrededor del mundo siguieron la ceremonia de entrega del Oscar. Ello constituye el más elocuente de los testimonios sobre el poder de un idioma que es fuente legitimadora de cualquier expresión con aspiraciones de universalidad.

Con 2.961 películas producidas en 2009 y 1.602 en 2012 la industria cinematográfica de la India se presenta como la mayor del mundo en ventas y la segunda en ingresos. No obstante, el suyo es un cine circunscrito a escala nacional o regional. Algo similar podría decirse del chino, incluyendo allí a Hong Kong. A pesar de haber producido 893 películas en 2012 y 638 en 2013, se trata de una cinematografía de consumo básicamente doméstico que sólo trasciende a cuenta gotas al escenario mundial y generalmente bajo el manto estereotipado de las películas de artes marciales. ¿Y qué decir de las 411 películas producidas por Japón en 2011? ¿Cuántas personas fuera de ese país han visto alguna?

El Reino Unido es perfecta expresión de cómo un país en claro declive económico, cuya única fortaleza remanente son las finanzas, puede seguir resultando tan presente en la escena global gracias al idioma. Es en virtud de éste que medios noticiosos como BBC, *Financial Times*, *The Economist* o *The Guardian*, siguen dictando pauta a nivel global o que sus mejores universidades disfrutan de amplia ventaja frente a sus contrapartes del viejo continente, compitiendo por los primeros lugares con las de Estados Unidos.

Lo anterior es algo que escapa por completo a un país como Alemania que, a pesar de ser la locomotora de Europa, dispone de una cinematografía o de unos medios de comunicación sociales volcados por entero sobre el ámbito nacional. Más aún, universidades como Heidelberg o Leipzig resultan muy poco atractivas internacionalmente a pesar de constituir venerables templos del conocimiento.

No en balde cuando un medio de prensa audiovisual o una universidad desean trascender el encapsulamiento nacional o regional recurren al inglés. Es el caso de cadenas como Al Jazzera de Qatar, CCTV de China o RT de Rusia, así como de uno de los mejores centros de estudios de negocios del mundo: el INSEAD de Francia.

A la inversa, a pesar de que 955 millones de personas hablan mandarín y de que China está a punto de convertirse en la primera potencia económica mundial, este es un idioma circunscrito a sus fronteras y a la diáspora china. Escribir en mandarín es hacerlo para un mundo centrado en sí mismo. Algo similar ocurre con el castellano que, a pesar de ser la lengua nativa de más de 400 millones de seres humanos, dista mucho de la universalidad.

El inglés es la lengua internacional de los aeropuertos del mundo y el lenguaje en el que se expresa la globalización económica. No es gratuito que los cuatro centros financieros más importantes del planeta tengan como denominador común ese idioma. En efecto, Londres, Nueva York, Singapur y Hong Kong (este último por inercia de su era colonial) han alcanzado lo que aún escapa a Frankfurt, Zúrich o Shanghái.

El idioma, desde luego, no es un componente abstracto sino la expresión más palpable de una matriz cultural. Thomas L. Friedman, gran apologista de la globalización, hacía referencia hace algunos años a un mundo plano en el que confluyen las múltiples expresiones de una globalización de rasgos anglo céntricos (*The World is Flat*, London, Penguin Books,2006). Allí convergen desde McDonald's a Facebook, desde Harry Potter hasta Apple, desde Twitter hasta Google, desdeCNN hasta LinkedIn.

Michelle Le Baron y Jarle Croker han simbolozado a la cultura con la metáfora de un iceberg sumergido. Es decir, como un entretejido no visible de significados, creencias y convicciones ("Why the 'Foreign' Matters in Foreign Affairs", Harvard International Review, Cambridge, Autum, 2000). Siendo así la interconexión de los seres humanos de diversas latitudes a la que induce la globalización se desarrolla esencialmente a nivel de la punta del iceberg que sobresale a la superficie del agua. Es decir en el mundo plano proclamado por Friedman. Sin embargo, proyectándose hacia el fondo se encontraría el cuerpo gigantesco del iceberg sumergido. Allí van cobrando fuerza creciente e indetenible las más diversas identidades. ¿Cómo negar, sin embargo, la gigantesca ventaja comparativa de quien controla la punta, en este caso plana, del iceberg?

Se estima que para 2040 el 52% del PIB global estará constituido por la sumatoria de los de China e India y que para el 2050 Estados Unidos será la tercera economía mundial, luego de las anteriores. No obstante, en tanto su idioma y su matriz cultural no logren ser desplazados de la primacía que actualmente ocupan, Estados Unidos seguirá detentando un lugar de privilegio en la ecuación de poder mundial.

China, aun avanzando vertiginosamente hacia la cúspide, encuentra una desventaja inmensa en un idioma y una cultura que aun siendo multi milenarios no han alcanzado universalidad.

APARTADOSTEMATICOXEOGRAFICOS

Estados Unidos

ETIQUETAS

EEUU poder Inglés Idioma

IDIOMA

Castelán

Fecha de creación
agosto 18, 2014
Campos meta

Autoria :	3733
Datapublicacion :	2014-08-18 00:00:00