

SOBRE EL VALOR ECONÓMICO DEL ESPAÑOL

Por el Académico de Número
Excmo. Sr. D. José Luis García Delgado*

En alguna ocasión anterior he aludido someramente en esta misma tribuna al valor económico del español, apuntando la conveniencia de prestar atención a dicha dimensión de nuestra lengua común y oficial. Ahora vuelvo con más detenimiento al tema, cuando crece el debate en los medios de comunicación sobre la situación real del castellano y la política que sobre su vigencia efectiva se sigue en algunas comunidades autónomas. Aprovecho para ello lo publicado en la obra, escrita en colaboración con los profesores José A. Alonso y Juan C. Jiménez, *Economía del español. Una introducción* (Ed. Ariel y Fundación Telefónica, Barcelona, 2007) y mi contribución al volumen colectivo *El español de los negocios* (en curso de edición por la Fundación Instituto Castellano y Leonés de la Lengua).

1.

Tres hechos agrandan en nuestro tiempo la dimensión económica de aquellas lenguas que, como el español, son lenguas de comunicación internacional. Primero, la avanzada y creciente globalización de los procesos productivos y de los mercados de bienes y servicios, con una amplitud que va mucho más allá de lo alcanzado en cualquier otra fase histórica de apertura y mundialización de las actividades económicas. Segundo, la mayor demanda de productos culturales —entre ellos, los de mayor contenido idiomático— conforme aumenta la renta en un mundo interrelacionado que ve al tiempo multiplicarse la información, y no sólo en los

* Ponencia no expuesta oralmente.

países desarrollados. Tercero e implícito en el anterior, el despliegue de la sociedad del conocimiento, cuyo principal soporte —de lo que se sabe y de cómo se transmite lo que se sabe— es la lengua, lo que equivale a decir que sus cimientos son lingüísticos.

2.

En el caso del español concurren hoy, además renovados motivos que avalan el buen sentido de atraer la atención sobre el tema. Siguen pesando, naturalmente, los que habitualmente se han esgrimido: el gran universo cultural con esta lengua creado —un enorme patrimonio colectivo que el tiempo sedimenta y renueva incesantemente— y las vastas proporciones de la demografía del español en tanto que lengua materna: cerca de 400 millones de personas en una veintena de países y 12 millones de km². Pero a esas razones, bien conocidas, se añaden ahora otras con perfiles hasta cierto punto novedosos. Cuatro pueden señalarse, muy concisamente.

La primera apunta, precisamente, a la particular intensidad que está conociendo en nuestros días el proceso de ensanchamiento del territorio físico y humano de la lengua española, con una triple proyección distintiva: el enérgico avance del español como segundo idioma más estudiado en Europa, la explícita apuesta hispánica de Brasil en el terreno lingüístico y, sobre todo, la ascensión del español al puesto de segunda lengua de Estados Unidos, con varias decenas de millones de hispanohablantes y con esa garantía de futuro que es su cualidad de lengua aprendida por la segunda y la tercera generación de los inmigrantes hispanos.

Nuevo episodio internacionalizador, dicho de otro modo, que tiene, a su vez, un triple apoyo en el marco actual de la acentuada mundialización de la economía y de la información: la creciente apertura de las economías iberoamericanas, la formidable internacionalización empresarial española y la demostrada capacidad de irradiación de los patrones culturales —vale decir latinos— asociados a la lengua española, bien en y desde Estados Unidos, bien desde los principales núcleos de las industrias culturales de España y de Iberoamérica. Un hecho, este último, que no deja de constituir otra instancia o suerte de globalización que, a su vez, facilita la expansión del español, que sigue creciendo “de fronteras adentro” en los países hispanoamericanos, y más en aquéllos con más hablantes de otras lenguas (guaraní, quechua, nahua, chibcha...), en tanto que el castellano mejora de inmediato la accesibilidad al mercado de trabajo y ciertos niveles de integración social.

Un segundo acontecimiento que incorpora ahora convincentes motivos para atender a la economía de la mayoritaria lengua en España e Iberoamérica, es

la revitalizada función que el español está desempeñando como elemento vertebrador de la comunidad hispánica de naciones. Es algo que debe situarse dentro de lo que acertadamente Sanguinetti ha llamado “reencuentro del mundo iberoamericano”. Un reencuentro con componentes económicos, sociales y políticos bien definidos: principalmente, la masiva irrupción de multinacionales españolas en las economías de América Latina —escuela de aprendizaje de estrategias de internacionalización para aquéllas gracias a la lengua compartida, no se olvide—; los flujos migratorios de iberoamericanos hacia España; los reforzados programas de cooperación internacional de España; en fin, las anuales Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, ya cerca su vigésima convocatoria, y la creación, todavía reciente, de la Secretaría General Iberoamericana. Todo ello, es verdad, conforma una especie de agrandada base material del actual acercamiento, de la revitalizada afinidad, de la multiplicación de intercambios que evoca el término “reencuentro”.

Donde éste, sin embargo, se está produciendo más plenamente es en el terreno del idioma, merced a toda una serie de actuaciones que han ampliado y hecho más consistente el repertorio de normas e intereses compartidos en y sobre la lengua común. Suman aportes públicos y privados, iniciativas académicas y patrocinios de grandes empresas, trabajo especializado de lingüistas de alta cualificación y capacidad gestora. Todo ello al servicio de lo que es un verdadero programa de “política lingüista panhispánica”, cuyo cometido es fácilmente enunciable: la elaboración compartida —por las veintidós Academias de la Lengua Española— de los tres grandes códigos que sustentan e ilustran la unidad del español: el código léxico del diccionario, el código gramatical y el código ortográfico.

Fundamental, más aún, determinante para llevarlo a buen puerto está resultando la fuerza emprendedora y el indiscutido liderazgo de la Real Academia Española, que ha revitalizado de paso la Asociación, creada en 1951, de las correspondientes corporaciones académicas nacionales. Asociación que, a su vez y en colaboración con el Instituto Cervantes, ha encontrado en los Congresos Internacionales de la Lengua Española —en Zacatecas, 1998, en Valladolid, 2001, en Rosario, 2004, en Cartagena de Indias, 2007— un escaparate excepcional para proyectar socialmente su voluntad de preservar la “unidad en la variedad” del condominio lingüístico que es el español.

Los resultados de ese compartido empeño de quienes corporativamente son los valedores de la lengua, los logros de esa suerte de ambiciosa empresa intelectual transoceánica van mucho más allá de lo estrictamente académico, con ser lo ahí conseguido de la máxima importancia.

La tiene, desde luego, consensuar diccionario, gramática y ortografía, partiendo de las variantes léxicas, morfológicas y sintácticas de una lengua desparada por los cinco continentes y que es lengua de países, no sólo de administra-

ciones o de élites, al contrario, pues, que el francés o el inglés en naciones que otrora fueron colonias. Algo de extraordinaria importancia, en efecto, en tanto que de algún modo institucionaliza la cualidad *policéntrica* de la norma lingüística que rige para todos y que todos aceptan. Un excepcional apoyo para la homogeneidad idiomática de todo el orbe hispanohablante, ya caracterizado de antiguo por su cohesión, frente al panorama fuertemente dialectizado de otros territorios lingüísticos, y una contribución de primer orden para facilitar el aprendizaje del español por doquier, una tarea que siempre han hecho comparativamente accesible su nitidez fónica, su simplicidad ortográfica y la adecuación entre lengua hablada y lengua escrita, como le gusta recordar a Gregorio Salvador.

No se exagera, pues, al hablar del reforzamiento que así, silenciosa pero efectivamente, se está consiguiendo de los lazos que unen a los países que comparten como lengua propia el español, capaz de aportar mayor “sentimiento de comunidad” —la expresión es de López García— que otras lenguas internacionales, como el francés, el árabe o el inglés. La referida iniciativa académica está alentando nuevos contactos, relaciones, intercambios y emprendimientos, como, por poner un solo ejemplo, aunque descollante, el establecimiento de un sistema común de certificación del conocimiento del español como lengua extranjera, promovido por el Instituto Cervantes y ya comprometido por la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE) y por un centenar de instituciones y universidades de ambos lados del océano. La lengua, en suma, factor vertebrador de la comunidad hispánica de naciones. No es ocioso subrayarlo. Como tampoco lo es ver en ello una de las más importantes acciones de la política exterior española reciente.

Factor vertebrador de lo panahispánico que no es indiferente —añádase—al escenario económico iberoamericano: no sólo por lo que puede estimular los intercambios mercantiles, sino también, y sobre todo, porque la preservada cohesión del español —mayor que la del inglés, obligada referencia en tanto que idioma global—, es una magnífica baza para potenciar múltiples actividades de economías crecientemente abiertas e internacionalizadas. Su consensuada unidad le proporciona al español una notoria ventaja comparativa en el mercado mundializado.

La tercera razón que merece ser destacada guarda estrecha relación con lo que acaba de exponerse. Esa reforzada cohesión idiomática de la comunidad hispanohablante que propicia el compartido trabajo de las Academias de la lengua española, al aportar un atractivo adicional para el aprendizaje de ésta, en tanto que evita rupturas comunicativas entre sus hablantes de distintos países y latitudes geográficas, está contribuyendo eficazmente a elevar el número de quienes escogen el español como segunda o tercera lengua, con lo que ello supone también en el plano de los réditos económicos. Es precisamente el rápido aumento de la pobla-

ción que adquiere el español en esa condición, lo que constituye una tercera poderosa razón para prestar más atención a la economía de nuestra lengua mayor. Se trata de un auge —ya se señaló antes— que resiste pocas comparaciones: en Europa, donde el español se afirma como segunda lengua extranjera; en Estados Unidos, donde el español ha desplazado al francés como segunda lengua y donde el bilingüismo en inglés y español comienza a tener reflejo en los salarios y en las oportunidades de empleo; en Brasil, a partir de las aún recientes disposiciones legales para establecer el español como segunda lengua de estudio, y en China, donde se están multiplicando con rapidez los requerimientos de su enseñanza, al tiempo que se incrementan los intercambios mercantiles con Iberoamérica, en la otra orilla del Pacífico.

Una cuarta razón —aunque paradójica— que se suma para acentuar la oportunidad de adentrarse en el estudio de la economía del español es el abultado déficit de éste como lengua de ciencia y de técnica y como idioma de las comunicaciones informáticas. Cuestión grave porque en este terreno se dirime una parte sustancial del destino de las grandes lenguas hoy internacionales y, por tanto, de sus potencialidades económicas.

Ocurre, por fortuna, que está extendiéndose también la conciencia del problema, sin duda la condición previa y necesaria para afrontarlo con alguna garantía de éxito. Si hasta hace algunos años se ponía el énfasis, cuando se trataba de detectar posiciones relativas, en el escaso uso de la lengua española en el mundo de la diplomacia y en las relaciones mercantiles o negocios internacionales, ahora se insiste, con buen sentido, en que la desventaja superior, por sus implicaciones a medio y largo plazo, es la que relega al español a lugares secundarios —y no sólo en relación con el inglés— en la creación y difusión científica y en el envolvente universo de la red informática, la red de redes. Cada vez son más numerosos los informes que dan cuenta, en efecto, de la situación de inferioridad del español ahí, donde se juega la primacía internacional de las lenguas en el tiempo que viene, abundando en datos sobre niveles comparados de producción científica, de infraestructuras de conexión a la red informática y del acceso y la presencia en ésta, de disponibilidad de tecnologías de la información y la comunicación que hoy son distintivos de las economías adelantadas.

Sólo aumentando sustancial y duraderamente su papel como idioma vehicular de la investigación y su relevancia en Internet, el recurso estratégico que es el español podrá aprovechar sus vastas posibilidades para todo el condominio lingüístico internacional que aglutina. Sólo un tenaz esfuerzo en ese sentido permitirá que el español esté al nivel que la comunidad hispanohablante quiere tener en el futuro.

3.

Aunque son obvias hasta cierto punto las razones que abogan por profundizar en el análisis económico del español, dista mucho de ser tarea sencilla. La dificultad deriva, por un lado, de la diversidad de funciones que cumple —en tanto que medio para la interlocución, como materia prima de la creación de la actividad y las industrias culturales y como referente de identidad—, con efectos económicos cuya cuantificación, en cada caso, es todo menos simple.

Pero también, por otro lado, lo difícil del empeño está asociado a la singularidad de la lengua como recurso o activo económico. Una especificidad que resulta de la confluencia de muy diversos rasgos, buena parte de ellos poco frecuentes, por no decir que inéditos, en los bienes económicos. Se trata de un activo inmaterial —intangible, por tanto—, dotado de importantes externalidades, incapaz de ser apropiado por los agentes económicos que acceden a su uso, que carece de costes de producción y que no se agota al ser consumido. Son todos rasgos que hacen de la lengua un bien enteramente singular, requiriéndose, en consecuencia, procedimientos específicos para someter a medición sus efectos económicos.

De ahí que no sea una cuestión baladí establecer un marco doctrinal apropiado, susceptible de explicar adecuadamente la naturaleza económica de la lengua. Ésta resulta ser una suerte de bien público cuyo valor aumenta conforme aumenta el número de quienes la hablan y de su capacidad para servir de medio de comunicación internacional. Con otras palabras: formar parte de una comunidad lingüística es como pertenecer a un club: el valor de esa pertenencia es tanto mayor cuantos más sean los hablantes de la lengua en cuestión; en el caso del español, la relevancia deriva no sólo de la dimensión del club (el número de los que hablan el español), sino también de su carácter supranacional, en la medida en que es oficial en una pluralidad de países, convirtiéndose en medio relevante para la interlocución internacional.

4.

Con todas las cautelas que aconseja lo que antecede, es posible realizar algún ejercicio de cuantificación que vaya más allá del mero cómputo del volumen de ingresos que generan las industrias culturales (editorial, discográfica, audiovisual), propiamente dichas, o de las rentas que produce la enseñanza de la lengua, entendida como actividad productiva, las dos proyecciones económicas de la lengua que tienen lindes mejor acotados.

Para el caso del español, dos investigaciones afrontan ese empeño desde una perspectiva global y macroeconómica, a partir del manejo de la Contabilidad Nacional y de técnicas de análisis econométrico.

La primera de ellas, dirigida por Ángel Martín Municio, se realizó con ocasión del II Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Valladolid en 2001. Se trata de un ambicioso trabajo que cifra el valor de la lengua española en el 15 por 100 del producto interior bruto de la economía nacional; resultado obtenido por el procedimiento de considerar la lengua como un *input* directo o indirecto, de todos los bienes y servicios finales producidos en el país, de modo que, calculando los “coeficientes de lengua” que llevan incorporados cada uno de esos bienes y servicios —algo sujeto al criterio de quien realiza tal operación—, se llega al antedicho porcentaje global del PIB “debido” al español.

La segunda de las investigaciones aludidas, aún en curso, es la promovida desde 2005 por Fundación Telefónica, bajo el rótulo general de *Valor económico del español. Una empresa multinacional*, y realizada por un amplio equipo formado por economistas, filólogos, estadísticos y sociólogos, codirigido todo él por los profesores Alonso, Jiménez y quien firma estas páginas, con la aspiración, no sólo de actualizar y revisar aquella investigación pionera, sino también de abrir nuevas vías de cómputo del valor económico del español, identificando los principales ámbitos en que tienen relevancia los efectos económicos de una lengua multinacional, como es el español.

Y bien, sin disponer todavía de resultados definitivos, sí pueden adelantarse aquí algunos provisionales pero, sin duda, significativos:

- La estimación del valor económico de la lengua española viene a ratificar una proporción que se sitúa en torno al 15 por 100 del PIB de España para 2004, fecha de referencia con datos completos (el trabajo de Martín Municio, publicado en 2003, también proyectaba sus estimaciones a 2004, pero manejando series que sólo llegaban hasta 1997).

A su vez, la estimación del empleo que se puede atribuir a la lengua española se cifra, para dicho año, 2004, en torno al 16 por 100 del PIB de la economía nacional.

Por sectores, la relevancia económica de la lengua alcanza los porcentajes más altos en educación, en comunicaciones, en industrias culturales (en su doble vertiente de servicios culturales y de industrias culturales, propiamente dichas) y en otras actividades empresariales, que incluyen desde sectores de gran significación y magnitud, como la publicidad, a las denominadas “industrias de la lengua” (tecnología

lingüística, intérpretes y traductores...), pasando por servicios empresariales tales como los “centros de llamadas” y “servicios de información”.

- El análisis de los intercambios comerciales revela que la lengua hace que se multiplique entre 2 y 3 veces la cuota de mercado de las exportaciones españolas con el conjunto de países hispanohablantes, alto factor multiplicador que es mayor incluso que el inglés entre los países anglosajones.
- También la lengua hace que se multiplique por casi 2,5 la cuota de los emigrantes que proceden de países con los que se comparte idioma. Además, en tanto que la lengua es expresiva de una comunidad de referentes culturales, se aminoran los costes de integración social y laboral de ese colectivo de la población inmigrante en España, al tiempo que se facilita en cierta medida la reversión de rentas (“remesas”).
- Añádase en esta sucinta muestra otra conclusión bien relevante: como la ampliación de la presencia del español en Internet depende del grado de equipamientos e infraestructuras que desarrollan la Sociedad de la Información en los países hispanohablantes, si en el área hispana se dispusiese de similar nivel de líneas telefónicas que en los países anglófonos, la presencia del castellano en Internet se incrementaría en un 170%.

5.

Convendrá tener en cuenta no sólo todo ese cúmulo de posibilidades económicas que abre una lengua de comunicación internacional, como el español, sino también los deberes que ello plantea. Oportunidad y exigencia.

Pues bien, dado que, por la propia naturaleza de la lengua como bien económico, su valor crece si aumenta el número de aquellos que la adoptan como canal de comunicación, las políticas activas de cuidado y ampliación de la comunidad lingüística pueden cumplir un papel determinante.

Cuidado y ampliación, repítase: un doble objetivo que implica, a su vez, una doble labor: mejorar el atractivo de pertenecer a un determinado club lingüístico y reducir los costes que aparecen asociados al acceso a ese club. Aquél atractivo estará condicionado por la dimensión misma de la comunidad lingüística, pero también por el factor último que determina el prestigio de una lengua: el vigor económico, científico y cultural de la sociedad que la tiene como propia. Por su parte,

sobre los costes de acceso influirán los programas y acciones de promoción de la enseñanza del idioma que intereses privados y poderes públicos pongan en marcha. Ambos puntos merecen ser retenidos.

El primero de ellos no hace sino subrayar el inexcusable entrelazamiento que existe entre lengua y desarrollo económico y social, en el sentido más amplio y exigente de esta última expresión; una interrelación hoy acentuada por la emergencia de nuevos grandes actores en el mercado internacional y por la redefinición del mapa estratégico mundial. Quiere decirse que el futuro de las lenguas que aspiren a tener peso de verdad considerable en una economía globalizada, se jugará, más que en términos de crecimiento demográfico, en el terreno de la fortaleza de la economía, del avance científico y la calidad institucional. Son las pantallas —las pantallas de los ordenadores— lo que hoy da primacía al inglés, se ha dicho con acierto; sobre todo si las pantallas se toman no sólo como expresión de adelanto tecnológico, sino también como signo de calidad educativa y de modernización económica y social.

La economía *del* español acaba por remitir, consecuentemente, a la economía *en* español. Al no haber mejor apoyo para una lengua que la robustez del tejido productivo y el renombre de la sociedad que la sostienen, el buen producto que es el español sólo ganará posiciones en el mercado global si las economías que lo sustentan se hacen más competitivas, y más sólidas las democracias de los países que forman la comunidad panhispánica. También desde la perspectiva de la expansión de la lengua, en definitiva, no hay mejor fórmula que la que combina crecimiento económico competitivo, estabilidad democrática y cohesión social. La calidad es lo que importa, una vez más.

6.

Pero subrayar esa concatenación entre economía, sociedad y lengua, no exime de responsabilidad, por supuesto, a quienes deben o pueden realizar acciones concretas de defensa y promoción de la lengua y, en particular, de este recurso estratégico de primer orden que es el español, cuyo uso se extiende por los cinco continentes. El tema merece prioridad. “España tiene un papel en el mundo: la defensa de la lengua castellana”, ha dicho Fusi sin tapujos, desde la óptica de la historia cultural. Pero también desde el ángulo de observación que proporciona la economía tiene sentido otorgar preferencia a la promoción del español: al fin y al cabo es el producto más internacional de España. Administración pública y sociedad civil deben tenerlo muy presente.

Esa tarea de impulso de una lengua que es, hoy por hoy, la segunda de comunicación internacional, habrá de hacerse compatible con la defensa y el culti-

vo, en España, de otras lenguas hispánicas —como corresponde a un país plurilingüe— y, en América, de las lenguas indígenas que siguen demostrando vitalidad. Es un empeño por el que hay que apostar con resolución, y en positivo, si se permite la expresión. Quien ama una lengua, ama todas las lenguas. La lengua, cada lengua, “nos comunica, nos libera”, por decirlo con Gregorio Salvador; la lengua, cada lengua ha de servir no para constreñir a quienes la hablan en un círculo cerrado, sino para ampliar sus posibilidades de comunicación: ni “cerrojo idiomático” —la expresión es de Ramón Menéndez Pidal— ni “aduana lingüística”, como escribió Lodaes. Culturalmente, el multilingüismo es riqueza; económicamente, lo será también a condición de que la coexistencia de lenguas se resuelva en convivencia y no en confrontación. Si el español pierde terreno, lo acabara perdiendo también la economía en español. Va en ello, por tanto, mucho.

Le va mucho a España y a toda la comunidad lingüística multinacional que vertebra el español. Al fin y al cabo, la lengua mayoritariamente hablada en España no es sino “la porción europea” de un idioma que es sobre todo “americano”. Lo cual no deja de ser —señálese de paso— un buen “argumento a favor del español europeo: presentarse como la frontera occidental de Hispanoamérica en Europa” y “como la única lengua hablada en la Unión Europea que verdaderamente interesa como extranjera en Estados Unidos y, con el inglés, en Brasil” (Lodaes).

* * *

Termino ya. Ojalá las páginas que preceden aporten a la noble causa que es la defensa y la expansión de una lengua rica literariamente y de una amplísima potencialidad económica.