

◆ DR. JORGE GRUNBERG

El Uruguay y el inglés

Estamos por cumplir una década de crecimiento económico ininterrumpido. ¿Estamos bien encaminados para transformarnos en un país desarrollado? Los enormes ingresos de estos años no fueron despilfarrados pero tampoco fueron invertidos estratégicamente. Debemos formular una estrategia nacional efectiva para diversificar y aumentar el valor de nuestra producción o esta década habrá sido una oportunidad perdida. La experiencia internacional y las características de nuestro país señalan que nuestra mejor estrategia es transformarnos en un país productor de conocimiento. Para alcanzar esta meta debemos, entre otros objetivos, atraer inversión extranjera calificada.

La inversión extranjera es en general positiva para el país, pero no todas las inversiones son igualmente positivas. Las inversiones calificadas apuntan a producir bienes o servicios con alto contenido de conocimiento, generan empleos estables de alta remuneración y mejoran la competitividad de todo su sector educando a sus técnicos, ejecutivos y proveedores y a sus propios competidores locales. Inversiones calificadas son por ejemplo laboratorios de investigación y desarrollo tecnológico, oficinas regionales de dirección (headquarters), centros de logística, grupos de diseño, complejos de adaptación o producción de contenidos o plantas de producción de alta complejidad. Nuestro país recibe muy poca inversión extranjera calificada, la mayor parte se ha

volcado a brindar servicios al mercado local o a explotar recursos naturales. Las empresas que eligen dónde realizar inversiones calificadas se guían por la calidad de los recursos humanos. Se fijan en la disponibilidad de personas con postgrados en áreas como computación, matemática, química, diseño o gerencia y por la cantidad de personas que dominen las lenguas que necesita la empresa.

La globalización e Internet han transformado el dominio del inglés en un requisito más de la alfabetización, en una herramienta como leer o escribir. El inglés se ha vuelto indispensable para seguir los avances científicos y publicar. Por ejemplo, las revistas oficiales de la Asociación Económica de Alemania y de España se publican desde hace ya años en inglés. El inglés es indispensable para importar o exportar bienes o servicios, para hacer carrera en cual-

quier organización o empresa internacional o para participar del mundo del arte o de la creatividad.

En nuestro país tenemos grandes carencias de dominio del inglés que explican en buena parte por qué no atraemos inversiones calificadas. El índice internacional de nivel de inglés EF EPI 2012 (English First English Proficiency Index), ubica a nuestro país en la categoría "nivel bajo" (puesto 26 en 54 países). Los países con los que debemos competir si queremos transformarnos en un país productor de conocimiento, están en mejor posición que nosotros. Por ejemplo Finlandia en el puesto 4, República Checa en el 11, Singapur en el 12 o Corea del Sur en el 21. Esto explica en parte que por ejemplo Google o LinkedIn eligieron Singapur, uno de los países más pequeños de Asia, para instalar sus oficinas regionales. Es interesante notar que al igual que en otras áreas de la educación uruguaya, el aprendizaje del inglés en nuestro país es muy desigual. Mientras que los promedios uruguayos de dominio del inglés son bajos, los resultados del examen internacional TOEFL, que rinden en general alumnos de medio o alto poder adquisitivo que aspiran a estudiar en universidades norteamericanas, muestra a los estudiantes uruguayos con un dominio de inglés similar al de los países con mejores calificaciones.

Con relación a la enseñanza escolar del inglés, los expertos consideran que en entornos de inmersión parcial los alumnos deben tener al menos 8 años de enseñanza de esa lengua. En nuestro país la dedicación al inglés en la enseñanza pública se ha reducido en los últimos años, en parte por un déficit de docentes (aunque en el marco del Plan Ceibal se realizan algunas experiencias innovadoras al respecto). Algunos líderes políticos no ven al inglés como una herramienta de desarrollo para el país y una ventaja cultural y laboral para los ciudadanos. Lo ven como un privilegio de clase. Por ejemplo, responsables del Ministerio de Relaciones Exteriores explicaron en el Parlamento en mayo de 2013 que eliminaron el requisito de inglés para el ingreso a la carrera diplomática "porque las vacantes no se llenaban" y agregaron que eso era una medida "democratizadora". Es comprensible que el Ministerio tenga que llenar sus vacantes, pero no se pueden negociar convenios comerciales, leer y escribir tratados o defender derechos de uruguayos en el exterior sin dominar el inglés. Esta situación debería estimular a la Cancillería a ayudar a catalizar una política de estado de enseñanza del inglés, no a renunciar a buscar aspirantes calificados. La verdadera medida democratizadora es asegurar el acceso efectivo al aprendizaje del inglés a todos.

Los próximos años serán la gran prueba para nuestro liderazgo. Podemos transformar esta década de crecimiento en una nueva etapa de desarrollo para el país o en otro de los ciclos positivos pero efímeros que hemos visto en el pasado. Nuestra obligación como ciudadanos es exigir propuestas y apoyar las más acertadas y a quienes sean más capaces de implementarlas.



Tenemos carencias de dominio del inglés que explican en buena parte por qué no atraemos inversiones calificadas.