
La contribución de América Latina al poder blando de España en el mundo

Javier Noya *

Tema: La aportación de América Latina al poder blando de España es lo que hace que España sea una potencia.

Resumen: La aportación de América Latina al poder blando de España es lo que hace que España sea una potencia. Si no hubiese esa estrecha relación política, cultural y económica entre España y América Latina es indudable que, en primer lugar, nuestro país no tendría el mismo atractivo cultural en el exterior y, en segundo lugar, que tampoco sería percibido de la misma manera en el resto del mundo.

Análisis:

Introducción

Es relativamente fácil calcular cuánto aporta América Latina al poder duro de España en el mundo. En términos económicos sería el porcentaje del Producto Interior Bruto (PIB) de España que procede de las inversiones de España en la región, que representaría ni más ni menos que el 11% en el año 2006. A lo anterior, por supuesto, habría que añadir lo que representa en el PIB la actividad de los inmigrantes latinoamericanos en España, o sus contribuciones a los fondos de la Seguridad Social. Sin estas aportaciones de América Latina, España indudablemente no formaría parte del grupo de países más ricos del planeta. Este factor no siempre se reconoce en España, especialmente entre quienes gustan hablar de nuestro carácter de gran potencia.

Por otra parte, en el plano militar, los latinoamericanos ya son parte de las Fuerzas Armadas españolas. Estamos hablando de unos 5.000 efectivos, aproximadamente. De momento, no suponen un porcentaje muy alto de la tropa, y aún menos de los mandos, pero es probable que en el futuro aún tengan más presencia dado el escaso entusiasmo que suscita la profesión militar entre los jóvenes españoles. El ejército español se “latinoamericanizará”, como ya lo ha sido el norteamericano por los hispanos de EEUU.

Por completar este apartado sobre la aportación de América Latina al poder militar español hay que recordar también la implicación de varios Estados centroamericanos en la (pos)guerra iraquí a iniciativa del gobierno Aznar. Retiraron también sus tropas cuando Rodríguez Zapatero ordenó el retorno de las españolas. Aunque tanto en el caso de España como de estos países fuese simbólica antes que funcional, reforzaba la imagen de potencia que pretendía transmitir Aznar. Demostraba que era capaz de atraer a otros

* Investigador principal de Imagen Exterior de España y Opinión Pública, Real Instituto Elcano

países hacia su órbita y convencerles para que le acompañase en la aventura iraquí de España. Desafortunadamente, el ex presidente de gobierno español saltó por encima del Derecho Internacional, las posibilidades reales de España y, sobre todo, por encima del apoyo de la propia opinión pública española. Posteriormente, las Fuerzas Armadas españolas colaboraron eficazmente con otras latinoamericanas en misiones humanitarias, por ejemplo en Haití.

Si España quiere ser un actor global, debe también aumentar sus capacidades militares, siempre al servicio de la paz. Dados los límites sociales al crecimiento de España en este sentido –básicamente, la resistencia de la opinión pública que impide aumentar el presupuesto dedicado a esta partida– una solución es estrechar los vínculos con los países latinoamericanos que quieran sumarse a esta “fuerza para el bien”. La cooperación militar con los países latinoamericanos ha sido y será una pata importante del poder duro de España, sin olvidar por supuesto a la UE –España es un águila de dos cabezas–.

La cultura

En definitiva, una parte importante del “poder duro” de España, sus recursos económicos y militares, se debe, y se deberá aún más, a América Latina. La deuda de España con América Latina todavía es mayor cuando se considera el poder blando español, es decir, los factores que la hacen atractiva en el exterior. También es un peso más difícil de cuantificar –como el poder blando–.

Aunque el castellano históricamente naciese en territorio de lo que hoy es España, actualmente es América Latina –no España– la que hace que el español sea una de las lenguas más habladas del planeta, y la que permite que España se perciba a sí misma y en el exterior como una potencia cultural. Y el valor de la contribución latinoamericana sería aún mayor si se considera a los latino-norte-americanos, los hispanos de EEUU, que han multiplicado exponencialmente el valor económico de la lengua.

En EEUU y en Europa la música popular en español triunfa a partir de los 80 por el efecto latino y por los artistas latinoamericanos, especialmente los caribeños y colombianos. Incluso se podría decir que la internacionalización de la música española a partir de los 90, con artistas como Alejandro Sanz, y sobre todo su acceso al mercado norteamericano, fue más fácil y rápida por ese mercado abierto previamente por los artistas latinoamericanos. Hoy día siguen siendo los latinoamericanos, como Shakira, Juanes, Chayanne o Ricky Martin, los que llevan la voz cantante en comparación con los españoles, que para triunfar deben renunciar a la rumba y pasarse a los ritmos caribeños.

Lo mismo se podría decir del cine. En 2005 se estrenaron 142 películas españolas. Pues bien, la producción latinoamericana no fue menos importante: 65 en Argentina, 47 en Brasil y 25 en México. Por la proximidad a EEUU, los directores y actores mexicanos han tenido un pie en Hollywood mucho antes que los españoles. Se pueden hacer hipótesis sobre si el efecto Banderas o Almodóvar en EEUU se hubiera podido producir, o hubiera sido más tardío, si no fuese por este factor. ¿Habría P (Penélope) sin H (Salma Hayek)? Y en el lado de la demanda es dudoso que hubiesen triunfado si no fuese por el entusiasmo y la fidelidad del público hispano, que es el que más ha crecido en EEUU. Finalmente, muchos de los actores o directores españoles para los norteamericanos no hispanos, no son tales, sino genéricamente “hispanos”, y probablemente si interesan es por ello, porque se asocian con el auge de lo hispano, no porque sean castellanos o malagueños, es decir, españoles.

El argumento se podría extender a otros campos, y quizá con mayor motivo si se abandona lo popular y se pasa a lo culto. Piénsese en la lectura y la literatura. En el año 2003 se editaron unos 110.000 libros, de los cuales un 45% eran títulos publicados en América Latina. De los 48.000 títulos publicados en América Latina, el 27% lo fue en Argentina, el 23% en México y el 18% en Colombia. En el año 2005 los nuevos títulos suponían una producción de 400 millones de copias.

No cabe duda de que España sigue teniendo un enorme peso, y que sus multinacionales del sector controlan muchas editoriales latinoamericanas, especialmente a partir de la crisis económica de finales de los 90. Pero si se olvida por un momento la titularidad del capital, no es menos cierto que en términos de creatividad, pensando en lo que se escribe en castellano, los autores latinoamericanos tienen tanta o más influencia que los españoles.

Históricamente, el causante del auge actual por las letras hispánicas en los países europeos no fue Cervantes, que sigue siendo un enorme desconocido para el lector medio europeo, con la excepción de Francia, mal que pese. Fue el *boom* de la novela latinoamericana en los 80, más que la literatura española contemporánea, la que hizo que muchos alemanes, franceses e italianos se interesasen y aficionasen por la literatura hispana, y todavía hoy se debe admitir que los Cortázar, García Márquez y Vargas Llosa están atrayendo más lectores hacia la literatura hispana que los autores españoles, aunque éstos ahora ya tengan más reconocimiento internacional, de nuevo probablemente gracias al camino abierto por las letras latinoamericanas.

También en el mundo de las ideas, los intelectuales latinoamericanos son más conocidos y valorados que los españoles. En un *ranking* reciente de los 100 intelectuales actuales más influyentes en el mundo, obtenido mediante encuesta a los lectores de *The Prospect/Foreign Policy* en el invierno de 2005, figuraban un peruano (Vargas Llosa) en 29ª posición y un mexicano (Krauze) en 85ª posición. También se encuentra a un colombiano (García Márquez) en 18ª posición entre los votos particulares de los lectores proponiendo candidatos al margen del listado propuesto por las revistas. Pero hay que subrayar que ni en uno ni en otro figura ningún español (es inútil buscar en el listado a Ortega, porque está muerto, o a Savater, porque tienen que tener algún tipo de influencia global).

Figura 1. Resultados de la encuesta internacional de *The Prospect/Foreign Policy* sobre “intelectuales públicos globales”

Posición	Intelectual	Votos recibidos
1	Noam Chomsky	4.827
2	Umberto Eco	2.464
3	Richard Dawkins	2.188
4	Václav Havel	1.990
5	Christopher Hitchens	1.844
6	Paul Krugman	1.746
7	Jürgen Habermas	1.639
8	Amartya Sen	1.590
9	Jared Diamond	1.499
10	Salman Rushdie	1.468
29	Mario Vargas Llosa	771
85	Enrique Krauze	144

El poder blando de América Latina apenas es tenido en cuenta en planteamientos del tipo: “España como potencia cultural” o “el valor económico del español para España”. En

términos coloquiales, el español es de todos; en términos económicos, más técnicos, es un “bien público” o “de red”, compartido con los países latinoamericanos. Y lo que le da valor es precisamente su carácter de capital social, en este caso de tipo simbólico, para la comunicación. La idea de la Comunidad Iberoamericana es algo más que retórica. Sin la aportación latinoamericana, se puede especular que el poder blando de España sería menor que, por ejemplo, el de Francia o Italia, con un número de hablantes de la lengua similar al de España si el español no se hablase en América Latina, pero con una cultura que tiene tanto o más prestigio que la española en el mundo.

Es indudable que ahora mismo el mayor poder duro de España, su mayor riqueza, le permite explotar su lengua y cultura más que los países latinoamericanos, aunque no lo suficiente, habría que añadir, si se piensa en EEUU o China, por ejemplo. Pero esto no va a seguir siendo así a medio y largo plazo, al menos si América Latina sigue creciendo a los ritmos actuales. Tarde o temprano dejará de exportar sólo materias primas para exportar también la cultura y la lengua españolas. Y, de hecho, en EEUU se podría decir que México ya está siendo más activa en la enseñanza del español y la difusión de la cultura mexicana que España, claro está con el apoyo que supone la comunidad hispana.

En muchos países europeos con comunidades de latinoamericanos exiliados por las dictaduras de sus países, es esta diáspora la que tiene tanta o más visibilidad que los españoles. Muchos alemanes empezaron a aprender castellano en los 80 con chilenos o argentinos. Y lo hacían porque les interesaba América Latina, no España.

América Latina y la imagen de España en el mundo

Por otra parte, tampoco se puede olvidar que Latinoamérica también ha contribuido decisivamente a mejorar la imagen de España en el mundo desde los años 90. No, no es precisamente que América Latina tenga muy buena imagen en el mundo dados los problemas de pobreza, corrupción, violencia y populismo político –la imagen de España previa a la Transición, si se para uno a pensar en lo rápido que cambió la imagen de España... y puede cambiar también la de algunos países latinoamericanos–. Estos problemas, evidentemente, restarían puntos al atractivo de lo hispano. Es otra cosa. Hasta el año 1992 la imagen de España mejoró en el mundo gracias a Europa, al esfuerzo que hizo por ser un país más en ella. Después siguió mejorando, pero gracias a América Latina.

Una vez lograda la convergencia con la UE, para el resto del mundo España era ya, simplemente, un país europeo más, incluso por debajo de la media, porque seguía arrastrando una imagen de atraso tecnológico. Lo que seguramente diferenció a España fueron las inversiones españolas en América Latina, que hicieron que ganase peso como potencia en la percepción internacional. Al menos, el análisis de la prensa europea así lo indicaría.

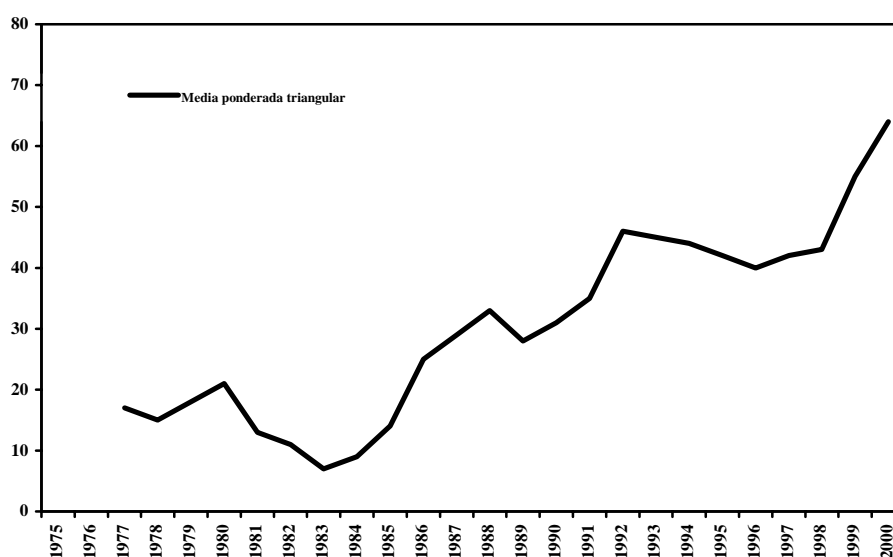
Pujol¹ analizó la cobertura dada a España en el semanario *The Economist* entre 1975 y 2000. La visibilidad de España aumentó hacia finales de los 90 por la inversión en América Latina. Entre 1975 y 2000 el valor de su índice de presencia en los medios pasó de un valor medio de 20 a uno de 60 aproximadamente (tres veces más, por lo tanto).

¹ F. Pujol Torras, “La presencia internacional de España a través de *The Economist* 1975-2000”, *Boletín Económico del ICE*, nº 2721, 4-10/III/2002, http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2721_09-17__1A89394B5F890791E8773FF7174C268B.pdf.

Hay varias fases en ese cambio. Entre 1975 y 1983, debido a la crisis, el valor del índice incluso disminuyó. Sin embargo, 1983 marcó el cambio de tendencia, con un crecimiento sostenido hasta el año 2000. En 2000, en comparación con otros países, España se situó en el noveno puesto, entre Canadá y Holanda, siendo los tres primeros EEUU, el Reino Unido y Alemania. Concluyendo, se puede hablar de una “radical transformación de la posición internacional española entre el inicio y el final del período. Si durante los años 70 su presencia era prácticamente marginal, ésta se hace usual y en muchos casos imprescindible a partir de los años 90” (Pujol, p. 15).

Figura 2.

Índice de presencia de España en la prensa económica internacional



Fuente: Pujol.

Esta presencia creciente de España en la prensa europea se debió fundamentalmente a las posiciones “reconquistadas” en América latina. En un número del año 2000, la edición europea de la revista *Business Week* se hacía eco de la fortaleza de la economía española y de las inversiones de sus empresas (Telefónica y el Banco Santander) en Latinoamérica. Según la revista, se habrían equivocado quienes pensaban que el futuro de la UE estaba en Frankfurt, Londres o París. Por las inversiones en América Latina “Madrid se está convirtiendo en la capital de la agresividad empresarial y el poder de influencia”, decía *Business Week*. Cuando más recientemente España ha “invadido” el fútbol, los aeropuertos y la banca británica, ya le precedía la fama. Se sabía que los españoles se habían curtido en el mercado latinoamericano, y eso les hacía aún más peligrosos.

Como ha subrayado Bastenier, hasta el desembarco de España en América Latina los europeos y norteamericanos no tomaron conciencia del poder y el potencial de España. “Desde los tiempos de Carlos III, España no inquietaba a nadie, e incluso su reinado fue sólo un modesto paréntesis en la decadencia. España había parecido durante siglos a los amos del mundo (los anglosajones, con esporádicas apariciones francesas) pintoresca, racial, reserva antropológica, salvaje, soleada, barata y, ya en la época paleodemocrática, nueva, fresca y atónitamente europea. Pero nunca (hasta entonces) inquietante”.

Los análisis del OPIEX del Real Instituto Elcano, en fechas más recientes, siguen indicando que cuando España aparece en la prensa internacional en términos de potencia siempre está asociada a América Latina.

Paradójicamente los españoles deberían incluso estar agradecidos a los ciudadanos latinoamericanos por reaccionar en su momento críticamente a la recolonización empresarial de los 90, independientemente de que la reacción fuese infundada o no, porque esta imagen de Pizarro regresando ahora en forma de capitalista –igual de cruel, aunque más civilizado porque el conquistador empleaba el dinero y no las armas– expandió el aura de poder duro de España entre las potencias mundiales. Una reacción menos hostil no le hubiese granjeado tanto respeto entre quienes no se escandalizan cuando tienen que usar la fuerza del dinero o de las armas para defender sus intereses, coincidan o no con los del resto de la Humanidad. Lo que es Leyenda Negra en Latinoamérica puede ser Leyenda Rosa en los países avanzados.

Conclusiones: Si se puede hablar de España como potencia cultural, hay que subrayar que no lo sería sin la contribución de América Latina. Y si se puede decir que España es percibida en el exterior como una potencia, también lo es por el papel de América Latina.

En otro momento habrá que analizar la contribución de España al poder blando de América Latina. Pero de momento, en definitiva, desde una visión menos onfalocéntrica – otros preferirán decir “poscolonial” o no etnocéntrica–, si España realmente quiere empezar a dialogar de igual a igual con América Latina, lo que urge es ya reconocer que precisamente le debe a dicha región, y al hecho de pertenecer a la Comunidad Iberoamericana de Naciones, buena parte de su poder blando y su buena imagen en el mundo. Los próximos bicentenarios de la Independencia parecen una buena ocasión para empezar a hacerlo.

Javier Noya

Investigador principal de Imagen Exterior de España y Opinión Pública, Real Instituto Elcano