

TEXTO DE LA PRESENTACIÓN DE JOSÉ LUIS GARCÍA DELGADO:

“El valor económico del español”

Universidad de Heidelberg,
4 de mayo de 2010

Comenzaré con un doble testimonio: de agradecimiento y de felicitación.

Agradecimiento por la invitación que me permite, ante todos uds. compartir una mesa de trabajo con tan distinguidos participantes y que me brinda la oportunidad de presentar en estas II Jornadas del Hispanismo en la Universidad de Heidelberg la investigación que dirijo para FUNDACIÓN TELEFÓNICA.

Y felicitación muy sincera por la iniciativa que impulsa este encuentro universitario, excelentemente planteado y organizado.

Añadiré de inmediato, ahora como preámbulo quizá obligado al hablar de aspectos económicos en un centro académico dedicado a tareas filológicas, que el punto de partida de la investigación que dirijo —en colaboración con los profesores Alonso y Jiménez— no es otro que el fijado para estas mismas Jornadas por el Prof. Loureda y el Dr. Eckel en las “palabras de bienvenida” del Programa: el vigoroso “proceso de expansión” actual de la lengua

española, “un proceso que trasciende claramente su dimensión cultural”, adquiriendo también un señalado relieve económico. De forma que, así como “el despertar cultural de España” en el primer tercio del siglo XX —cuando a los logros de las generaciones españolas del 98, del 14 y del 27 se sumó el aliento renovador del modernismo que procedía de América—, fue destacado como uno de los acontecimientos venturosos de ese tiempo difícil y convulsivo para Europa —cito al gran historiador alemán E. R. Curtius en sus *Ensayos críticos de la literatura europea*—, de igual modo el fuerte auge de la lengua española en el mundo puede ser distinguido como uno de los sucesos sobresalientes de nuestros días, con indudables efectos económicos que interesa conocer, aunque no sean fácilmente medibles. Es lo que se propone, precisamente, el proyecto de investigación promovido desde hace un lustro por Fundación Telefónica y del que ahora les voy a dar somera cuenta.

Agruparé en tres partes mi exposición: primero aludiré a los factores que hoy hacen especialmente oportuno el análisis de la dimensión económica de la lengua; luego, en segundo lugar, expondré cómo se articula el estudio que estamos haciendo y algunos de sus resultados referidos a la economía española; finalmente, en tercer lugar, haré una breve reflexión epilogal que mira al campo de la política cultural.

* * *

Y bien, de acuerdo con esa sistemática, comenzaré recordando los hechos que explican hoy la creciente relevancia económica del español. Algunos de esos hechos los comparte el español con otras lenguas de comunicación internacional (el inglés en lugar prominente, esto es indiscutible); otros, en cambio, tienen particular notoriedad en el caso de la lengua española.

Entre los que son comunes, dos, a su vez, son compendio de complejos fenómenos que forman la sustancia misma de nuestras sociedades actuales:

- Primero, el avance del proceso de globalización económica, geoestratégica y cultural, con una amplitud que en nuestra época va mucho más allá de lo alcanzado en cualquier otro momento histórico:
- Segundo, 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. La creciente hegemonía de la Red lo ilustra inequívocamente; no en vano, la semilla, la clave, fundacional de Internet es la idea del intercambio de información y de conocimiento.

En síntesis, se están creando a escala mundial, y a un ritmo cada vez más vivo, nuevos espacios para la movilización de mercancías y recursos reales y financieros, para los desplazamientos de personas,

por razón de ocio o de trabajo, y para intercambios informativos, científicos y culturales de muy variado contenido. Un mundo más *plano*, por decirlo con una expresión afortunada, que obligadamente revaloriza las lenguas de comunicación internacional. El español, entre ellas.

En el caso de éste —el español— coinciden, además, factores con cierta especificidad que contribuyen a potenciar su entidad económica. Están, por un lado, desde luego, los habitualmente esgrimidos: 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: más de 400 millones de personas en una veintena de países y 12 millones de km². Pero a esos ingredientes, bien conocidos, se añaden ahora otros con perfiles hasta cierto punto novedosos. Tres pueden señalarse, muy concisamente.

- Uno, la creciente apertura e internacionalización empresarial de las principales economías iberoamericanas, con España y Chile en posiciones adelantadas.
- Un segundo hecho, la particular intensidad del ensanchamiento actual del territorio físico y humano de la lengua española, con una cuádruple proyección distintiva, a su vez:
 - el auge en Europa del español como segunda o tercera lengua extranjera;

- la reciente y explícita apuesta hispánica de Brasil en el terreno lingüístico,
- el avance del español en el gran universo asiático, multiplicándose con rapidez los requerimientos de su enseñanza en China y con iniciativas firmes de introducir la lengua española en los planes de estudio de enseñanzas medias en Filipinas;
- finalmente, la ascensión del español al puesto de segunda lengua de Estados Unidos, con esa garantía de durabilidad que es la probada voluntad de preservar idioma y cultura originarios entre los inmigrantes hispanos con acceso a la educación superior (E. Lago).

Todo lo cual revela, en definitiva, que estamos ante un auténtico episodio internacionalizador del español.

- El tercer hecho, en fin, que facilita la expansión del español y al tiempo subraya la oportunidad de acometer en profundidad el estudio económico de la lengua, es la reforzada cohesión idiomática que se está consiguiendo en el orbe hispanohablante gracias a la política lingüística panhispánica desplegada por la Asociación de las Academias de la Lengua Española siguiendo aquél sabio mandato proclamado hace más de medio siglo por Dámaso Alonso (gran poeta y gran historiador de la literatura): en lo tocante a la lengua, es preferible aspirar a la unidad antes que a la pureza. Las conferencias pronunciadas esta misma

mañana por Ignacio Bosque y Humberto López Morales —dos de los máximos responsables de ese esforzado y feliz empeño— han ilustrado la envergadura de una labor que facilita el aprendizaje del español, al evitar rupturas comunicativas entre sus hablantes de distintos países y latitudes geográficas, acentuando de paso la cualidad vertebradora que el idioma común puede tener para un alto número de naciones y grupos humanos, como también se nos recuerda en las palabras introductorias del Programa de nuestras Jornadas.

* * *

Corresponde ahora aludir al diseño y al desarrollo de la investigación que estamos realizando.

Un triple objetivo sirve de guía: conceptualización, cuantificación y aporte de propuestas para la promoción del español en tanto que recurso económico. Triple objetivo que da sentido unitario a las diez monografías (cinco de ellas ya publicadas) que recogen el desarrollo del trabajo investigador.

A la tarea de conceptualización se ha dedicado la primera de esas monografías, pues se trata de identificar categorías y herramientas analíticas idóneas para el tratamiento de la lengua como bien económico. Ese cometido conceptualizador ha distado mucho de ser una tarea sencilla. La dificultad deriva, por un lado, de

la diversidad de funciones que cumple la lengua: medio para la interlocución, materia prima de un amplio conjunto de actividades e industrias culturales, y también referente de identidad, con efectos económicos en cada caso cuya cuantificación es todo menos simple.

Lo difícil del empeño conceptualizador está asociado, por otro lado, a la especificidad de la lengua como recurso o activo económico, resultado 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 en exclusividad 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 desde la perspectiva del análisis económico, una suerte de bien público —un “bien público de club”—, cuyo valor aumenta conforme crece el número de quienes la hablan y conforme crece 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 y mayor sea su presencia en unos y otros países

Tras la labor de conceptualización, los siguientes pasos se han propuesto medir la dimensión del club lingüístico que forma el

español, poniendo cifras al impacto de la lengua sobre unas u otras actividades. Es a lo que se dedica la mayor parte, claro está, de la serie citada de diez libros,

- Así, el titulado *Atlas de la lengua española en el mundo*, levanta la cartografía demolingüística del español, precisando cuántos son y dónde se ubican sus hablantes en el mapa del mundo, por continentes y países.
- Por su parte, el que lleva por título *La economía de la enseñanza del español como lengua extranjera*, ahonda en el conocimiento de la primera de las industrias que tiene a la lengua como materia prima propiamente dicha, analizando las ventajas derivadas de los *clusters* o aglomeraciones productivas de esta actividad docente, a partir del ejemplo que ofrece la ciudad de Salamanca en España, uno de los más antiguos y a la vez dinámicos centros académicos especializados en la enseñanza del español.
- También se ha publicado ya el volumen *Las cuentas del español*, obra de estadísticos y económetras, ofreciendo un riguroso cálculo de lo que, en términos de producto y en términos de empleo, aporta el español a la economía de España, poniendo con ello al día y ampliando un trabajo pionero que hace seis años se editara por iniciativa del Instituto Cervantes, dirigido por Martín Municio.

- El libro de más reciente aparición, por ahora, es *Emigración y lengua*, que estudia el papel del español en las migraciones internacionales, aportando datos reveladores de las ventajas que —rompiendo una larga tendencia— comienza a tener el bilingüismo en inglés y español en el mercado de trabajo de los Estados Unidos: a igual nivel de cualificación, mayores salarios —no mucho más altos, pero sí más altos— para los inmigrantes hispanos bilingües, y datos ilustrativos también, por otra parte, de las ventajas que compartir el español supone para los emigrantes a España y de la mayor facilidad de integración laboral y cívica, con todo lo que ello también implica de ahorro social (pensemos en los sistemas educativo y sanitario, por ejemplo) y de valor añadido para la salud de la democracia.
- Otros cuatro libros, en fin, se encuentran en tramos muy avanzados de su elaboración, abordando en cada caso el estudio cuantificado de otros tantos campos de actividades en los que la lengua tiene presencia determinante: la Red, la industria de las telecomunicaciones, los flujos comerciales y financieros internacionales, y las industrias culturales, propiamente dichas (editorial, discográfica, audiovisual, etc.)

Ocho son, en suma, los libros en que se desglosa la cuantificación de unos u otros aspectos de la actividad económica que encuentran en la lengua algún tipo de contenido o de soporte. Con resultados ciertamente significativos en muchos casos. Sirvan

como muestra los siguientes (siempre por ahora referidos sólo a la economía española):

- Desde la perspectiva macroeconómica, a la lengua puede atribuirsele cerca del 16 por 100 del Producto Interior Bruto de la economía española, y algo más de ese porcentaje (16,2, concretamente) del empleo total en el mercado del trabajo en España, siendo la educación, las comunicaciones y las industrias culturales los sectores que registran las mayores proporciones de ese aporte de la lengua.
- 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 que proporciona el inglés entre los países anglosajones.
- En el ámbito de la internacionalización empresarial, los primeros cálculos arrojan cifras muy elocuentes del ahorro en costes de transacción cuando el proceso internacionalizador tiene como destino un país que comparte lengua con el de la empresa matriz. En los costes asociados a la negociación de los acuerdos pertinentes y al seguimiento de lo pactado, así como a la comunicación interna y al establecimiento de

normas propias de cultura de empresa, pueden conseguirse ahorros superiores incluso al 70 por 100.

- En lo concerniente a los movimientos migratorios, los resultados obtenidos tienen mucho interés. Hay que tener en cuenta que España se ha convertido en un verdadero laboratorio para el estudio de la migración en nuestros días, dado la fuerza que ha cobrado durante un decenio, entre 1998 y 2008, la entrada de inmigrantes, en cantidades anuales sólo sobrepasadas por Estados Unidos. El análisis efectuado revela que la comunidad de lengua entre España y los países americanos de habla hispana influye poderosamente en la elección de destino que hacen los emigrantes de Iberoamérica: en concreto, el efecto positivo que el español tiene sobre la tasa migratoria dirigida a España desde tierras americanas, es, si se mantienen constantes los otros condicionantes, del 2,7, lo que quiere decir que el flujo de inmigrantes iberoamericanos a España ha sido casi tres veces superior al que sería si no compartíramos la lengua. Y el dominio del español por parte de los inmigrantes que proceden de Iberoamérica influye en facilitar el acceso al empleo, la obtención de trabajos de mayor calidad y una mayor movilidad laboral ascendente, además de generar diferencias positivas de salarios que llegan hasta el 30%. Advirtiéndose algo similar en el terreno de la integración social: la comunidad de lengua materna explica un más rápido y avanzado grado de integración de los inmigrantes

procedentes de Iberoamérica, lo que se manifiesta, entre otras cosas, en su mayor movilidad residencial, en la más alta calidad de sus viviendas y su más elevada participación cívica.

Hasta aquí una pequeña muestra de la riqueza de hechos y tendencias que desvela la investigación que hoy presentamos, cuya próxima finalización deja, por lo demás, al menos dos líneas posibles de continuidad del trabajo investigador:

- Una es la posible aplicación del estudio a otros países que tengan al español como lengua mayoritaria; como ya se dispone del analítico, el que hemos construido para la economía española, sería muy útil y revelador aplicarlo en otros países mayoritariamente hispanohablantes, tomando el trabajo hecho como referencia.
- Una segunda línea, que enlaza con la anterior, es hacer algún ejercicio de agregación para estimar cifras que proporcionen órdenes de magnitud de lo que el español aporta al conjunto de la actividad que se hace en y con el español por el conjunto de países que lo utilizan mayoritariamente o en proporción significativa, como es el caso de Estados Unidos.

* * *

Terminaré ya con unas consideraciones —a modo de epílogo de cuanto he dicho— sobre el contenido del volumen décimo y último de la serie repetidamente aludida. En él, además de hacer una recapitulación de todo el trabajo, se quiere abundar en la conveniencia de articular políticas activas de fomento y ampliación de la comunidad lingüística que es suma de todos los hispanohablantes, pues el valor económico del español, en tanto que bien de club, aumentará —repítase— si aumenta el número de quienes lo adopten como canal de comunicación.

Objetivo de fomento, de ampliación que exige, a su vez, una doble labor: mejorar el atractivo de pertenecer al club lingüístico y reducir los costes que aparecen asociados al acceso a él. Sobre los costes de acceso se pueden diseñar programas y aplicar acciones de promoción de la enseñanza del idioma. Y el atractivo del club 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 y científico de la sociedad que la tiene como propia; el nivel de su calidad institucional, el grado de su desarrollo económico, cultural y democrático.

Ahora bien, referirse al prestigio de la lengua es lo mismo que 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 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 de 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 erradicación de la pobreza, de prosperidad, de calidad educativa y de modernización económica y social. De ahí que el reto de futuro del español no sea tanto un tema de demografía o de patrimonio histórico literario, cuanto de capacidad para difundirse e imponerse como lengua de uso internacional para los intercambios económicos y científicos.

La economía *del* español acaba por remitir, consecuentemente, a la economía *en* español. Al no haber mejor apoyo para una lengua —para una lengua, por lo demás, con incessantes muestras de creatividad y talento literario,— 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 que hablan en español. 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.

Pero subrayar esa concatenación entre economía, sociedad y lengua, no exime de responsabilidad a quienes deben o pueden realizar acciones concretas de defensa y promoción de este recurso estratégico de primer orden que es el español. El tema merece prioridad. El ángulo de observación que proporciona la economía añade, desde luego, sólidas razones para otorgar preferencia a la promoción del español. Filólogos y economistas podemos y debemos trabajar en la misma dirección; por fortuna, nuestros intereses son del todo coincidentes.