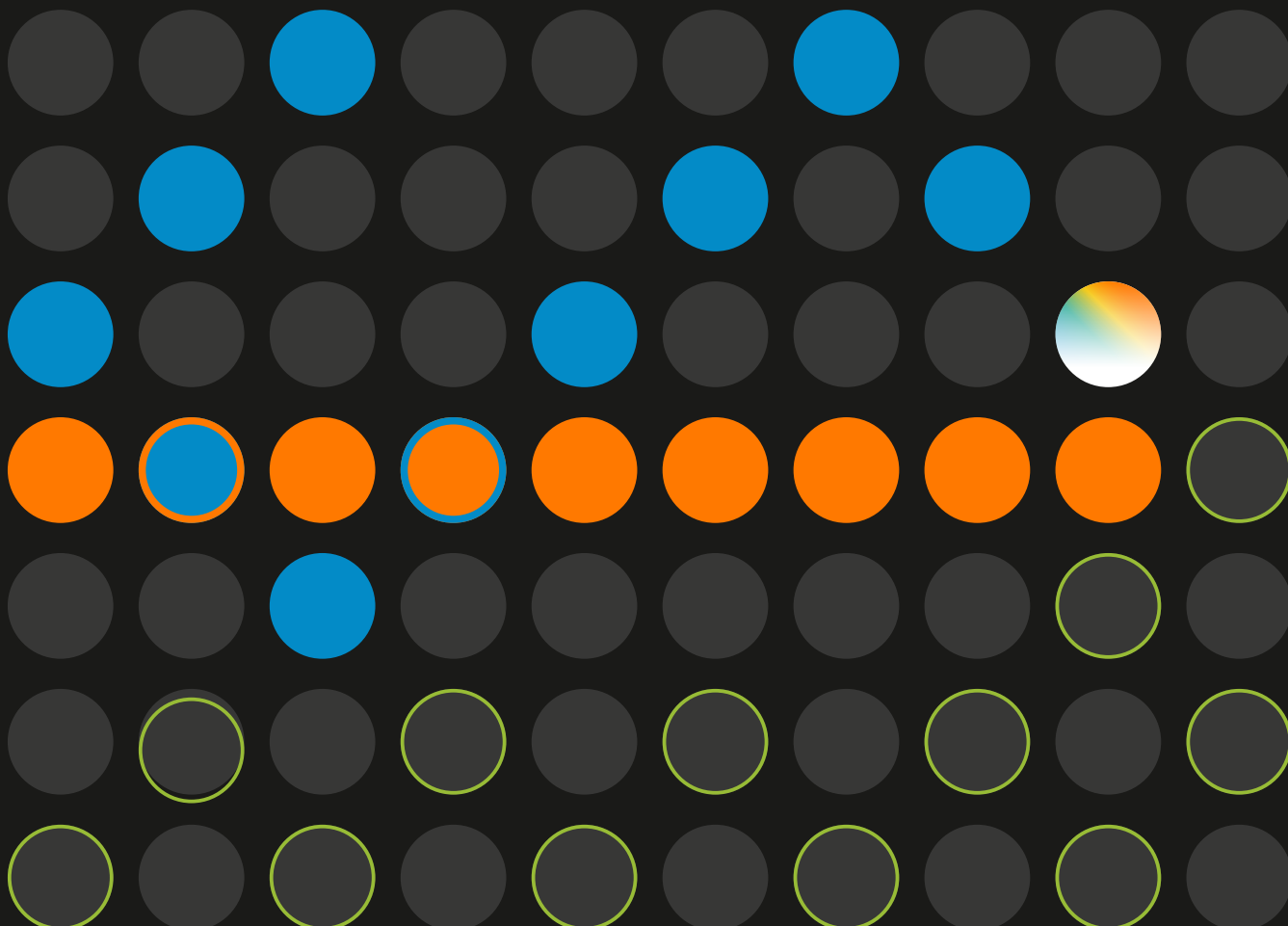


Descubre cómo cada estructura lingüística relaciona conceptos de manera distinta y da forma a nuestra percepción



Índice

Introducción: el rol del lenguaje en el día a día, su evolución y flexibilidad	2
El multilingüismo y sus ventajas cognitivas	3
A. Cómo las lenguas transforman la percepción	3
B. El impacto del multilingüismo en la creatividad, la flexibilidad y las habilidades sociales	3
C. El valor del multilingüismo en el entorno laboral	4
Conexión entre el lenguaje y el pensamiento: teorías	5
A. Johann Gottfried Herder: el origen y la unidad del lenguaje y el pensamiento	5
B. Wilhelm Von Humboldt: el lenguaje como clave de nuestra visión del mundo	6
C. Sapir-Whorf Hypothesis: relativismo y determinismo lingüístico	7
D. Lera Boroditsky: investigación actual sobre la influencia del lenguaje	7
El poder del lenguaje: cómo moldea la sociedad e influencia la percepción	10
A. Influencia en la política	10
B. El lenguaje en la publicidad	11
Conclusión y perspectiva	11
Fuentes	12

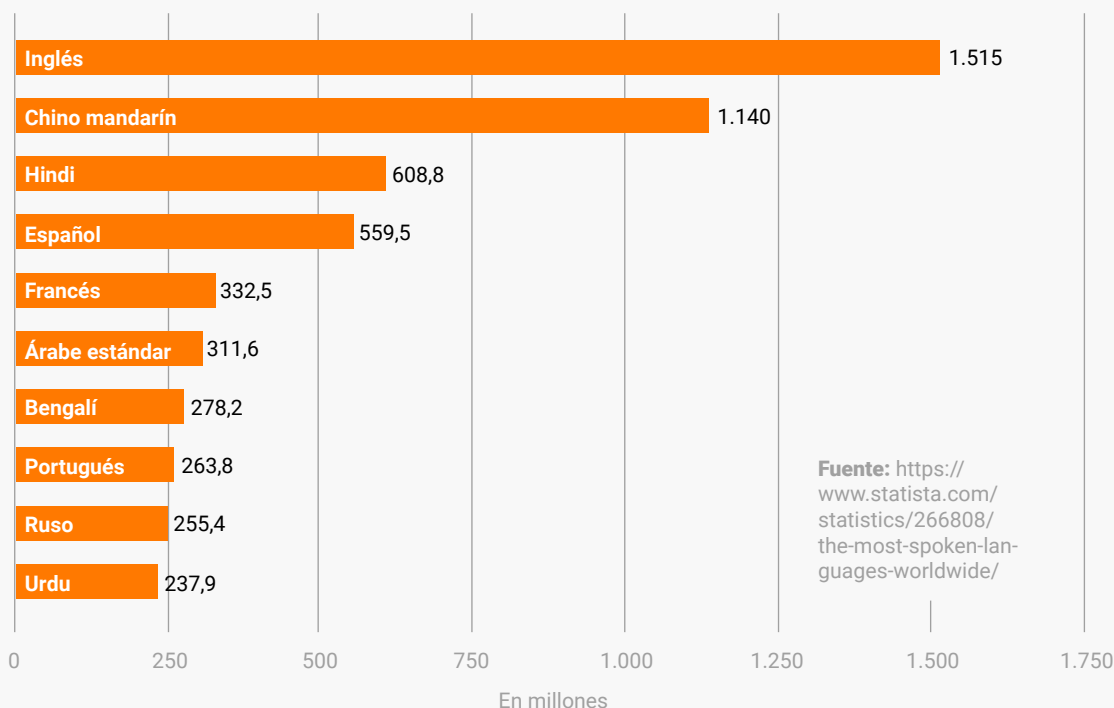
Introducción

La lengua es nuestro medio de comunicación principal y nos permite **expresar nuestros pensamientos y emociones, intercambiar conocimientos y conectar con los demás**. Se hablan alrededor de 7.000 lenguas en todo el mundo, y solo 23 de ellas representan a más de la mitad del total de los hablantes del mundo. El inglés es el idioma más hablado, seguido del mandarín y el hindi.

Aproximadamente el 40% de todas las lenguas se encuentran en peligro de extinción. Las lenguas minoritarias e indígenas, que se suelen hablar en comunidades pequeñas, son especialmente vulnerables. A medida que estas lenguas van desapareciendo, perdemos palabras únicas e intraducibles, palabras que abarcan conceptos difíciles de transmitir en otros idiomas. Por ejemplo, la palabra alemana **"Schnapsidee"**, que hace referencia a una idea impulsiva o poco práctica, a menudo concebida bajo los efectos del alcohol. En japonés, **"tsundoku"** designa el hábito de comprar y acumular libros sin leerlos. Son términos que forman parte intrínseca de las culturas que los acuñaron, detrás de los cuales hay historias únicas, valores y formas de ver el mundo y cuyo significado no es fácil de captar si desaparece esa lengua.

Por ello, las lenguas son mucho más que una herramienta de comunicación: encarnan **cultura, tradiciones, valores y perspectivas**. Tienen un carácter fluido, que evoluciona en el tiempo y tienden a mezclarse entre sí. Más de la mitad de la población mundial habla más de un idioma, lo que les ofrece una visión hacia múltiples culturas; perspectivas que solo pueden entenderse a través del lenguaje. Pero ¿hasta qué punto el lenguaje da forma a nuestros pensamientos? ¿Cómo influye el multilingüismo en nuestra perspectiva sobre el mundo? En este whitepaper exploramos **cómo afecta el lenguaje a nuestra cognición, visión del mundo y vida cotidiana**. Mediante el examen de las estructuras lingüísticas, el multilingüismo y la interacción entre lengua y pensamiento, descubriremos cómo el lenguaje no solo refleja, sino que también configura nuestras realidades.

Número de hablantes por lengua en 2023 (en millones)



El multilingüismo y sus ventajas cognitivas

Hablar varias lenguas ofrece beneficios que van más allá de ampliar nuestras perspectivas laborales y facilitar nuestros viajes. También proporciona ventajas cognitivas importantes que mejoran la percepción, la creatividad y las habilidades sociales.

A. Cómo las lenguas transforman la percepción

La cuestión de cómo el multilingüismo influye en el pensamiento ofrece una visión fascinante de la cognición humana. Hay estudios que sugieren que la visión del mundo de una persona multilingüe puede cambiar dependiendo del idioma que emplee. Incluso las respuestas y prejuicios más básicos pueden cambiar según la lengua en la que se formule una pregunta. Carlomagno reconoció célebremente el profundo impacto del multilingüismo al afirmar: *“Conocer una segunda lengua es poseer una segunda alma”*.

B. El impacto del multilingüismo en la creatividad, la flexibilidad y las habilidades sociales

Los individuos multilingües no sólo adquieren una “segunda alma” en sentido metafórico, sino que también muestran diferencias neurológicas distintivas con respecto a los hablantes monolingües. Los escáneres cerebrales revelan que el multilingüismo mejora la capacidad del cerebro para procesar tareas complejas. Un estudio de la Comisión Europea confirma que el multilingüismo influye positivamente en **la creatividad, el aprendizaje, las habilidades sociales, la flexibilidad mental y las competencias de comunicación**. Estos rasgos amplían el acceso a la información y contribuyen a una comprensión más completa del mundo. .

Además, el multilingüismo está relacionado con **beneficios para la salud**. Según las investigaciones, hablar varias lenguas puede ralentizar la aparición de enfermedades



Conocer una segunda lengua
es poseer una segunda alma.

– Carlomagno (768 – 814)



neurodegenerativas como la demencia. Al parecer, lo que se requiere cognitivamente a la hora de aprender y emplear distintos idiomas hace más resiliente al cerebro frente al envejecimiento.

C. El valor del multilingüismo en el entorno laboral

El multilingüismo desempeña un papel crucial en el mundo de los negocios, que va mucho más allá del simple dominio de idiomas. Abarca la capacidad de comprender y sortear las **diferencias culturales**, lo que mejora la colaboración con socios y clientes internacionales, una ventaja esencial en la economía globalizada actual.

Los estudios demuestran que las personas que hablan varios idiomas suelen ser **más empáticas**, ya que pueden regular mejor sus emociones y adoptar más fácilmente diferentes perspectivas. Estas cualidades no sólo **refuerzan las relaciones interpersonales**, sino que también contribuyen a crear un entorno de trabajo positivo e integrador.

Desde una perspectiva empresarial, el multilingüismo ofrece a las organizaciones una ventaja competitiva. Las investigaciones científicas indican que el cerebro de las personas multilingües funciona de forma más eficiente y permite resolver problemas e **innovar** más rápidamente.

Los colaboradores que hablan varias lenguas pueden servir de ayuda a las empresas para **expandirse a nuevos mercados, fomentar la creatividad y mantener una presencia global sólida**. En un mundo interconectado, el multilingüismo es un **factor clave** para aprovechar nuevas oportunidades y superar desafíos.

INFOGRAFÍA

¿Tu organización se basa en el aprendizaje?

DESCARGAR



Conexión entre lenguaje y pensamiento: teorías e investigaciones

El lenguaje lleva tiempo siendo tema central de investigación en filosofía y ciencia. Los académicos y pensadores de estas áreas han explorado varios aspectos del lenguaje, incluyendo sus orígenes, significado e impacto. Muchos también han investigado la compleja relación que existe entre el lenguaje y el pensamiento, centrándose en cómo el lenguaje **da forma a la cognición humana y cómo influye en la percepción**.

A. Johann Gottfried Herder: el origen y la unidad del lenguaje y el pensamiento

Johann Gottfried von Herder (1744-1803) fue un filósofo y escritor alemán que estuvo muy relacionado con figuras clave de la filosofía y la literatura de su época, como su maestro Immanuel Kant. Una de sus principales líneas de investigación fue el origen del lenguaje. En 1772, publicó "Versuch über den Ursprung der Sprache", *Ensayo sobre el origen del lenguaje*, en el que exploraba **por qué existen las lenguas** y qué constituye su esencia. Sus ideas tuvieron una gran influencia en otros filósofos que le sucedieron como Wilhelm von Humboldt y siguen formando las bases de la investigación lingüística hoy en día.

Herder consideraba inseparables el lenguaje y la existencia humana. Sostuvo que el pensamiento y el lenguaje debieron desarrollarse juntos, ya que uno no puede existir sin el otro. En su opinión, **el lenguaje y el pensamiento tienen una relación recíproca**: el pensamiento es imposible sin el lenguaje, y el lenguaje no puede existir sin el pensamiento. Esta simbiosis, según Herder, es un aspecto fundamental de la naturaleza humana.



El pensamiento no es posible sin el lenguaje, y el lenguaje no existe sin el pensamiento

– Johann Gottfried von Herder (1744–1803)

También subrayó que el pensamiento consciente es la única herramienta verdadera de la humanidad para desenvolverse por el mundo natural y que este se expresa a través del lenguaje. Sus teorías cuestionaban la idea de que el lenguaje tuviera un origen divino y ofrecían, en cambio, una perspectiva naturalista de su desarrollo.

B. Wilhelm Von Humboldt: el lenguaje como clave de nuestra visión del mundo

El intelectual alemán Wilhelm von Humboldt (1767-1835) fue un lingüista y político que dedicó su vida a la literatura, la política, el arte y la educación. Fue uno de los primeros en reconocer la importancia cultural del lenguaje y, en 1820, publicó “Sobre la diversidad de la estructura del lenguaje humano y su influencia sobre el desarrollo espiritual de la humanidad”. En esta obra, describió **la lengua como una puerta al mundo**, argumentando que cada idioma ofrece su propia perspectiva y moldea la visión del mundo de sus hablantes. Así lo resume la famosa frase de Ludwig Wittgenstein: “Los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo”.

Humboldt subrayó que las diferencias lingüísticas no se refieren solo a los sonidos o las letras, sino a las distintas visiones del mundo que comprenden. Llegó a afirmar que “el verdadero hogar es el lenguaje”, e introdujo dos términos clave para ilustrar su teoría: *ergon* y *energeia*. *Ergon* se refiere al sistema estructurado de signos utilizados para la comunicación, mientras que *energeia* describe la actividad mental dinámica implicada en el lenguaje. Subrayó que la relación entre pensamiento y lenguaje no es unilateral. Aunque el lenguaje sirve de herramienta para expresar pensamientos, también introduce **nuevos conceptos que dan forma y amplían el pensamiento**. Esta interacción recíproca demuestra cómo la lengua y el pensamiento **se influyen mutuamente** e impulsan colectivamente el desarrollo intelectual humano.

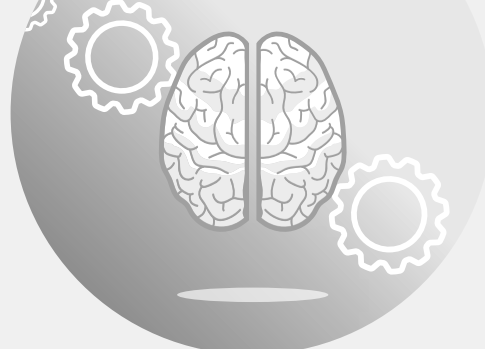
ERGON

Se refiere al sistema de signos del lenguaje utilizado para la comunicación.



ENERGEIA

Se refiere a la actividad mental implicada en el lenguaje.



C. Hipótesis Sapir-Whorf: relativismo y determinismo lingüísticos

La hipótesis Sapir-Whorf, desarrollada a partir de los trabajos de Benjamin Lee Whorf (1897-1941) e influida por su maestro Edward Sapir (1884-1939), explora **la relación entre lenguaje y percepción**. Propone que el idioma que habla una persona configura su percepción e interpretación del mundo que le rodea. El concepto de un “universo mental” estructurado por el lenguaje forma parte central de esta idea. La hipótesis se divide en dos tesis principales:

- 1. Relatividad lingüística:** al igual que Wilhelm von Humboldt, la hipótesis Sapir-Whorf sugiere que el lenguaje actúa como un filtro a través del cual se percibe la realidad. Cada lengua estructura la realidad de forma diferente.
- 2. Determinismo lingüístico:** la estructura y la semántica de una lengua influyen en la formación de los conceptos y, por tanto, del propio pensamiento.

Aunque inicialmente fue ampliamente aceptada, la hipótesis fue criticada por falta de pruebas empíricas. En la década de 1970, se sustituyó en gran medida por teorías que consideraban el lenguaje y el pensamiento como rasgos humanos universales. El determinismo lingüístico, en particular, fue cuestionado por los hallazgos que demuestran que las personas pueden entender conceptos en una lengua extranjera aunque no existan traducciones directas.

Sin embargo, investigaciones recientes, en particular las de Lera Boroditsky, demuestran que el lenguaje moldea el pensamiento de forma significativa. Estos resultados corroboran ciertos aspectos de la hipótesis Sapir-Whorf y ponen de relieve la compleja y dinámica relación entre lenguaje y percepción.

D. Lera Boroditsky: investigación actual sobre la influencia del lenguaje

La científica cognitiva Lera Boroditsky, nacida en Bielorrusia en 1976, es profesora de la Universidad de Stanford y redactora jefe de la revista *Frontiers in Cultural Psychology*. Sus investigaciones se centran en cómo influye el lenguaje en la cognición humana, sobre todo en los ámbitos del **espacio, el tiempo, la causalidad y las relaciones sociales**. A diferencia de las teorías de Herder, Humboldt o la hipótesis Sapir-Whorf, el trabajo de Boroditsky se basa en estudios empíricos e investigaciones experimentales.

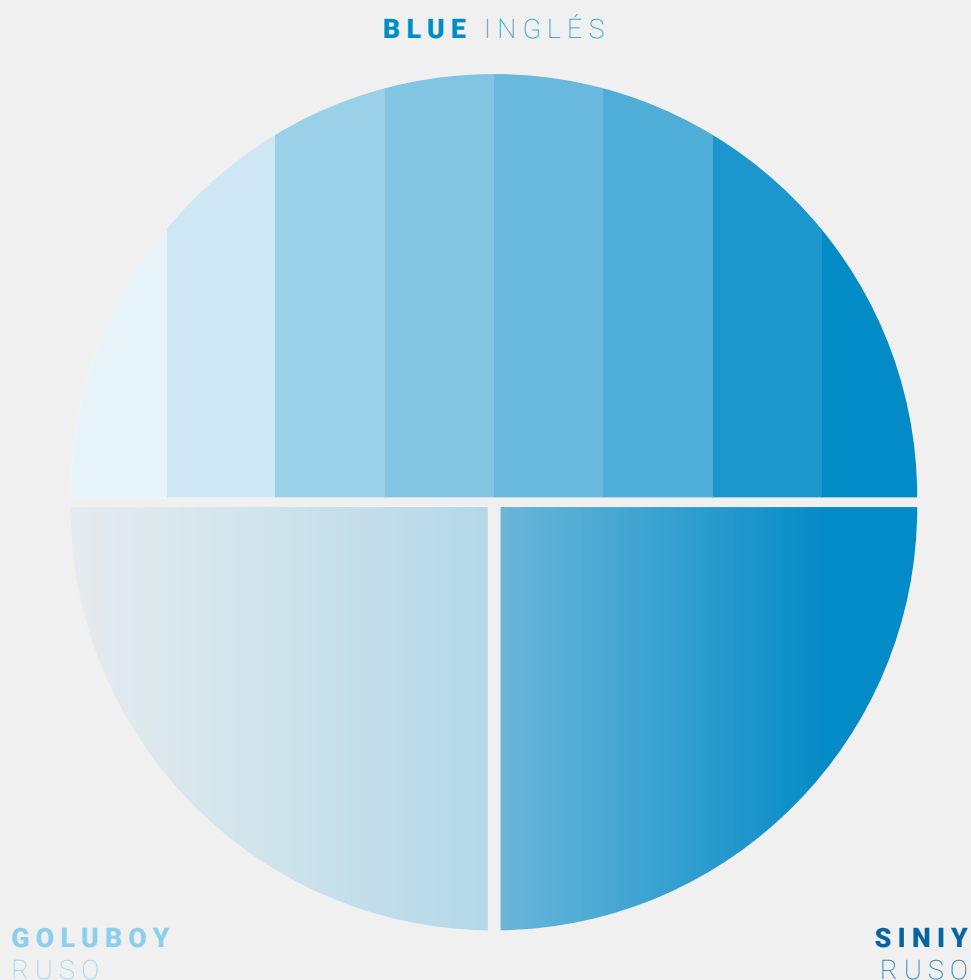
Uno de sus estudios más conocidos investiga al pueblo aborigen australiano Thaayorre. La lengua kuuk thaayorre carece de términos relativos de dirección como “derecha” o “izquierda” y se basa en direcciones cardinales como “norte”, “sur”, “este” y “oeste”. Este rasgo lingüístico afecta a la **conciencia espacial**: los hablantes de thaayorre, incluso de niños, pueden orientarse con precisión en entornos desconocidos, superando a los individuos de culturas que utilizan términos de dirección relativa.

Esta diferencia en la percepción espacial se extiende al **concepto de tiempo**. Mientras que los angloparlantes suelen ordenar los acontecimientos de izquierda a

derecha en función de la dirección de lectura, los Thaayorre lo hacen de este a oeste, ajustando su cronología mental en función de su orientación física.

Si miran hacia el norte, su línea de tiempo discurre de derecha a izquierda; si miran hacia el sur, se invierte de izquierda a derecha. Estos resultados demuestran que el lenguaje no solo determina la comunicación, sino también **aspectos fundamentales de la percepción**.

Boroditsky también estudió cómo influye el lenguaje en otros procesos cognitivos. Por ejemplo, **algunas lenguas carecen de términos numéricos específicos**, lo que dificulta a los hablantes la representación de cantidades exactas. Del mismo modo, la **percepción del color** se ve influida por las distinciones lingüísticas. En inglés, "blue" engloba una amplia gama de tonos, azules claros, medios, oscuros, verdosos y violáceos, cada uno con sus variaciones. El ruso, sin embargo, solo diferencia entre *goluboy* (azul claro) y *siniy* (azul oscuro). Los escáneres de actividad cerebral muestran que los hablantes de ruso presentan una **respuesta neurológica más intensa** a los cambios entre estos tonos, mientras que los angloparlantes los perciben como variaciones del mismo color.



La investigación de Boroditsky pone de relieve el profundo impacto del lenguaje en la cognición humana, apoyando la idea de que las estructuras lingüísticas moldean la forma en que las personas experimentan e interpretan el mundo.

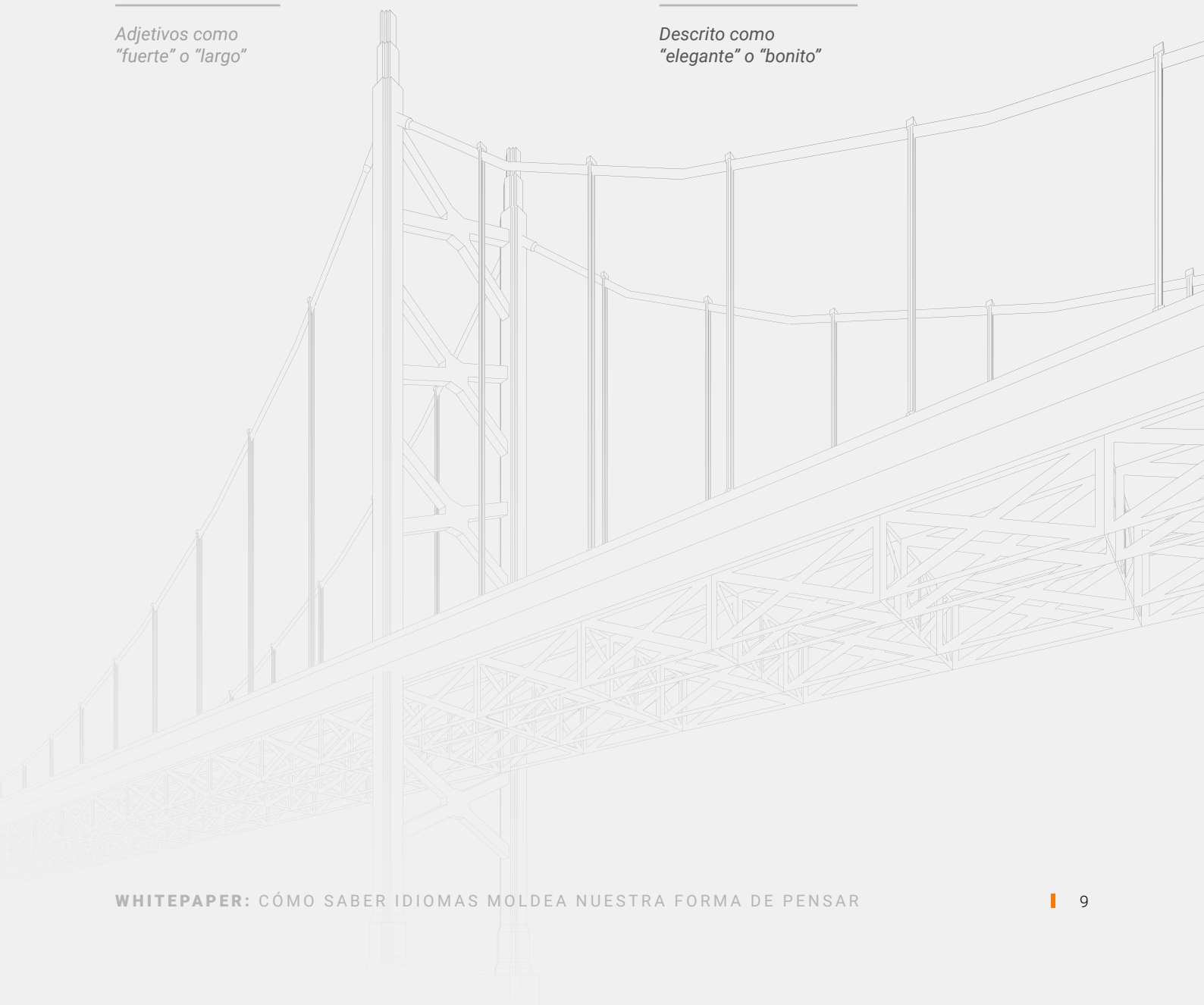
Lera Boroditsky describe el lenguaje como uno de los 7.000 universos cognitivos inventados por el ser humano que configuran la percepción y el pensamiento de sus hablantes. Un ejemplo especialmente asombroso es cómo **el género gramatical** afecta a la percepción. En las lenguas con **artículos de género**, como el español y el alemán, estos influyen en la descripción de los objetos. Por ejemplo, la palabra "puente" (masculino) suele asociarse a adjetivos como "fuerte" o "largo", cualidades tradicionalmente percibidas como masculinas. En cambio, la palabra alemana para puente ("die Brücke", femenino) se describe más comúnmente como "elegante" o "bonito". Estas diferencias ilustran cómo el lenguaje configura **nuestra visión del mundo**.

EL PUENTE ESPAÑOL

*Adjetivos como
"fuerte" o "largo"*

DIE BRÜCKE ALEMÁN

*Descrito como
"elegante" o "bonito"*



El poder del lenguaje en la sociedad

El lenguaje está presente en todos los aspectos de la sociedad, ya sea en televisión, prensa, trabajo o Internet. Es una herramienta muy poderosa que puede utilizarse no solo para comunicar, sino también para manipular, moldeando la forma de sentir y actuar de las personas. Además de transmitir información, **el lenguaje influye en los estados de ánimo, los valores y las perspectivas de la gente**, tanto positiva como negativamente.

A. Influencia en la política

George Orwell dijo una vez: *"Si el pensamiento corrompe el lenguaje, el lenguaje también puede corromper el pensamiento"*. La política aprovecha al máximo este principio, eligiendo cuidadosamente las palabras que utilizan los políticos para **movilizar** a sus partidarios o **debilitar** a sus oponentes. Hay ciertos términos que tienen un peso ideológico, palabras comodín que simplifican realidades complejas.

Algunas, como "justicia social", tienen connotaciones positivas, mientras que otras se utilizan negativamente. Los políticos intentan a menudo reivindicar ciertas palabras positivas en sus programas, aprovechando su **apelación emocional para persuadir** al público.

También cabe señalar que las palabras con connotaciones positivas se utilizan a menudo de forma poco sincera para disfrazar políticas o acciones que, de otro modo, podrían considerarse ineficaces, impopulares o incluso poco éticas. Y no se trata de simples eufemismos; pueden ser una forma de "doble discurso", término popularizado por George Orwell para describir el lenguaje utilizado para **oscurecer el significado y cambiar la percepción**.

Tanto en los negocios como en la política, este tipo de lenguaje puede influir en la toma de decisiones al presentar las políticas o acciones de forma que se minimice el escrutinio o la resistencia.

STORYTELLING: EL IMPACTO DEL ENFOQUE



Las **metáforas** son otra herramienta política habitual, que ayuda a simplificar cuestiones complejas y a enfocarlas desde una perspectiva particular. Por ejemplo, términos como “freno a la deuda” hacen más tangibles políticas económicas abstractas. Del mismo modo, el “enfoque” se emplea con frecuencia para presentar los hechos de forma que se ajusten a la narrativa de un partido; pensemos en la diferencia entre “cambio climático” y “crisis climática”. Mediante la manipulación del lenguaje, los políticos pueden moldear la percepción de la población, **haciendo hincapié en determinados aspectos de una cuestión y restando importancia a otros**. Estas estrategias retóricas son especialmente significativas durante las elecciones, ya que **influyen directamente** en las tendencias y decisiones de los votantes.

B. El lenguaje en la publicidad

Mientras que en política el lenguaje se utiliza para ganar votos y apoyos, en publicidad es una herramienta para vender productos y servicios. Las palabras con connotaciones positivas pueden **evocar emociones** y moldear la percepción del consumidor. El lenguaje emotivo suele desviar la atención de los argumentos racionales, influyendo en el comportamiento de compra. Las personas se sienten atraídas de forma natural por las **conexiones emocionales** y, con el tiempo, desarrollan “lealtad” hacia las marcas que les provocan **sentimientos positivos**.

La coherencia lingüística en todos los formatos publicitarios es crucial para reconocer la marca. En un mercado sobresaturado, captar la atención y generar interés requiere una **elección estratégica de las palabras**. Las metáforas, por ejemplo, son muy persuasivas y ayudan a que los **mensajes sean más memorables**. Los anuncios que incorporan narrativas convincentes crean **experiencias emocionales fuertes**, fomentando una conexión más profunda con la audiencia. Esta técnica, conocida como “storytelling”, cada vez se prefiere más sobre la publicidad directa basada en datos.

Otros recursos lingüísticos habituales en la publicidad son la **aliteración** (por ejemplo, Dunkin Donuts), los **eufemismos** (por ejemplo, “compacto” en lugar de “pequeño”) y los **neologismos** (por ejemplo, “la suciedad se va en un bang”). Estas elecciones estilísticas aumentan el atractivo de la marca y hacen que los mensajes sean más memorables.

Conclusión y perspectivas

El lenguaje tiene un profundo impacto tanto en los individuos como en la sociedad. Las investigaciones de Lera Boroditsky confirman lo que pensadores como Humboldt y Herder sospechaban hace tiempo: **el pensamiento y el lenguaje están profundamente interconectados**. Cuando las lenguas desaparecen, también lo hacen los conocimientos, valores y visiones del mundo que transmiten.

A pesar del avance de las herramientas de traducción y la tecnología, el aprendizaje de idiomas sigue siendo esencial para **fomentar la creatividad, la flexibilidad cognitiva y el funcionamiento general del cerebro**. Las empresas también obtienen una ventaja competitiva de los colaboradores multilingües, que aportan valiosas competencias, sobre todo en equipos internacionales, y permiten a una organización ampliar su alcance global. ■

Sobre Speexx

Speexx es una de las **20 mejores empresas de EdTech del mundo** según la clasificación de la revista TIME, convirtiéndose en la plataforma líder de desarrollo de personas en el entorno laboral digital.

Nuestra plataforma cuenta con la tecnología más avanzada y una red mundial de coaches para ofrecer **formación corporativa en idiomas, business coaching, mentoring y evaluación de competencias** a grandes organizaciones de todo el mundo, con total integración en el LMS de cada cliente y en un entorno digital seguro.

Más de 1.800 organizaciones ya utilizan Speexx en sus programas de formación en idiomas y business coaching. Con **más de 8 millones de usuarios** en el mundo y 300 000 clases virtuales impartidas al año, Speexx es una de las soluciones de formación corporativa más utilizadas, con asistencia permanente en 14 idiomas.

Speexx se fundó en 2012 y cuenta con 2000 colaboradores y coaches. Tiene sedes en Madrid, Múnich, Milán, París, Sao Paulo, Nueva York y Shanghái, además de representación en más de 60 países en todo el mundo.

ESTO TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE...

INFOGRAFÍA

Qué es el liderazgo multicultural: descubre sus ventajas en entornos profesionales globales

[DESCARGAR](#)



Fuentes:

<https://edl.ecml.at/Facts/LanguageFacts/tabid/1859/language/de-DE/Default.aspx>

<https://www.iwd.de/artikel/7097-verstaendigungsmoeglichkeiten-383961/#:~:text=Weltweit%20gibt%20es%20aktuell%207.186,Menschen%20unterhalten%2C%20weltweit%20die%20zw%C3%B6lfte%20meisten>

<https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide/>

<https://de.pons.com/p/wissensecke/wortschatz-to-go/unuebersetzbare-woerter>

<https://www.bpb.de/themen/parteien/sprache-und-politik/42691/sprachstilistische-merkmale-politischer-kommunikation/>

<https://rsisinternational.org/journals/ijriss/Digital-Library/volume-8-issue-9/3560-3572.pdf>

<https://hbr.org/2014/10/being-bilingual-makes-you-better-at-non-linguistic-tasks>

<http://www.forbes.com/>