



El bajo perfil de España en Estados Unidos

WILLIAM CHISLETT

La creciente importancia de la comunidad hispana en Estados Unidos (su número es superior a la población de España) y el consiguiente aumento del aprendizaje del español por los no hispanos están generando un sustancial flujo de relaciones e intercambios de tipo cultural y educativo. El español es con mucho la lengua extranjera que más se estudia en las escuelas de enseñanza secundaria y en las universidades de EE UU. España es el tercer país más popular del mundo, tras el Reino Unido e Italia, entre los estudiantes americanos que estudian fuera, y el programa Fulbright para España, iniciado en este país en 1958, es actualmente el tercero más grande del mundo, por presupuesto y número de estudiantes españoles que van a Estados Unidos y de americanos que van a España cada año, tras Alemania y Japón.

Sin embargo, dados estos factores, así como la historia compartida —España jugó un papel decisivo en la Revolución Americana de 1775-1783 luchando contra Gran Bretaña—, resulta extraña la escasa presencia en Estados Unidos de instituciones españolas dedicadas a promover la lengua, la historia y la cultura españolas, y para qué hablar de la visión unidireccional de la participación extranjera en la Revolución. Los niños americanos aprenden en la escuela quién fue el francés Gilbert du Montier, marqués de Lafayette, que luchó en la Revolución contra los británicos, pero poco o nada, por nombrar a alguien, sobre el español Bernardo de Gálvez, que fue gobernador de Luisiana, y cuyas tropas ocasionaron serios daños al poder naval británico en el Caribe y el Golfo de México, ayudando así

de forma indirecta a la causa de los rebeldes. Desde 2002, Lafayette es ciudadano honorario de los EE UU (si esta decisión se hubiera dejado para más tarde, probablemente no habría tenido lugar porque el presidente Chirac negó el apoyo a la invasión de Irak liderada por EE UU). Sólo seis personajes han recibido esta distinción (Winston Churchill es otro de ellos). Todo lo que Gálvez tiene es una ciudad en Texas que recuerda a su nombre (Galveston).

La presencia cultural española en Estados Unidos consiste básicamente en el Instituto Cervantes, con centros en Nueva York, Albuquerque y Chicago. El Instituto Cervantes empieza con una gran ventaja en Estados Unidos, pues de las 190 lenguas que hablan hijos de inmigrantes en las escuelas en zonas como Nueva York, sólo el español es tan universal como el inglés. Pero el Cervantes tiene un presupuesto global de sólo 60 millones de euros y 42 centros, frente a los 500 millones y 430 centros por todo el mundo del Instituto Francés y la Alliance Française, estando el francés en declive (180 millones lo tienen como lengua materna, frente a más de 350 millones el español).

Aparte del Cervantes, están la embajada en Washington y diez consulados incluyendo San

Juan (Puerto Rico). Pero la capacidad operativa de las instituciones oficiales con cometidos culturales son —para las dimensiones de Estados Unidos— de una insignificancia lastimosa. Y esto en un país con una larga tradición de hispanismo, que se inicia a finales del siglo XVIII, y con el reciente enfriamiento de las relaciones entre Madrid y Washington. España hoy sólo tiene unos 200 diplomáticos más que bajo Franco, número claramente insuficiente, si tenemos en cuenta que con Franco no había relaciones con muchos países.

Fue el escritor Washington Irving (1783-1859) quien llevó a España al gran público; su romántica imagen del país (toros, flamenco y gitanos) desafortunadamente persiste todavía hoy, aunque en los últimos 30 años pocos países han experimentado tantos cambios, y en todos los frentes —económico, político y cultural— como España. No se trata tanto de que la imagen de España sea especialmente negativa como de que el país sea un tablero en blanco.

Ya es hora de invertir más en crear una imagen más acorde con la realidad de España, y no hablo de gastar dinero en publicidad en la prensa americana como hizo, por ejemplo, el Gobierno de Navarra, que provocó la risa de los entendidos

cuando, en febrero, insertó un anuncio en la revista *Time Out* para difundir la participación de sus principales cocineros en la semana gastronómica de Nueva York. El anuncio estaba encabezado por las palabras "Spanish fly", expresión desafortunada que tiene, entre otros significados, el de la mosca mediterránea de la fruta que llevó a la prohibición de exportar tomates y cítricos españoles. Tendría que haber dicho "Spain flies/takes off" (España vuela/despega) o algo así. O la Junta de Castilla y León, que envió una misión a Nueva York, y al no poner España en su documentación promocional, mucha gente con conocimiento del español pensó que se trataba de algo que tenía que ver con un gobierno militar de América Latina, debido a la palabra Junta.

Lo que hace falta, por ejemplo, son más centros del Instituto Cervantes. Nada existe en Washington DC, la capital federal, aparte de un agregado cultural. Hay un proyecto de convertir la antigua residencia del embajador español en un centro del Instituto Cervantes, pero no es probable que se haga realidad, pues tiene un elevado coste y otras ciudades también aspiran a acoger una sede del Cervantes. El presupuesto del Cervantes es muy bajo, no ya para seguir abriendo cen-

tros al mismo ritmo que hasta ahora, sino para mantener con dignidad los existentes. Un centro en Washington sería la localización ideal para el retrato de cuerpo entero de George Washington pintado en 1796 por Josef Perovani para Manuel Godoy, que está en la Real Academia de Bellas Artes de Madrid, y pudiera ser el foco de una especie de museo que cuente la historia de España en Estados Unidos.

Una de las consecuencias económicas más preocupantes de la débil imagen de España en Estados Unidos es que, fuera de las pocas zonas donde el país es bien conocido, sus productos son frecuentemente identificados como procedentes de América Latina y no de Europa. Este es uno de los factores que hay detrás del bajo nivel de exportaciones españolas a Estados Unidos —el 4% del total, la mitad de las que van al vecino Portugal—. Es normal que se comercie más con los vecinos más próximos, pero lo que revela la debilidad de la situación española es que el Reino Unido, Alemania, Italia y Francia comercian mucho más con Estados Unidos en proporción a su comercio total. Las exportaciones españolas representan un insignificante 0,5% (0,7% en 1989) de las compras exteriores totales de Estados Unidos, una sexta parte de la cuota del Reino Unido, una cuarta parte de la francesa y una cuarta parte de la italiana. Ni siquiera los intentos de Aznar de arrimarse a la Casa Blanca levantaron las exportaciones, ni mucho menos el perfil de España allí.

William Chislett es autor del libro *España y Estados Unidos: en busca del redescubrimiento mutuo* (Real Instituto Elcano y Ariel).