
Lengua, cultura, economía

Una presentación

José Luis García Delgado

El entrelazamiento de esos tres términos —lengua, cultura, economía—, que cobija los ensayos que se ofrecen a continuación, lleva ya casi un decenio rodándose en el dominio del español, un hecho del todo estimable. Acotación temporal y expresión valorativa son fácilmente justificables.

Fue al comienzo de la década que ya apunta a su final, en 2001, cuando esa incitante combinación conceptual subió, por así decirlo, a la tribuna pública y con notoriedad: la ocasión, el II Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Valladolid en aquel año; el formato, la sesión plenaria que se le dedicó. Las páginas de *Revista de Occidente* (n.º 245, octubre, 2001) dieron cuenta de ello con prontitud, delimitándose a partir de entonces un fructífero dominio de estudio, con al menos dos ambiciosos proyectos de investigación completados: el auspiciado por el Instituto Cervantes, pionero en su género (A. Martín Municio, director, *El valor económico de la lengua española*), y el ahora en vísperas de cul-

minarse promovido por Fundación Telefónica (*Valor económico del español: una empresa multinacional*).

Merece ser bien apreciado, por lo demás, que el tema haya adquirido relieve académico y social. Dos evidencias lo avalan. La primera es el papel vertebrador de la lengua en la comunidad hispánica de naciones. Ha sido siempre su base –la lengua y la cultura a ella adherida y de ella brotada–, pero en nuestros días está siendo además activo factor de vertebración, más allá de los confines de la diplomacia y de la política. Fundamental para conseguirlo está resultando, desde luego, la labor de la Asociación de las veintidós Academias de la Lengua Española para alcanzar altos y crecientes grados de homogeneidad ortográfica, fonética y sintáctica, con frutos tan logrados como el Diccionario y la Gramática comunes. La comunidad iberoamericana, dicho de otro modo, encuentra en la trabajada homogeneidad del español un resorte aglutinante de primer orden, reforzado con el Sistema Internacional de Certificación del Español como Lengua Extranjera, que el Instituto Cervantes ha puesto ya a punto.

Factor vertebrador de lo *panhispánico* que no es indiferente, por supuesto, a la dimensión económica de la realidad iberoamericana: no sólo por lo que puede reforzar los intercambios mercantiles de todo tipo entre los distintos integrantes de ese ámbito común de naciones, sino también porque la fuerte coherencia de que se está dotando la lengua española –mayor que la del inglés, nuestra referencia en tanto que idioma multinacional– es una baza extraordinaria para potenciar la actividad productiva y comercial de economías crecientemente abiertas e internacionalizadas, como son las de España y América Latina. Hay que decirlo con rotundidad: para sus posibilidades «mercantiles», la lograda unidad en la diversidad del español proporciona a éste una notoria ventaja comparativa en la economía global.

La segunda evidencia que se ha hecho más firme es el inexcu-

sable entrelazamiento que existe precisamente entre lengua y desarrollo económico y social, en el sentido más amplio y exigente de esta última expresión. Y no hay que pensar sólo en el planteamiento general de esa relación, que podría enunciarse diciendo que la lengua facilita múltiples facetas de la actividad económica, y que es la capacidad creativa de ésta el mejor soporte de la expansión de aquélla. Hay que atender concretamente al español y a la posibilidad de que acompañe al inglés –dado que no puede desbancarlo– como segunda lengua franca. Posibilidad ésta que va a depender mucho más de la calidad de nuestras economías y de nuestras sociedades que del crecimiento demográfico o de la riqueza cultural, en términos estrictos. Son las pantallas –las pantallas de los ordenadores– y no los libros lo que hoy dan primacía al inglés, se ha dicho muy certeramente; sobre todo si consideramos las pantallas no sólo como sinónimo de desarrollo científico y tecnológico, sino también como expresión de avance modernizador, de calidad educativa, de democracia asentada, de cohesión social. Ésta es la cuestión.

La economía *del* español remite, por consiguiente, a la economía *en* español. No hay mejor apoyo para una lengua que la robustez de la economía y el prestigio de la sociedad que la sostienen. El buen producto que es el español sólo cotizará al alza en el mercado global si las economías que lo sustentan se hacen más competitivas, y más sólidas nuestras democracias.

Coda. La concatenación entre lengua, cultura y economía es también una exigencia de contribuir a la defensa y promoción 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 Juan Pablo Fusi sin tapujos, desde la óptica de la historia cultural. Pero también desde el ángulo de observación que proporciona la economía tiene sentido otorgar preferen-

cia 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. Las páginas que siguen quieren contribuir a ello.

J. L. G. D.