CERVANTES EN OHIO

Algunas consideraciones inconexas sobre el español en Estados Unidos y otras paradojas

Alfonso Armada

«Verdaderamente, si bien se considera, señores míos, grandes e inauditas cosas ven los que profesan la orden de la andante caballería. Si no, ¿cuál de los vivientes habrá en el mundo que ahora por la puerta deste castillo entrara, y de la suerte que estamos nos viera, que juzgue y crea que nosotros somos quien somos?» (*El Quijote*, Miguel de Cervantes).

El desenfoque es recíproco. Lo que no sabemos es un eco de lo que no saben. Si ocurre entre Portugal y España, siameses engarfiados por la espina dorsal, ¿cómo no iba a ocurrir entre España y Estados Unidos?, con un muro liso de miles de leguas marinas entre ambas orillas y todo el estruendo de los medios de comunicación de masas, que no suelen acercarse ni un ápice a *La democracia en América* a la hora de explicar como Tocqueville lo que aquel mundo es. Las cifras del censo parecen incontestables, brillan con endemoniada luz en medio de la publicidad y el resplandor equívoco de las ciudades, de las aceras batidas por el cierzo, enmascaradas por la nieve, entristecidas por la lluvia, que, sin embargo, acaso siga siendo uno de los mejores atizadores de la conciencia, esa antigualla del siglo XIX. Los datos publicados el año pasado por la Oficina del Censo de Estados Unidos aseguran que «la población latina de la nación llegó a los 41,3 millones de personas el 1 de julio de 2004, sobrepasando el umbral de 40 millones por primera vez, de acuerdo con estimaciones nacionales por raza, origen hispano y edad dados a conocer». El 14 % de la población. Aunque pueda parecer paradójico a nuestros alguaciles, lexicógrafos y geógrafos sentimentales de guardia, «nación», en este caso, equivale a Estados Unidos. Además, «la tasa de crecimiento de 3,6 % entre las personas de origen latinoamericano en el período de 12 meses fue más del triple que la del total de la población (1,0 %)». Aunque las cifras se han movido desde entonces, porque está en la propia naturaleza (tanto de las cifras como de los seres) lo de no permanecer inmóviles durante mucho tiempo, conviene esgrimir en el primer párrafo de cualquier relato relativo a la hispanidad estadounidense la cautela de que no todos los latinos hablan español, ni mucho menos. Aunque no todos sufren la misma incomodidad que el padre de Ashley, portero (*doorman*) puertorriqueño, que cuando desembarcó en Manhattan, hace veinte años, experimentó en carne propia la discriminación, enterró su lengua materna y ahora ve, como señala el cubano Humberto López Morales, secretario general de la Asociación de Academias de la Lengua Española y catedrático de la Universidad de Puerto Rico, que el español empieza a ser una lengua de prestigio, e intenta deshollinar la tráquea de su memoria lingüística. Un cambio de tendencia de la que fueron pioneros los descendientes de cubanos en Florida, segundas y terceras generaciones, que han

descubierto que el dominio de dos lenguas, especialmente la española, es una ganzúa extraordinaria para el ascenso social. No conviene olvidar que hay unas 2.000 universidades estadounidenses que cuentan con departamentos de español, y muchos miles más de hispanistas volcados en analizar desde los intríngulis léxicos y sexuales del cine de Almodóvar a los entresijos del teatro de Lope. Hace tiempo que, entre la utilidad y el prestigio (dos variantes de la necesidad), el español se convirtió en Estados Unidos en la primera segunda lengua en universidades y escuelas de idiomas. Las cifras del mercado hispano son extraordinarias. Por ejemplo, las ventas de música latina (el término que la industria emplea para referirse a los discos en español) aumentaron un 12 % el año pasado en Estados Unidos, la única categoría del pop que experimentó un incremento, señalaba la revista *The New Yorker* en diciembre de 2005. La autora del reportaje, Sasha Frere-Jones, atribuía esa «vitalidad comercial» a tres elementos: RBD, un grupo de pop mexicano cuyos integrantes actúan en una popular serie de televisión; la cantante colombiano-libanesa Shakira, que despliega tantos estilos que «es una categoría musical en sí misma», y sobre todo el *reggaeton* («rapeo en español sobre ritmos derivados de la música jamaicana para pista de baile y salsa»), el primer género en español que se integra en la corriente principal del pop. Pero...

La escritora puertorriqueña Esmeralda Santiago, que se expresa en excelente español pero escribe sus novelas en inglés, considera un «espejismo» referirse a «comunidad latina» a cuenta de la «primera minoría», esos más de 40 millones de hispanos o latinos a los que se refiere la Oficina del Censo. Mientras desde España, tanto a izquierda como a derecha del espectro ideológico, se aprovechan todas las ocasiones para celebrar esa pica en ese otro Flandes al oeste del Atlántico, una suerte de «reconquista» del español, Santiago, autora de obras como *Cuando era puertorriqueña* o *Casi una mujer*, cree «difícil que el español se mantenga». Ella no se cansa de subrayar que «las diferencias entre cubanos, puertorriqueños, dominicanos, chilenos, ecuatorianos, colombianos y argentinos son inmensas. Pensar que porque hablan la misma lengua son lo mismo es un error». A pesar de que ella y muchos de sus amigos hablan en español, sus hijos y los amigos de sus hijos lo hacen en *spanglish* o en inglés. «La segunda generación ha perdido el español. Quieren integrarse en la cultura del país». Al profesor Isaías Lerner, argentino reimplantado desde hace décadas en Manhattan, donde sigue cultivando su pasión por los clásicos españoles en el Centro de Graduados de la Universidad de la Ciudad de Nueva York (CUNY), le parece un perfecto disparate «la manía de que el español lo domina todo» y, como Santiago, estima que el futuro de los que hablan español en Estados Unidos es «integrarse en el mundo anglosajón». Autor de una celebrada edición del *Quijote* en su país natal, recientemente reeditada, Lerner esgrime su desdén hacia toda prosopopeya para quitarle aire al zepelín de la lengua española en Estados Unidos. A pesar de las emisoras de radio y televisión, que cada vez adquieren mayor cuota de mercado (incluso a costa de canales anglosajones y en buena medida gracias a los culebrones: buena parte de su programación es envilecedora), de las publicaciones y de la publicidad, los rótulos y la música, la comida y lo que se escucha en toda suerte de establecimientos, amén, claro está, de la incesante llegada de inmigrantes, Lerner cree que lo mismo que padecieron comunidades fuertemente imbricadas, con sólidas tradiciones culturales, religiosas e idiomáticas, que se manifestaban en el culto, los hábitos culinarios, el teatro, los libros y periódicos, que se diluyeron en el magma anglosajón, los hispanos y lo hispano correrán la misma suerte: «Habrá una aportación muy intensa de los hispanos y lo latino al mundo anglosajón, lo que también contribuirá a un nuevo respeto a lo que tiene origen hispano. Pero no soy optimista sobre el futuro del español aquí». Él cree que mientras perdure el malestar económico y político en las naciones situadas al sur del Río Grande, y la «necesidad insaciable de mano de obra barata» que tiene la gran potencia, la continuidad geográfica de América seguirá propiciando la llegada masiva de inmigrantes con papeles y sin ellos. Pero ese flujo se puede cortar e, igual que el agua en el desierto, lo hispano puede llegar a diluirse en el continente anglo.

Informes elaborados por el Proyecto para la Excelencia en el Periodismo revelan que la circulación de los periódicos en inglés en Estados Unidos ha descendido un 11 % desde 1990, mientras que la de los diarios en español se ha triplicado y supera los 1,7 millones de lectores. «A

pesar de que hablamos el mismo idioma, no compartimos una sola cultura», advierte José Ignacio Lozano, nieto del periodista mexicano que fundó en 1926 el diario *La Opinión*, de Los Ángeles, hoy bajo el mismo paraguas empresarial —Impremedia LLC— que el más prestigioso periódico en español de Estados Unidos, *El Diario/La Prensa*, fundado en Nueva York en 1913. En Estados Unidos se editan más de 700 publicaciones periódicas en el idioma del paradójico caballero de la Triste Figura. De 14 diarios en 1990 se pasó en el año 2000 a 34, y de 440.000 lectores hace dieciséis años a 1,4 millones una década después. Hace cerca de dos años, el número de diarios era de 44 y el de semanarios 304. Según datos que ofrece Latino Print Network, la Red de Prensa Latina, las cabeceras en español recaudaron a lo largo del año 2004 la cifra de 854 millones de dólares. El incremento registrado desde 1990 se acerca al 700 %. Atentos a ese crecimiento exponencial, dos experimentados reporteros del *Wall Street Journal*, Edward Schumacher y Jonathan Friedland, montaron en 2004 una empresa para publicar cuatro diarios en español en el estado de Texas, donde la población hispana es omnipresente y el habla a menudo tiene acento de Comala. Son cuatro las ediciones de *Rumbo* (de lunes a viernes y a todo color): San Antonio, Houston, valle del Río Grande y Austin. Aunque Schumacher admite que el camino está lleno de obstáculos, también afirma que «siempre habrá inmigrantes alimentando este mercado». La revista *Bello* es una de las primeras publicaciones de lujo y gran estilo dirigida específicamente al mundo latino, orientada a lectores bilingües o que sólo se expresan en inglés, de ahí que toda ella esté escrita en la lengua de Walt Whitman. «Para aquellos de nosotros que estamos en el mercado hispano no es ningún secreto que éste es el siglo hispano en Estados Unidos», proclama Fernando Díaz, su redactor jefe. A pesar de que entre el año 2000 y el 2003 ha habido un 14,2 % de aumento en el mundo de las publicaciones en español y la circulación creció un 17 %, llegando a más de 42 millones de lectores, Kirk Whisler, presidente de Latino Print Network, cree que es equívoco el término 'prensa en lengua española': «Cada año, de 25 a 35 publicaciones en español se convierten en algún tipo de periódico bilingüe. Estas publicaciones seguirán a las audiencias a medida que el mercado cambia». Según una prospección que el instituto demoscópico Pew Hispanic Center realizó en 2004, «el porcentaje de latinos que leen periódicos y prefieren sólo publicaciones en inglés es tres veces mayor (un 62 %) que el de los que leen periódicos en español (21 %)».

Olvidemos los espejismos. ¿Nosotros somos quienes somos? Hubo un tiempo en que los novelistas aspiraban a ser un espejo a lo largo del camino. ¿Bastaría con eso hoy? ¿A lo largo de los bucles y carriles dobles de las autopistas, entre anuncios luminosos y reclamos dedicados a satisfacer nuestras necesidades reales o imaginarias? Es paradójico el recalcitrante antiamericanismo español (que acaso hinca sus raíces en el nunca superado episodio del *Maine* y el desastre del 98, liquidación final de un imperio), trenzado de tantas fascinaciones, que acaso quiere ver una revancha en el idioma español que tantos hablan en Estados Unidos. Pero España pinta mucho menos en Estados Unidos que México, que pinta poco. No somos ni cola de león ni cabeza de razón; en realidad, ni cola ni cabeza. Dejemos que sea Isaías Lerner quien con su inveterado escepticismo, pese a profesar tantas pasiones laicas, esgrima su voz ante el triunfalismo que periódicamente exhiben los políticos españoles al calor de la pujanza del español en Estados Unidos: «Pueden jugar a las muñecas, pero tarde o temprano tendrán que entender que la cultura no siempre pasa por la lengua». ■

Alfonso Armada ha sido corresponsal del diario español *ABC* en Nueva York entre 1999 y 2005.