

Anglo celebra 70 años asociada a la Universidad Cambridge, aunque es “mucho más que un instituto de lengua”, dice su director general

Es una “época espectacular para enseñar y para aprender inglés”

“El mejor momento para aprender inglés es hoy”. Así es como Gerardo Valazza, director general del Instituto Cultural Anglo-Uruguayo, invita a que las personas se acerquen al centro para comenzar o profundizar sus estudios de ese idioma. Este año la institución cumple 70 años asociada a la Universidad Cambridge, cuando en 1948 fue la primera en impartir los exámenes internacionales de inglés que hoy son certificados por la mayoría de los institutos.

“Somos mucho más que un instituto de lengua”, resalta.

—¿Qué significa para el Instituto Anglo cumplir 70 años del vínculo con la Universidad de Cambridge?

—Es un orgullo el estar vinculados con una universidad que tiene el prestigio de Cambridge. Hoy uno busca rankings de universidades a través de cualquier sistema que las evalúe y la de Cambridge siempre va a estar entre los primeros cinco lugares entre las de todo el mundo. Entonces, este vínculo de 70 años es para el Anglo un honor y habla también de que en el Anglo las cosas se han hecho bien, con compromiso por los exámenes, sobre todo con mucho profesionalismo. Hoy los exámenes son muy conocidos, se hacen en muchos centros, pero el Anglo en 1948 tuvo la visión de traerlos por primera vez al país y también se rinden dentro del Estado, porque ANEP también es un centro. Son alrededor de 20.000, que en una población de tres millones de personas es un examen cada 180 habitantes, y en ese ratio Uruguay es el número uno de la penetración en los exámenes de Cambridge.

—¿Se ha incrementado el acceso al inglés en los últimos años?

—Sí. En los últimos años ha habido datos en cuanto a que el nivel de inglés estaría bajando, pero no lo compartimos para nada. Cada vez son más colegios donde los chicos pueden aprender el idioma, son más los que rinden los exámenes, son más los que llegan a niveles más avanzados, por lo no puede estar bajando el nivel de inglés en el Uruguay. Está aumentando. Con la cantidad de colegios, algunos bilingües, algunos que apuntan a serlo y otros no tan bilingües pero que van aumentando la carga de inglés, en

el futuro vamos a tener un Uruguay mucho mejor preparado en cuanto al nivel de inglés para lo que son los temas laborales e integrarse al mundo globalizado en el que vivimos.

—¿Por qué cree que se ha dado este incremento? ¿Qué cambios ha habido?

—Es la concientización que hay hoy en la gente respecto a la necesidad del inglés. Si bien está el concepto de que el adolescente viene porque está obligado, yo creo que hay una concientización a nivel país. El hecho de tenerlo en los colegios o en el sector público con programas como Ceibal en inglés, lo ha difundido mucho más. Por un lado, eso nos plantea el desafío de seguir vigentes como una institución que está hace 85 años y que tiene que renovarse. Pero por otro lado, facilita el camino, porque todo el mundo sabe que hoy la alfabetización no pasa solamente por leer y escribir. Ahora también pasa por aprender inglés y por las tecnologías informáticas. Son las dos herramientas que se necesitan si se quiere ser alguien en este mundo.

—¿Hay más facilidades en el acceso que antes?

—Hoy hay mucho más acceso a través de la tecnología. La cantidad de recursos que se tienen hoy para aprender inglés es fantástica. Vivimos en una época espectacular para enseñar y para aprender inglés. Cuando yo estudiaba inglés, Internet no existía y yo trataba de sintonizar la BBC de Estados Unidos o conseguir algún casete. Ahora tenés una infinidad de plataformas, sitios web, podés bajar aplicaciones para practicar inglés. Para los que enseñamos inglés, el desafío es justamente motivar a la gente para que haga mejor uso del idioma con todas esas herramientas.

Antes se podía asistir a un curso presencial de 80 o de 160 horas, pero es mucho más lo que se puede hacer por fuera del aula. Se puede estar conectado 24 horas, siete días a la semana. Ahí está la clave. Con la enseñanza del inglés no hay misterio; hay un montón de metodologías, pero el aprendizaje pasa por el contacto con la lengua. Que leas, que escuches, que hables y que escribas. Pasa por el contacto. Lo que hay que hacer es aumentarlo.

—¿Cómo se logra eso?

—Hay dos formas. Nuestros cursos son básicamente presenciales, pero con un componente a distancia interesante que permite incrementar las horas y estudiar cuando el alumno quiera. Por un lado, es integrando



Hoy hay más conciencia de la importancia de saber inglés, afirma el director del Anglo

con lo que es la currícula esas herramientas digitales y mostrarle al alumno cómo utilizarlas y luego guiarlo.

—¿Cambió el perfil de los alumnos?

—El Anglo, en sus comienzos, fue un instituto básicamente con niños y jóvenes. Hoy ya no sucede porque los niños y los jóvenes están en los colegios. Hoy un tercio de nuestros alumnos son adultos, que vienen porque saben que lo necesitan laboralmente. Otro tercio son estudiantes avanzados, que preparan el CAE o el Proficiency, es decir, alumnos que vienen con un determinado nivel de inglés que lograron en los colegios y apuntan a más. Hay más gente llegando a niveles más altos. Ya hay lugares que están pidiendo más nivel, y para diferenciarse es aconsejable apuntar al Advanced (Certificate in Advanced English), que permite estudiar, hacer cursos de posgrado en universidades o radicarse en países donde se habla inglés.

En el interior todavía siguen siendo los niños y jóvenes los más importantes, porque quizás hay menos alternativas de colegios, aunque también es un movimiento que sabemos que está comenzando.

—¿La época actual es el mejor momento para aprender inglés?

—El mejor momento para aprender inglés es ahora. Estés en el nivel que estés, ya sea para aprender o para mejorarlo, el momento es hoy. Es una invitación, independientemente de la edad, de acercarse al Anglo para ver qué nivel tienen, qué posibilidades tienen en cuanto tiempo. Eso de que aprendo en un mes... Se precisa tiempo. Hay un montón de posibilida-

des hoy para aprender. Veamos cuál es la mejor para cada uno, porque la realidad de cada uno es distinta y hoy las posibilidades pueden ser a medida.

—¿Qué ofrece el instituto más allá de la en-

secundaria hasta cuarto año. Después abrimos un segundo colegio en el Centro solo con inicial y primaria. Sumando los dos, estamos llegando prácticamente a 800 alumnos.

De hecho, se ha considerado abrir colegios en otros lugares del interior. Pero hay que tener en cuenta esta reputación y prestigio de los 85 años y los 70 años con Cambridge.

Generalmente se asocia al Anglo con la enseñanza del inglés, pero no se lo asocia con el deporte, y es donde estamos invirtiendo fuertemente también. “Compramos 10 hectáreas en Camino Carrasco y Bolivia, a pocas cuadras del colegio, y vamos a empezar a utilizarlo para darle más fuerza a lo que es el deporte.

—¿Qué contribución hace la institución a la difusión de la cultura británica?

—Transmitimos la cultura británica ya sea a través del colegio, a través de la enseñanza del inglés o con un programa cultural de obras en inglés para chicos o pa-

ra adolescentes. Tuvi- mos este año *Alicia en el País de las Maravillas* y *20.000 leguas de viaje submarino* y pasaron por las salas del Anglo alrededor de 13.000 chicos. Ahora se están celebrando 200 años de la novela *Frankenstein*, de Mary Shelley, y vamos a tener charlas, con motivo de los 100 años de la finalización de la I Guerra Mundial y sobre el rol de la mujer durante la guerra. Ofrecemos además capacitación para empresas, formación docente, consultoría para colegios.

Somos una institución que se encuentra en 48 centros del país, difundiendo la cultura británica por un montón de canales.

—¿La idea es que se deje de asociar al Anglo como solamente un instituto de inglés?

—No solo hay que serlo sino también parecerlo. Está en nosotros hacer más visible que somos mucho más que un instituto de lengua. Hoy la Embajada británica nos ve como el primer socio de difusión de la cultura.

Columna

Consortios empresariales y concertación política

por Guillermo Sicardi

Hace ya cinco años, el 12 de setiembre de 2013, escribí la columna ¿Competencia o competencia?, donde contaba la historia de un uruguayo que emigró a Francia, creó su empresa y la fue haciendo crecer. Era de porte medio localmente, pero pequeña para competir internacionalmente.

Consciente de que no podía enfrentar a los alemanes, japoneses o chinos si lo hacía solo, decidió aliarse con sus propios competidores locales, en un esquema de “cooperación” (competir localmente y cooperar internacionalmente). Fueron lo suficientemente inteligentes como para mantener sus individualidades y, a su vez, cooperar y crecer en conjunto.

El resultado fue sorprendente. No solo el consorcio creció, sino que crecieron todas las empresas que lo integraban. Lo hicieron en volumen de ventas, en mejora de procesos, en calidad de productos y también en calidad de vida.

En una de sus visitas a Uruguay, trató de convencer a sus colegas empresarios de que el modelo de “cooperación” que había sido exitoso en Francia, podría funcionar en Uruguay, ya que somos un país chico, con empresas chicas, las cuales por sí solas apenas les da el combustible para dar una vuelta por el bario del Mercosur.

Pero se encontró con una muralla de paradigmas, celos y mentalidad de escasez. Lo intentó varias veces, aunque sin éxito. La aldea pudo más que el mundo global. Se volvió a Francia y siguió creciendo allá, no acá.

Esta situación vuelve a repetirse ahora a nivel de nuestra clase política: la oposición pone muchos peros para ir por una “concertación” donde todos voten bajo un gran lema, y parece que prefiere ser “cabeza de ratón, que cola de león”. Y nunca se vio que uno, ni mil ratones sueltos, vencieran a un tigre.

Para ser exitoso, un consorcio empresarial requiere que sus miembros establezcan claros objetivos comunes, que tengan en la misma visión del negocio en el mediano plazo y la paciencia necesaria para ver los frutos. En materia política es similar. Hoy el mundo se divide en dos grandes bloques: socialistas, estatistas o progresistas de un lado y republicanos más liberales promercado por el otro. Como bien lo explica Michael Porter, las “estrategias al medio” nunca funcionan.

Para hacer los cambios que el país demanda, no bastará con un “gobierno de coalición” (cuyo compromiso siempre es frágil). Si realmente quieren terminar con el monopolio de Ancap, cerrar AFE, destapar los negociados con Venezuela y terminar con los privilegios de empleados públicos y sindicalistas enquistados en el poder, van a tener que actuar como un bloque sólido.

Si aun actuando separados llegan al gobierno, se darán cuenta de que una cosa es tener los cargos y otra muy diferente tener el poder. Y para poner a Uruguay en el sitial de los países de primera, se va a requerir de mucha convicción y de mucho poder.