La Speak Mandarin Campaign

Dr Alexander Ressos, TEP
Attorney-at-Law (Switzerland and Germany),
Solicitor (England & Wales and Hong Kong)
Of Counsel, KGP Legal LLC
alexander.ressos@kgplegal.com.sg
www.ressos.com.sg

El lanzamiento del 7 de septiembre de 1979

La campaña fue consecuencia directa del Informe Goh. El diagnóstico de Lee Kuan Yew era práctico. Los niños que hablaban dialecto en casa y aprendían inglés y mandarín en la escuela cargaban con tres lenguas, un peso que solo los mejores podían soportar. Tras veinte años de escolarización bilingüe, dijo, pocos niños podían manejar dos lenguas más un dialecto, «desde luego no muchos más que el 12 % que llega a los junior colleges». Como una cuarta parte de la población no era china, el inglés sería la lengua común entre las comunidades. Si los chinos conservaban sus dialectos, advirtió, el inglés pasaría a ser también la lengua común entre chinos de distintos grupos dialectales, y el mandarín se quedaría sin función.[1]

El discurso se apoyaba en datos que el gobierno había reunido con ese fin. Una encuesta sobre 116 trayectos de autobús realizada en marzo de 1979 constató que los pasajeros chinos se dirigían a los cobradores chinos en un dialecto en el 88,2 % de los casos, en hokkien solamente en el 75 % y en mandarín apenas en el 3,7 %. Una encuesta a 295 vendedores ambulantes (hawkers) en nueve mercados y centros de comida, de abril de 1979, mostró que el 89,4 % de ellos respondía a sus clientes en un

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

dialecto y el 1,2 % en mandarín.[2] Las mismas tablas mostraban cómo hablaban los pasajeros malayos e indios a los cobradores chinos: sobre todo en malayo. En 1979, el malayo de bazar seguía siendo la lengua de la calle entre las comunidades.

El lanzamiento fijó dos objetivos. En cinco años, los alumnos chinos debían usar menos el dialecto y más el mandarín. En diez años, el mandarín debía sustituir a los dialectos como lengua hablada cotidiana de la comunidad china. Se constituyó un Committee to Promote the Use of Mandarin bajo la dirección de Ow Chin Hock, entonces secretario parlamentario del Ministerio de Cultura. En 1998 pasó a llamarse Promote Mandarin Council.[3] El organismo funciona hoy como Singapore Mandarin Council y describe la campaña como la campaña social más longeva de Singapur.[4]

Apoyo administrativo: radiodifusión, ventanillas y nombres

Lee Kuan Yew anunció en su discurso que el gobierno adoptaría medidas administrativas una vez que los padres hubieran demostrado que querían el mandarín para sus hijos. Se instruiría a los funcionarios, incluidos los de las ventanillas de los hospitales, para que hablaran mandarín salvo con las personas mayores de sesenta años, y a los taxistas, cobradores de autobús y vendedores ambulantes se les podría exigir que aprobaran un examen oral de mandarín o asistieran a clases. La medida que más cambió la vida diaria fue la retirada de los dialectos de la radiodifusión. Los anuncios en dialecto se fueron eliminando de la televisión a partir de julio de 1978. Los programas en dialecto desaparecieron de la televisión en 1981 y de la radio el 1 de enero de 1983.[5]

Las populares series de Hong Kong que los singapurenses veían en cantonés se doblaron al mandarín a partir de finales de octubre de 1979. En 1985, el gobierno desaconsejó ver el canal malasio TV3 y se negó a adaptar las antenas de los bloques de vivienda pública para captarlo. Desde el 1 de enero de 1981, las escuelas se dirigían a los alumnos chinos por la forma en Hanyu Pinyin de sus nombres, y se animó a las empresas a usar nombres en pinyin al registrarse.[6] El efecto sigue visible en los

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

documentos de identidad: una generación mayor lleva romanizaciones dialectales como Tan, Lim o Ng, y muchos singapurenses más jóvenes llevan nombres de pila en pinyin.

Pocos gobiernos de Europa occidental se habrían atrevido con medidas de este tipo. Aun así, se aceptaron con escasa resistencia, porque el gobierno las presentó como un alivio para los niños y porque la alternativa que describía, una comunidad china que hablara inglés y dialecto sin una lengua china común, parecía a muchos padres una pérdida. La disposición de Singapur a regular la lengua de la radiodifusión refleja la misma confianza en el diseño administrativo que la parte C describe en la estrategia económica de los primeros años.

Fases, destinatarios y lemas

La campaña pasó por fases diferenciadas. De 1979 a 1981 se dirigió a la comunidad china en su conjunto. Desde 1982 fomentó el uso del mandarín en entornos concretos, con el lugar de trabajo como tema en 1982 y los centros de comida (hawker centres) y los mercados en 1983. Entre 1983 y 1987, un servicio telefónico ofrecía clases de mandarín y recibía en las horas punta una media de unas 40 000 llamadas.[7]

El punto de inflexión llegó en los años noventa, cuando la campaña reconoció que su principal problema ya no eran los dialectos. Cada vez más singapurenses chinos usaban el inglés como lengua principal. Desde 1991, la campaña se dirigió a los chinos formados en inglés, y desde 1994, a los chinos formados en inglés y a los profesionales de los negocios. Presentaba el mandarín como algo económicamente valioso en un momento en que China ascendía como socio comercial.[8] Los lemas reflejan el cambio: «Speak More Mandarin, Speak Less Dialects» en 1979, «Mandarin In, Dialects Out» en 1983, «Speak Mandarin? No Problem!» en 2000 y, desde 2019, «Speak Mandarin? Yes, I Can.». El primer lema bilingüe, «Huayu Cool», apareció en 2004 y era en sí mismo una concesión a los jóvenes anglófonos.[9]

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

El propósito actual de la campaña es defensivo. Sus organizadores reconocen que el inglés se ha convertido en la lengua dominante en muchos hogares chinos y que promover el mandarín solo a través de la campaña «no basta».[10] El énfasis ha pasado de sustituir los dialectos a mantener el mandarín en el uso diario, a la cultura de los singapurenses chinos y al vocabulario propio del mandarín de Singapur.

Resultados medibles

La primera década produjo un resultado que pocas campañas lingüísticas han igualado. Entre los alumnos chinos que ingresaban en primer curso de primaria, la proporción que hablaba principalmente mandarín en casa pasó del 26 % en 1980 al 69 % en 1989, mientras que la procedente de hogares de habla predominantemente dialectal cayó del 64 % al 7 %.[11] En el conjunto de la población residente china, la proporción que usaba un dialecto como principal lengua del hogar cayó del 76,2 % en 1980 al 19,2 % en 2010, tras haberse situado en el 97 % en 1957.[12]

La serie larga muestra que la campaña triunfó dos veces, la segunda en una dirección que sus fundadores no pretendían. El mandarín sustituyó a los dialectos. Después, el inglés superó al mandarín. Entre los residentes chinos de cinco o más años, el mandarín era la lengua más frecuente en el hogar para el 47,7 % en 2010 y para el 40,2 % en 2020, mientras que el inglés subió del 32,6 % al 47,6 %. La brecha generacional es marcada. En 2020, un dialecto era la principal lengua del hogar del 31,6 % de los residentes chinos de sesenta o más años, frente al 1,4 % de los de cinco a treinta y cuatro años.[13]

Un error frecuente

A menudo se da por supuesto que la mayoría de los singapurenses chinos hablan mandarín en casa y que, por tanto, cabe esperar que un asesor singapurense de origen chino trabaje con fluidez en mandarín. El censo de 2020 muestra que el inglés se había convertido en la lengua más frecuente en el hogar de los residentes chinos, con un 47,6 % frente al 40,2 % del mandarín. La mayoría de los hogares anglófonos sigue usando el mandarín como segunda lengua del hogar, lo que significa que el

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

mandarín se entiende ampliamente. La fluidez en chino escrito y en el vocabulario técnico de las finanzas, el Derecho y la fiscalidad es otra cuestión, y una entidad debería comprobarla antes de confiar en ella.

Notas

1. Lee Kuan Yew, discurso de 7 de septiembre de 1979, supra, p. 1; Lee Kuan Yew, discurso de 7 de septiembre de 1979, supra, p. 1: «Because Singapore is 25% non-Chinese, English will be the common language between different ethnic Singaporeans. And if we continue to use dialects, then English will tend to become the common language between Chinese of different dialect groups.». ↩
2. Lee Kuan Yew, discurso de 7 de septiembre de 1979, supra, tablas anexas: encuesta del Singapore Bus Service de marzo de 1979 sobre 116 trayectos de autobús (pasajeros chinos a cobradores chinos: dialectos 88,2 %, hokkien 75,0 %, mandarín 3,7 %); encuesta del Ministry of the Environment de abril de 1979 a 295 vendedores ambulantes en nueve mercados y centros de comida (vendedores a clientes: dialectos 89,4 %, mandarín 1,2 %). ↩
3. Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026): objetivos a largo plazo fijados en el lanzamiento, a saber, menos dialecto y más mandarín entre los alumnos en cinco años y sustitución de los dialectos por el mandarín como lengua hablada cotidiana en diez años; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: Ow Chin Hock fue el primer presidente; el comité pasó a llamarse Promote Mandarin Council en 1998. ↩
4. Singapore Mandarin Council, sitio web de la Speak Mandarin Campaign, mandarin.languagecouncils.sg (consultado en noviembre de 2026): la campaña se describe como la campaña social más larga de Singapur; derechos de autor del sitio a nombre del Singapore Mandarin Council. ↩
5. Lee Kuan Yew, discurso de 7 de septiembre de 1979, supra, p. 2: los funcionarios «will be instructed to speak Mandarin except to the old, those

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

over sixty»; los taxistas, cobradores de autobús y vendedores ambulantes «can and will be required to pass an oral Mandarin test, or to attend Mandarin classes»; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: anuncios en dialecto eliminados progresivamente de la televisión desde julio de 1978; prohibición total de los programas de televisión en dialecto en 1981; la radio dejó de emitir programas en dialecto el 1 de enero de 1983. ↩

6. Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026): en 1985 el gobierno desaconsejó ver el canal malasio TV3 y se negó a mejorar las antenas de los bloques HDB para captarlo; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: primera serie de Hong Kong doblada al mandarín estrenada a finales de octubre de 1979; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: desde el 1 de enero de 1981, las escuelas del Ministerio de Educación empezaron a usar las versiones en Hanyu Pinyin de los nombres de los alumnos de etnia china; se animó a las empresas a usar nombres en Hanyu Pinyin al registrarse. ↩

7. Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: la fase 1 (1979–1981) se dirigió a la comunidad china en su conjunto; fase 2 desde 1982; énfasis en el mandarín en el lugar de trabajo en 1982 y en los hawker centres y mercados tradicionales en 1983; Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026): el servicio «Dial for Mandarin Lessons» funcionó de 1983 a 1987, con una media de unas 40 000 llamadas en horas punta. ↩

8. Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026): destinatarios de 1991 (singapurenses chinos formados en inglés) y de 1994 (chinos formados en inglés y profesionales de los negocios); la campaña presentó el mandarín como «economically valuable» a medida que China ascendía en los negocios; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra, sobre 1994 como punto de inflexión. ↩

9. Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026), lista de lemas de 1979, 1983 y 2000; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: lema desde 2019, «Speak Mandarin? Yes, I Can.»; Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: en 2004 la campaña lanzó su primer lema bilingüe, «Huayu Cool». ↩

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

10. Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: el inglés se ha convertido en la lengua dominante en muchos hogares chinos, por lo que promover el mandarín solo a través de la campaña «not enough»; énfasis reciente en el uso diario, la cultura china de Singapur y la singularidad del mandarín de Singapur. ↩
11. Culturepaedia, «The Speak Mandarin Campaign», supra: entre los alumnos de etnia china de primer curso de primaria, los que hablaban principalmente mandarín en casa pasaron del 26 % (1980) al 69 % (1989); los procedentes de familias de habla predominantemente dialectal cayeron del 64 % al 7 %. ↩
12. Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign» (consultado en noviembre de 2026), tabla de lenguas del hogar de la población residente china: variedades distintas del mandarín 97 % (1957), 76,2 % (1980), 46,2 % (1990), 19,2 % (2010). ↩
13. Department of Statistics Singapore, Census of Population 2020, población residente china de 5 o más años por lengua hablada con más frecuencia en el hogar y grupo de edad, data.gov.sg, conjunto de datos d_68860ef451f948e62754a830b6ae5024 (consultado en noviembre de 2026): total 2 658 378; inglés 1 266 460 (47,6 %); mandarín 1 069 450 (40,2 %); dialectos chinos 312 671 (11,8 %); dialectos 31,6 % de los de 60 o más años y 1,4 % de los de 5 a 34 años (cálculo propio a partir de las columnas de edad); Culturepaedia, «Mandarin in Singapore» (consultado en noviembre de 2026), para el mandarín en el 47,7 % (2010); Wikipedia, «Languages of Singapore» (consultado en noviembre de 2026), para el inglés en el 32,6 % y los dialectos en el 19,2 % en 2010. La tabla de Wikipedia, «Speak Mandarin Campaign», da las cifras del conjunto de residentes, 48,3 % y 29,9 % para 2020, en una columna rotulada como residentes chinos. ↩

Disclaimer

This article is provided for general information only. It is based on publicly available sources as at its date of publication. These sources have not been independently verified against licences, regulatory registers or the records of the entities concerned. It is not legal, tax, financial or investment advice.

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.

Nor is it a recommendation to invest in, transact with or use the services of any entity mentioned. Law and regulation change frequently, so the content may be incomplete or outdated. To the fullest extent permitted by law, Dr Alexander Ressos and the publisher of SingaporeIQ exclude all liability for loss or damage arising from the use of or reliance on this article. Readers should obtain advice on their specific circumstances before acting or refraining from action.

Names and trademarks of the entities discussed belong to their owners and are used for identification only. Their mention implies no endorsement, affiliation or allegation of wrongdoing. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. Corrections and updates: contact@ressos.com.

© 2026 Dr Alexander Ressos. This article may be quoted with attribution to SingaporeIQ (SingaporeIQ.com). Reproduction in full and any commercial use require prior written consent. The Legal Terms at https://singaporeiq.com/legal-terms apply.

Author contact: Dr Alexander Ressos, TEP · contact@ressos.com

© 2026 Dr Alexander Ressos. General information only, not legal, tax or investment advice. No client relationship is created. All Singapore law advice is provided by a duly licensed and regulated firm of Singapore advocates and solicitors only on the basis of an express written letter of engagement. More information at SingaporeIQ.com and ressos.com.sg.