

## Diez millones de escolares brasileños estudiarán castellano dentro de cinco años

La iniciativa del Gobierno de Brasilia genera grandes expectativas para las empresas españolas, en especial en el sector editorial

CÉSAR COCA MADRID

Lo dijo una vez Fernando Henrique Cardoso, siendo presidente: «Brasil es un país entre el español y el mar». Y puesto que el mar va a seguir ahí, Brasil ha decidido aprender español. En apenas cinco años, 10 millones de estudiantes de Secundaria lo tendrán como asignatura. A mediados de la próxima década, unos 30 millones de brasileños hablarán castellano con fluidez. La revolución del español se ha puesto en marcha en un país que según todos los pronósticos será una de las grandes potencias de este siglo. Las oportunidades económicas que se abren son tan grandes como las expectativas de aproximación entre culturas.

En el interés de Brasil por el español hay una fecha esencial: 1991, el año de constitución del Mercosur, una organización económica en la que también están Argentina, Paraguay, Uruguay y Venezuela, que se incorporó más tarde. El peso de Brasil en el Mercosur es muy grande, dado que su economía equivale a la suma del resto del continente, pero sus dirigentes pronto vieron que era conveniente compartir un idioma y que ese debía ser el español. No sólo porque Brasil tiene una tradición de décadas de cultura popular muy relacionada con la lengua de Cervantes, sino también porque a los habitantes de su país no les es difícil comprenderla, al menos en un nivel básico. Gráficamente, al portugués hablado en esa parte de América del Sur se le llama 'portunhol'.

El plan para extender el aprendizaje del español es muy ambicioso, pero pudo haberlo sido aún

más. La intención del Gobierno brasileño era introducirlo como asignatura obligatoria en el equivalente a la Secundaria. Sin embargo, la presión de los 'lobbies' inglés, francés y alemán y el hecho cierto de que iba a ser imposible disponer a medio plazo de un mínimo de 200.000 profesores para llevarlo a la práctica, rebajó el proyecto inicial. La ley finalmente aprobada

recoge la obligatoriedad de ofrecer la asignatura a los alumnos como optativa. Los ritmos de implantación serán fijados por los estados federados, que son los que tienen la competencia de aplicar la norma federal. El más importante en términos de población, Sao Paulo, ya se ha puesto en marcha, y ha firmado un acuerdo con el Instituto Cervantes para formar a 45.000 profesores, una operación financiada por el Grupo Santander.

La aproximación cultural y el negocio se dan la mano. Por eso, algunas editoriales españolas, y no sólo las especializadas en el

libro escolar, están presentes en Brasil. Santillana optó por comprar Moderna, una de las más importantes del país. SM ha preferido abrir una filial. Planeta, Océano y Anaya (aunque esta última forma parte del grupo francés Lagardère) también tienen filiales brasileñas. Todas ellas han tomado posiciones para atender las necesidades de esos diez millones de alumnos que

en breve deberán adquirir libros, diccionarios, cedés, DVD y otros materiales de aprendizaje.

### Un mercado difícil

«Las editoriales españolas estamos haciendo un esfuerzo para acceder a los concursos de compras públicas de material, pero no es fácil. Hay que tener experiencia en aquel mercado y adaptar muy bien el contenido de los libros a los requerimientos que se plantean», explica Antonio Navarrete, subdirector de SM y responsable del área internacional. Una dificultad añadida es la enorme diferencia que existe en el propio diseño del sistema educativo, en el que llama la atención que los autores de los libros de texto tienen gran relevancia (frente a la preponderancia de la editorial, que es aquí la norma) y que algunos sellos se dedican incluso a la gestión de centros escolares. Por eso, los hay que sólo publican con destino al mercado de compras públicas, y otros que lo hacen sólo para el particular, algo impensable en España, apunta Navarrete.

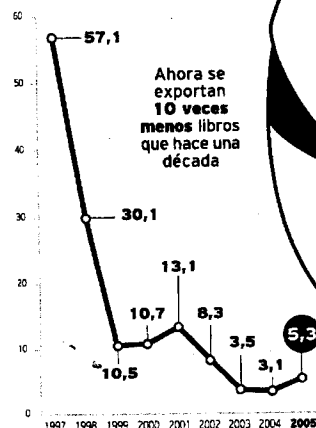
Además, el sector editorial brasileño está viviendo transformaciones importantes por la aparición de nuevos espacios en su mercado. Es la consecuencia más visible de la política seguida por los gobiernos de Henrique Cardoso y Lula da Silva, empeñados en reducir drásticamente el analfabetismo. Hoy quienes no saben leer son apenas el 13% de la población, mientras que a comienzos de los ochenta eran una cuarta parte. La presencia en el país parece imprescindible porque, hoy por hoy, las exportaciones son escasas. Antonio M. Ávila, director de la Federación de Gremios de Editores, explica la aparente contradicción que supone el interés creciente por el español y la caída de las ventas



Un 45% de los directivos de las grandes firmas de aquel país ya lo habla con soltura

### EXPORTACIONES DE LIBROS ESPAÑOLES A BRASIL

Cifras en millones de euros



Renta per cápita 8.560 dólares  
Un tercio de la española



ESTAMPA TÍPICA. Un hombre lee en una playa de Río de Janeiro. / REUTERS

de libros en esta lengua. «A mediados de los noventa hubo unos colecciones que tuvieron muchísimo éxito. Luego, se acabaron y las ventas volvieron a bajar». En 2005 se produjo un ligero repunte, basado sobre todo, comenta Ávila, en la difusión de libros técnicos entre los universitarios (se traduce mucho más al español que al portugués, y son más baratos que los editados en inglés) y en un apenas incipiente interés por la literatura española.

Con todo, las exportaciones a Brasil, 5,3 millones de euros en 2005, son una sexta parte de las que van a Italia y Francia y un cuarto de las que se dirigen a Portugal.

Ese mercado debe explotar y no sólo se preparan para ello las editoriales. El Instituto Cervantes, que apoya la instalación de éstas en el país, también está en plena fase de crecimiento. Hoy dispone de dos centros, uno en Sao Paulo y otro en Río. A comienzos de año abrierán

sus puertas cuatro más (Brasilia, Salvador de Bahía, Curitiba y Porto Alegre) y otros tres lo harán antes de que finalice 2007. Se trata, explican fuentes del Instituto, de tener una presencia muy visible en el país que, a medio plazo, contará con el mayor número de estudiantes de español en el mundo.

Pero no todo es cultura o aledaños de la misma. Uno de los efectos que siempre produce compartir una lengua es el aumento del interés por todo lo que atañe al país de origen, y aquí entran empresas de otros sectores. «El idioma nunca fue una barrera para hacer negocios entre nosotros, pero el mayor conocimiento del español facilitará mucho las cosas», vaticina Ibrahim Joao Elias, delegado del grupo MCC. De momento, según datos del Instituto Cervantes, el 45% de los directivos de las grandes empresas brasileñas habla razonablemente bien el castellano. En una generación, ese porcentaje debe ser muy superior.

#### Otras industrias

A finales de la pasada década y comienzos de ésta, España llegó a ser el primer inversor extranjero en Brasil, por efecto de la participación de algunas grandes empresas en el programa de privatizaciones. Pero ese hecho no se traduce en un gran aprecio por los productos 'made in Spain'. Coinciden en ello Elias y Koldo Saratxaga, un directivo con gran experiencia en aquel país -acumulada en su etapa en la cooperativa Irizar, de la que fue coordinador general- y lo avalan las cifras: pese al importante contrato de Gamesa para suministrar componentes aeronáuticos a Embraer, España vende a Brasil la mitad de lo que le compra. Otro dato ilustrativo: en lo que va de 2006 y pese a su gran potencial, Brasil ocupa el lugar 25 en la lista de clientes españoles, con unas exportaciones inferiores a las que se han dirigido por ejemplo a Argelia.

La industria española está obligada, por tanto, a exprimir la ventaja que supondrá en el futuro el amplio conocimiento del idioma.

## Por el camino inverso

La lista de cantantes y autores brasileños que triunfan en España es extensa

c. c.

El contacto entre dos culturas supone siempre flujos de ida y vuelta. El español es una lengua con muchos más hablantes que el portugués y su valor económico resulta sin duda superior, pero son muchos los nombres de la literatura y la canción brasileñas (las dos disciplinas que trabajan directamente con la materia prima del idioma) que tienen un gran éxito en España.

El representante más conocido de las letras brasileñas es, sin ninguna duda, Paulo Coelho. Este escritor, residente en Francia desde hace bastantes años, convierte cada uno de sus libros, una mezcla en proporciones variables de narración y ensayo, en grandes éxitos a escala planetaria. En un registro diferente, y tras la desaparición de Jorge Amado, los autores más leídos en Espa-

ña son Nélida Piñón, descendiente de españoles y ganadora del Príncipe de Asturias el año pasado; y Rubem Fonseca, que ha mostrado de forma descarnada la violencia social que domina las grandes ciudades de aquel país.

En el campo de la canción, el catálogo es bastante más amplio. Una generación de españoles, los que ahora tienen algo más de 50 años, se educó sentimentalmente con las canciones de Tom Jobim, Joao Gilberto y Vinicius de Moraes. Con unas raíces que se han agrupado bajo la denominación genérica de 'tropicalismo', Gilberto Gil (el ministro de Cultura del Gobierno de Lula da Silva), Caetano Veloso y Chico Buarque han tenido grandes éxitos. Una canción de Martinha, 'Eu daria minha vida', fue un himno en los setenta; Maria Bethania y Milton Nascimento son músicos de culto muy reconocidos en España y Roberto Carlos ha batido récords de ventas.

El cine ha tenido una relevancia mucho menor, aunque en los últimos años los filmes de Walter Selles y Fernando Meirelles han gozado de muy buenas críticas.



Coelho, en la catedral de Vitoria. / SURIA COZZA, ET

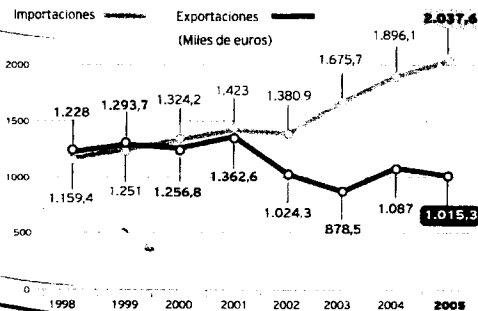
## La culpa la tuvo el bolero

Brasil vivió durante décadas de espaldas a la cultura hispana. Pero eso cambió radicalmente cuando en 1941 llegó a Río de Janeiro Agustín Lara, acompañado por Ana María González, quien interpretaba sus canciones. Durante tres meses, como cuenta Tony Évora, Lara vivió una verdadera apoteosis y el bolero se instaló en Brasil. Sus temas se escuchaban en la radio, se bailaban en bares de lujo y fiestas familiares, se cantaban en la calle, y todo el mundo lo hacía con las letras en español.

Tras Agustín Lara llegaron al país otros autores e intér-

pretos de boleros, en su mayor parte procedentes de México: Toña la Negra, Jorge Negrete, Pedro Infante, Los Panchos... Sólo años después comenzaron a escucharse boleros en portugués, en las voces de Maria Bethania, Elis Regina, Tom Jobim, Chico Buarque, Caetano Veloso y Roberto Carlos. Uno de los más célebres de todos los tiempos, 'Caminemos', inmortalizado por Los Panchos, fue creado por un brasileño, Heriberto Martins, y adaptado al castellano por Alfredo Gil. Muchos años antes de que el Gobierno de Lula da Silva lo impulsara, el bolero tuvo la culpa de que los brasileños comenzaran a familiarizarse con el castellano.

### COMERCIO EXTERIOR DE ESPAÑA CON BRASIL



«Lo que a ellos les mueve a aprender castellano es vender más en los mercados que les rodean, pero la industria española debe aprovechar para aumentar sus exportaciones», sostiene categóricamente Saratxaga. El reto está en no dejar pasar una oportunidad histórica. Y en no caer

en la trampa de los 'falsos amigos': conveniría que ningún empresario español presumiera en Brasil de poder ofrecer productos de calidad 'exquisita', porque esta palabra significa allí justo lo contrario que para nosotros. De ahí la importancia de compartir un idioma.