

Circunstancia. Año V - Número 13 - Mayo 2007

Presentación

ECONOMÍA DEL ESPAÑOL, ECONOMÍA EN ESPAÑOL

Lengua y economía se interrelacionan y potencian recíprocamente. La lengua facilita múltiples facetas de la actividad económica, y es el desarrollo y la capacidad creativa de ésta el mejor soporte de la expansión de aquélla. El estudio del valor económico de la lengua no hace sino profundizar analíticamente en esa fecunda correspondencia mutua, que ya Adam Smith apuntó.

Para el español, en particular, la celebración del IV Congreso Internacional de la Lengua en Cartagena de Indias, durante la última semana del pasado mes de marzo, ha proporcionado una nueva oportunidad para subrayar dicha interdependencia, afirmándose de paso una doble evidencia. La primera, 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 22 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 a 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 en el curso del IV Congreso Internacional de la Lengua Española es el inexcusable 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 éste 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 con ingenio pero 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. Esta 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. Y en uno y otro terreno nos queda mucho al mundo hispánico por recorrer, incluso en una encrucijada como la que durante el último lustro estamos conociendo, con fuertes ritmos de crecimiento a uno y otro lado del Atlántico y con multiplicadas consultas electorales de corte democrático; pues está por ver si los buenos resultados macroeconómicos se traducen en mejoras de competitividad y en mejoras sustantivas de infraestructuras técnicas y equipamientos sociales, y no siempre, ni mucho menos, activismo electoral va de la mano de estabilidad política y de madurez institucional.

* * * *

Conforma todo ello un tema central de nuestro tiempo, dicho al modo orteguiano, al que Circunstancia quiere contribuir con los textos que a continuación se ofrecen, escritos en sus primeras versiones, bien para la revista TELOS, Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad, (nº 71, abril-junio, 2007), presentada en el repetidamente citado IV Congreso de Cartagena de Indias, bien para el Seminario Internacional celebrado en la Universidad de Alcalá del día 17 del pasado mes de abril, bajo el título “Valor económico del español”: una empresa multinacional”. Es una cortesía, en ambos casos, de Fundación Telefónica, a cuya iniciativa se debe la investigación que da unidad a los trabajos que siguen.

José Luis García Delgado.

Imprimir

Circunstancia. Año V - Número 13 - Mayo 2007

Ensayos

Para consultar un artículo, selecciónalo en el menú de la derecha.

El valor económico del español: una incitación
José Luis García Delgado

Inmigración, lengua y mercado de trabajo
Rodolfo Gutiérrez.

Economía y lengua: el español en el comercio internacional
Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona

La industria de la enseñanza del español como lengua extranjera
Miguel Carrera Troyano y José J. Gómez Asencio

El español en la red
Guillermo Rojo.

Imprimir

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Ensayos

EL VALOR ECONÓMICO DEL ESPAÑOL: UNA INCITACIÓN.

[José Luis García Delgado](#)

[Resumen-Palabras clave / Abstract-Keywords](#)

1. Cualquier consideración del valor económico de una lengua debe partir de una doble consideración: las funciones económicas que la lengua cumple, y los hechos que en nuestro tiempo agrandan la dimensión económica de las lenguas con alguna proyección internacional. Todo ello es bien conocido.

Tres son, cuando menos, esas funciones: la lengua como soporte de las industrias culturales, a manera de materia prima de la creación intelectual y artística; la lengua como medio de comunicación compartido que agiliza las tareas de identificación y de negociación entre las partes contratantes, propiciando entornos de afinidad en los mercados externos; la lengua, por último, como seña de identidad colectiva, expresión de lazos intangibles y simbólicos que nutren el capital social de una comunidad y que también aproximan las relaciones económicas.

Y tres son también los hechos que hoy potencian la dimensión económica de las grandes lenguas, como lo es el español. El primero es la avanzada internacionalización de los mercados y de los procesos productivos, con una amplitud y una profundidad que no habían tenido las precedentes fases históricas de globalización. El segundo, es la mayor demanda de productos culturales, en rápido aumento conforme lo hace la renta en todos los países. El tercero, pero ciertamente no menos decisivo, el despliegue de la sociedad del conocimiento, donde es crucial «lo que se sabe y cómo se trasmite lo que se sabe», correspondiéndole a la lengua, además, definir y articular buena parte de los factores intangibles del crecimiento que ocupan hoy el lugar central de la reflexión económica y de la actividad mercantil.

De la base que proporcionan unas y otros –funciones económicas de la lengua y hechos que hoy las realzan–, hay que partir para el estudio y el cálculo del valor atribuible a la lengua, más allá de los ingresos que genera su enseñanza, en tanto que actividad, esta última, en cuya oferta se especializan profesionales y empresas.

2. Pero no es labor fácil el avance. La dimensión económica de la lengua –dicho de modo más preciso– es resistente a la cuantificación, no obstante la compartida percepción intuitiva de los agentes económicos –individuos y empresas– acerca del “valor” del idioma. Tómense dos ejemplos que el español está proporcionando con renovada fuerza en estos últimos años: cualquier emigrante de esta América hacia España tiene presente, en el análisis coste-beneficio que está detrás de toda decisión de emigrar, que la lengua le coloca en posición ventajosa para conseguir una rápida inserción en la vida social y, particularmente, en el mercado laboral, así como un fácil acceso para sus hijos en el sistema educativo; como tienen presente las ventajas de la lengua las empresas españolas que han iniciado, aprovechando los bajos costes de transacción que procura la comunidad idiomática, su proceso de internacionalización en Iberoamérica, donde han encontrado una verdadera escuela para actuar en la economía global.

Sin embargo, repítase, es complicado pasar de ese plano intuitivo al de la estricta cuantificación. Pero, que sea difícil no quiere decir que sea imposible. Convendrá, en todo caso, dedicar esfuerzos a medir los beneficios que reporta el español, aglutinante de una de las pocas comunidades lingüísticas multinacionales que existen en un planeta que tiene censadas más de 6000 lenguas.

3. Como fuere, el valor económico del español, segunda lengua de comunicación internacional, sólo incompletamente lo puede medir una simple cifra final agregada, al modo de la que ofreció el equipo dirigido por Ángel Martín Municio en un estudio al que hay que reconocer todos los méritos de su condición de adelantado y de su buena técnica econométrica, publicado hace ya seis años. Un estudio cuya conclusión era que el español aportaba el 15 por 100 del producto interior bruto de la economía española, lo que equivale a decir que la lengua entra a formar parte del producto anual de España en la proporción que revela ese porcentaje, ya como insumo directo de un gran número de bienes y servicios, ya como insumo indirecto de prácticamente todos ellos.

Ahora bien, ese tipo de ejercicio no capta de manera adecuada, entre otras cosas, el rasgo más distintivo del español: precisamente, su destacadísima proyección internacional, es decir, lo que le confiere, en principio, una clara ventaja competitiva con otros idiomas menos extendidos. De hecho, y a pesar de que tal ejercicio no haya sido realizado sistemáticamente para otros países, no es aventurado suponer que en países con cierto nivel de desarrollo el resultado sería muy parecido, dependiendo, si acaso, las posibles escasas diferencias, del peso concreto de algunas de las actividades muy relacionadas con la lengua, como las industrias culturales y los servicios de telecomunicaciones, educación y administración pública. Para comprobarlo, baste con el ejemplo de Polonia: si se aplican los coeficientes de lengua del estudio de Martín Municio a ese país, que tiene una población total similar a la de España, aunque el número de hablantes en polaco equivalga a menos de una décima parte de los que lo hacen en español, el resultado que se obtiene es un porcentaje muy cercano al de España (con datos, en ambos casos, referidos al año 2000): para ser precisos, un punto porcentual menos, que seguramente se irá

recortando conforme crezca la economía de Polonia.

4. De ahí que conocer el valor del español –no de la lengua, en general, sino del español, en particular– requiera un plano de análisis distinto, o, al menos, complementario del anterior, pues la pregunta que habría que responder es cuánto más permite crecer económicamente el hecho de compartir un idioma de tan gran presencia internacional.

¿Cómo calcular el valor diferencial de una lengua que conforma un condominio tan extenso y multinacional como el que sin cesar amplía esta lengua abierta que es el español?

No es fácil, conviene repetirlo. Replicar el trabajo de Martín Municio, esto es, ponerlo al día con datos actualizados, siempre es posible, desde luego, incorporando además la estimación de ciertos efectos de arrastre –sobre el empleo, por ejemplo– que generan actividades muy dependientes de la lengua, efectos que en su momento no se consideraron. Pero ese camino de estudio no resulta del todo satisfactorio, aunque no sea desechable, naturalmente, y por más que no se desconozca el atractivo que tiene por doquier un número final redondo que cifre el valor total que supuestamente cabe atribuir a la lengua; el atractivo casi fatal, fetichista, que en economía tienen ciertas magnitudes agregadas, sobre las que pesa el conjuro de hacerlas creíbles incluso a quienes, por haberlas calculado, conocen bien sus insuficiencias.

5. Habrá que intentar, en consecuencia, otros caminos de aproximación, atendiendo a la dimensión económica de las principales funciones de la lengua. Si se consigue avanzar por esta vía, quizá se facilite también crear opinión –opinión pública– a favor de este compartido patrimonio que los hispanohablantes tenemos en nuestra lengua común. Cabe plantearse, por ejemplo, cuánto multiplica los intercambios económicos de todo tipo –comerciales, migratorios, de capitales– el uso de una lengua común. Una herramienta que puede resultar particularmente útil para medir eso son los llamados «modelos gravitatorios». Estos modelos permiten captar en qué medida distintos factores –la distancia, la renta, la pertenencia a un bloque regional... y también la lengua– explican una parte del comercio, de las migraciones o de los flujos de inversión entre un conjunto de países; en el caso de la lengua, ya sea como consecuencia de los costes que ahorra o de la afinidad que crea entre los agentes económicos, pues la lengua acorta también distancias psicológicas, algo muy importante en los intercambios de todo tipo. Trabajando en esta línea, será posible conocer cuánto aumenta el comercio, la inversión internacional o las migraciones una determinada lengua común; movimientos de bienes, servicios, capitales y personas que constituyen la esencia de la economía internacional.

Y otro campo que debe ser explorado en ese esfuerzo de cálculo es el que se sitúa en plano microeconómico, seleccionando muestras representativas de empresas y realizando estudios de caso –comenzando por la experiencia acumulada por Telefónica, sin ir más lejos– con objeto de disponer de una visión más detallada y cercana a la realidad productiva y comercial.

* * *

Baste aquí con este esquemático apunte para proponer nuevos frentes a la investigación del valor de la lengua y, particularmente, del español, un empeño intelectual con amplia proyección social. Es precisamente lo que legitima esta incitación.

Resumen:

La investigación del valor económico del español es un empeño intelectual con amplia proyección social.

Palabras clave:

Lengua española, economía, industrias culturales, comunicación.

[Volver](#)

Abstract:

Research into the economic value of the Spanish language is an intellectual undertaking with wide social implications.

Key Words:

Spanish language, economy, cultural industries, communication.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - N^o 13 - Septiembre 2007

Ensayos

INMIGRACIÓN, LENGUA Y MERCADO DE TRABAJO

Rodolfo Gutiérrez

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

1. Los estudios sobre el valor de la lengua para los inmigrantes
 2. Las migraciones de y hacia las zonas hispanas
 3. El estudio del valor de la lengua para los inmigrantes en España
 4. Conclusión
- Referencias bibliográficas.

Las migraciones son uno de los principales medios por los que el valor de una lengua se acrecienta o se reduce. La economía y la sociología de la lengua suelen analizar la relación entre migraciones y valor de la lengua en variados escenarios, de los cuales los más importantes son, por un lado, la influencia de la comunidad lingüística sobre la dirección de los flujos migratorios y, por otro lado, la relación entre las características lingüísticas de los inmigrantes y sus logros en el mercado de trabajo. Este artículo se centra en este segundo escenario y ofrece, en primer lugar, un rápido balance de los estudios sobre el tema; en segundo lugar, se describen las tendencias recientes de la inmigración internacional y su impacto, como origen o como destino, en las áreas hispanas; y finalmente, se ofrecen unos primeros resultados descriptivos sobre el valor de la lengua para los inmigrantes en España.

1. Los estudios sobre el valor de la lengua para los inmigrantes [1]

La relación entre las competencias lingüísticas de los inmigrantes y sus logros en el mercado de trabajo ha constituido uno de los más habituales temas de interés para la economía de la lengua en las dos o tres últimas décadas. Como ha señalado Grin (2003), esa investigación se ha repartido entre cuatro focos predominantes de interés, correspondientes a las situaciones más típicas de contacto o competencia entre lenguas ocasionadas por la inmigración:

- a) la discriminación atribuible a la pertenencia de un individuo a una comunidad lingüística, la de su primera lengua;
- b) el valor del conocimiento de una segunda lengua, cuando ésta es demográficamente dominante en un territorio, cuya situación más típica es la de los inmigrantes que no comparten la comunidad lingüística del territorio de destino;
- c) el valor del conocimiento de una lengua extranjera, o de una segunda lengua, cuando ésta no es demográficamente dominante en el territorio considerado, cuyos casos más habituales son, por un lado, los de las personas residentes de un país (por ej., Francia) que adquieren el conocimiento de una lengua extranjera (por ej., el español) y, por otro lado, las situaciones de territorios con bilingüismo oficial, en las que personas de una determinada comunidad lingüística (por ej., hablantes de español) adquieren la competencia en otra lengua oficial de ese territorio (por ej., el catalán);
- y d) los rendimientos de la lengua de los inmigrantes (la que conocen como lengua materna por su origen) en su país de destino, una situación generalizable a todos los inmigrantes que no comparten comunidad lingüística con el territorio de destino.

Los estudios del tipo a) tienen una sólida fundamentación en las teorías económicas de la discriminación. En su vertiente empírica, estos estudios han proporcionado evidencias --principalmente referidas a EEUU, Canadá y Suiza-- de diferenciales de renta entre individuos que pertenecen a diferentes comunidades lingüísticas, diferenciales que se pueden mantener aún cuando se conozca también la lengua que es dominante en el territorio. Con un enfoque cualitativo, se han realizado estudios en España (Alarcón, 2004; Solé et al., 2005) que constatan diferencias en la selección y en la promoción de las plantillas en función de sus perfiles lingüísticos, y, en general, posiciones de superordenación o subordinación, vinculadas a los orígenes nacionales de las culturas de empresa, de unos idiomas respecto a otros en la estratificación de las plantillas.

Con frecuencia, los estudios de discriminación lingüística no llegan a resolver la cuestión de si ese resultado discriminatorio es debido a una "orientación discriminatoria pura", fruto de una preferencia o prejuicio de los actores económicos; a una "discriminación estadística", basada en que la comunidad lingüística entre empleador y trabajador facilita al primero el evaluar ex ante la potencial productividad de éste; o simplemente, tiene su causa en un problema de mayores costes de comunicación entre individuos de diferentes grupos etno-lingüísticos.

Los estudios del tipo b), principalmente los referidos al rendimiento que se consigue con el conocimiento de la

lengua del país de destino de los inmigrantes, dominan claramente la literatura empírica sobre este tema. El grueso de esta literatura está referida a la inmigración en EEUU y a su conocimiento del inglés, con trabajos que han sentado los fundamentos teóricos de estos estudios (Chiswick y Millar, 1995) o que han ofrecido balances de los resultados empíricos (Mora, 2003). A pesar de la importancia de la inmigración en Europa, y con la excepción de algunos estudios en el Reino Unido y Alemania, apenas hay referencias a investigaciones sobre el tema en otros países de este continente (Zinnmermann, 2005).

El grueso de la literatura de este tipo, particularmente la norteamericana, suele mostrar que la "sanción" por el desconocimiento de la lengua del país de destino de los inmigrantes raramente se sitúa por debajo del 15 por 100 de las ganancias salariales, con variaciones relacionadas a sus diferentes orígenes (por ejemplo, esa "sanción" es superior entre los inmigrantes de origen hispano en EEUU), con el modo en que se definía el conocimiento de la lengua y con características personales de los inmigrantes, como el nivel educativo o el sexo. También es una evidencia muy generalizada que el desconocimiento de la lengua reduce los rendimientos de otras dimensiones del capital humano, más específicamente, la formación básica o genérica, de tal manera que el diferencial de salario entre los inmigrantes con nivel educativo superior (al menos 16 años de escolarización) oscila, según los estudios, entre el 25 y el 75 por 100.

Los estudios del tipo c), referidos a los rendimientos relativos del conocimiento de la lengua no dominante en territorios bilingües o multilingües, son abundantes y habituales en áreas como Québec, Suiza y Bélgica. Los resultados de estos estudios son bastante desiguales; la prima del bilingüismo es muy variable según territorios --por ejemplo, son altas las primas del bilingüismo francés-inglés en Québec, pero no en otras zonas de Canadá--, dependiendo de cual sea la lengua que es objeto de análisis y su peculiar relación con la lengua dominante, y según ciertas características de los individuos --por ej., la edad, el sexo o el nivel educativo. Un aspecto que puede tener relación con la escasa consistencia de los resultados de estos estudios, es la influencia proveniente, en los rendimientos laborales de una segunda lengua bajo condiciones de bilingüismo, de la protección pública de esa lengua y de la existencia de mercados de trabajo que privilegian el conocimiento de dicha lengua (por ejemplo, en los servicios públicos).

Los estudios del tipo d) son los más escasos y, en general, proporcionan resultados de rendimientos bajos en términos de primas de salario a favor de las lenguas de los inmigrantes. El "enfoque transnacional" en el estudio de las migraciones internacionales (Levitt y Nyberg-Sorensen, 2004) ha reforzado el interés por el valor de las lenguas de los inmigrantes, en la medida en que éstos, con frecuencia bilingües o multilingües, contribuyen a desarrollar nuevas comunidades transnacionales que conectan grupos de diferentes comunidades lingüísticas en origen y destino y canalizan, en la esfera global, un flujo permanente de recursos económicos, sociales, políticos y culturales.

[Volver](#)

2. Las migraciones de y hacia las zonas hispanas [2]

La inmigración internacional ha tendido a concentrarse de manera muy intensa en las áreas más desarrolladas del planeta. Como resultado de esa tendencia, el grueso de la inmigración internacional se concentra en Europa y Norteamérica, aunque su peso relativo es bastante superior en esta segunda zona: en 2005, los 64 millones de inmigrantes de Europa representaban el 9% de su población total y los 44 millones de Norteamérica el 13%; Oceanía, con sólo 5 millones, tenía un 15% de inmigrantes. Aunque en esta fecha había en Asia (53 millones) y en África (17 millones) cuantiosas cifras absolutas de inmigrantes, su peso relativo no pasaba en ninguno de los dos continentes del 2%. Una proporción similar a la de la inmigración en Iberoamérica, sólo que en esta región la inmigración total no llegaba a los 7 millones.

El hecho más sobresaliente, en lo relativo presencia de inmigración de origen hispano en las áreas desarrolladas, es que Estados Unidos es, con mucha diferencia, el destino del grueso de esta inmigración. A comienzos de esta década, más de 16 millones de nacidos en países de habla hispana residían en EEUU, lo que suponía un 5,6% de la población total de ese país y un 87 % del total de inmigrantes hispanos que viven en el conjunto de países de la OCDE. Además de España, sólo en cuatro países de este área (Francia, Canadá Italia y Gran Bretaña) la inmigración hispana llega a superar la cifra de 100.000 personas, y en ningún país de la OCDE, a excepción de EEUU y España, la inmigración de ese origen llega a representar siquiera el 1% de su población total.

La emigración procedente de Iberoamérica ha adquirido una magnitud muy considerable. Esta emigración se ha dirigido parcialmente a destinos en otros continentes, Europa y Japón, pero en su inmensa mayoría lo ha hecho hacia el Norte del continente, Estados Unidos, sobre todo, y hacia Canadá, en menor medida. Ambos destinos han acogido a más de tres cuartas partes de todos los flujos de emigración hacia el exterior. Si se mira desde la perspectiva de la distribución de esta emigración en los países más desarrollados, de los casi 21 millones de residentes en la OCDE nacidos en Latinoamérica y Caribe, casi 18 millones están en Estados Unidos y otros 600.000 en Canadá. [3]

En cuanto a la inmigración hacia el área iberoamericana, se pueden destacar dos tendencias dominantes en la etapa más reciente (Martínez Pizarro y Villa, 2005). En primer lugar, una reducción de los volúmenes de inmigración exterior que se reciben en la región, por la no renovación de los flujos y el declive demográfico de sus contingentes de inmigrantes. En segundo lugar, el desigual desarrollo de la región ha contribuido a aumentar las migraciones que tiene como origen y destino la propia región, aunque los volúmenes son bajos si comparan con los de la emigración hacia fuera de la región.

Estas tendencias han hecho que, en las últimas décadas, se haya transformado significativamente la presencia y la composición de la inmigración en este área. [4] Desde los años setenta, el volumen de inmigrantes de fuera de

la región no ha dejado de disminuir: los casi 4 millones de 1970 se habían reducido a la mitad en el año 2000. El peso relativo de la inmigración procedente de fuera del área latinoamericana ha venido disminuyendo de tal modo que, en las tres décadas finales del siglo, había pasado de suponer tres de cada cuatro inmigrantes a constituir sólo dos de cada cinco. El aumento de las migraciones de la propia región no ha sido suficiente para incrementar el volumen total de inmigración, que en el año 2000 no alcanzaba los 5 millones, una cantidad algo menor que la de 1970. Además, debido al aumento de la población autóctona, la inmigración alcanzaba un peso demográfico entre los más bajos de todas las grandes regiones del mundo, con apenas 1,5% de la población total.

En los principales países de habla hispana, la inmigración de habla no hispana apenas supone, al comienzo de esta década, el 0,5% del total de población de la región. Esta es una pauta muy común a todos los países de habla hispana del área. Aunque en algunos de ellos, la inmigración de origen no hispano sigue alcanzando cifras absolutas apreciables –de más de medio millón en Argentina, y de varios cientos de miles en México y Venezuela-, en ninguno de los países de habla hispana la inmigración procedente de otros dominios lingüísticos supera una presencia del 2% de la población total.

[Volver](#)

3. El estudio del valor de la lengua para los inmigrantes en España

El hecho más relevante, referente a las migraciones recientes en el ámbito hispano, lo constituye la importancia que ha tomado España como destino. En menos de una década, España ha ido apareciendo como uno de los grandes destinos de la inmigración internacional. En 2005 se situaba como el décimo país del mundo por volumen de inmigrantes; el único país de habla hispana entre los 20 países con mayor volumen absoluto de inmigración. España ha sumado algo más de 5 millones de inmigrantes (entre personas de nacionalidad extranjera y de nacidos fuera de España que poseen la nacionalidad española), de las cuales dos tercios son personas originarias de países cuya lengua mayoritaria no es el español y que, en su mayoría, han aprendido o están aprendiendo esta lengua. Este ciclo de intensa inmigración hacia España aún no se ha detenido y seguirá incrementando de manera muy significativo ese volumen de personas que entran en contacto con la lengua española.

La parte mayoritaria de esta población no hispanohablante está formada por inmigrantes laborales procedentes, principalmente, de países del Magreb y del África subsahariana, del Este de Europa y de Asia; otra parte son residentes temporales o estables, de origen europeo en su mayor parte, atraídos por el buen clima de las costas mediterráneas y las islas.

La cuantía y la variedad de orígenes de los extranjeros residentes en España representan una oportunidad de expansión del español en áreas muy amplias y diversas del mundo, en las que, además, la presencia de la cultura española, en general, y del español en particular, viene siendo muy escasa. Es el caso de los mayores países del Este de Europa (Polonia, Rumania, Bulgaria, Rusia y Ucrania, por ej.), el área del Magreb, el África subsahariana, China y algunos otros países del sudeste asiático, e incluso de Escandinavia.

Una aproximación descriptiva a los logros laborales de los inmigrantes en función de su origen proporciona ya indicios claros de la influencia de la comunidad lingüística. Con datos de la Encuesta de Población Activa del 2º trimestre de 2006, y referidos a inmigrantes de tres orígenes (países de habla hispana, europeos no de la UE y africanos), pertenecientes a iguales grupos de edad (25-50 años), nivel educativo (primario) el tiempo de estancia en el país (uno o tres años), para controlar el efecto de estos factores sobre la exposición al conocimiento del español, se obtienen los siguientes resultados: en primer lugar, los inmigrantes de origen hispano tienen niveles más altos de empleo que los de otros orígenes, sólo ligeramente mejores que los de los europeos y marcadamente superiores a los de los africanos; en segundo lugar, ese diferencial positivo de empleo de los hispanos se reduce con el tiempo de estancia, lo que podría asociarse con las mejoras en competencias lingüísticas de los inmigrantes de otras lenguas maternas; en tercer lugar, la prima de empleo de los hispanos desaparece entre los inmigrantes de niveles educativos medios y altos, ya que los inmigrantes europeos tienen tasas de empleo más altas en esos grupos. Este último resultado abre la puerta a consideraciones sobre si, como suele ser habitual, la competencia lingüística incrementa el rendimiento de otras dimensiones del capital humano, o si, como parece el caso en la situación española, compartir el origen europeo se impone sobre la comunidad lingüística como factor que facilita el logro laboral.

Los escasos estudios analíticos existentes sobre la influencia del conocimiento de la lengua en el logro laboral de los inmigrantes en España apuntan también resultados según los cuales la comunidad lingüística (la procedencia de América del Sur, en concreto) favorece una mayor y más rápida asimilación laboral de los inmigrantes (Sanromá, Ramos y Simón, 2006).

El proyecto de investigación del que forma parte este trabajo se ha propuesto analizar la influencia del conocimiento de la lengua española en los rendimientos laborales de los inmigrantes residentes en España. Hasta ahora, no ha sido posible llevar a cabo ese análisis en las condiciones debidas, ya que no se dispone de fuentes estadísticas que recojan datos sobre la competencia lingüística de los inmigrantes junto a datos de ocupación, salarios o renta.

Esta carencia de datos quedará parcialmente solventada a muy corto plazo, cuando se dispongan, en 2007, los primeros datos de la Encuesta Nacional de Inmigrantes, que está siendo realizada por el INE. Esta encuesta contiene ya un aceptable conjunto de observaciones sobre características lingüísticas, que incluyen la especificación de la lengua materna del encuestado, qué otras lenguas conoce, el nivel de competencia en el idioma español y en la lengua propia de la comunidad autónoma. La encuesta también contiene observaciones sobre salario y sobre todas las características sociodemográficas, de historia migratoria y de experiencia laboral que suelen tomarse en cuenta como factores que influyen en los logros laborales de los inmigrantes.

4. Conclusión

Las migraciones constituyen una de las principales vías de expansión o de contracción del número de hablantes de una lengua y, por ello, uno de los procesos más importantes en la configuración de su valor económico. En la época actual, con la creciente globalización de los intercambios comerciales y culturales, así como el extraordinario desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías de la información, se han multiplicado las ocasiones de intercambio lingüístico sin movimiento físico de las personas. Pero también, y en buena parte por esas intensas dinámicas de globalización, se han ampliado y diversificado los movimientos migratorios, por lo que las migraciones internacionales siguen jugando un papel fundamental en la mejora o la reducción del valor económico de una lengua.

Los flujos migratorios más recientes han ocasionado una fuerte concentración de las ocasiones de expansión del valor económico del español por esta vía en un par de destinos: Estados Unidos y España. En el primer caso por la singular magnitud de la comunidad de habla hispana; en el segundo por la intensidad y la variedad lingüística de los flujos migratorios que se vienen recibiendo.

El estudio del valor del español para los inmigrantes en el mercado de trabajo de España está todavía en una fase muy inicial, pero ya hay indicios claros de cómo se recompensa la comunidad lingüística o el aprendizaje del español con mejores niveles de empleo o de integración laboral. La investigación adecuada de ese valor está aún pendiente de que se disponga de los datos que permitan relacionar sistemáticamente las competencias lingüísticas de los inmigrantes con sus logros laborales.

[Volver](#)

Referencias bibliográficas

ALARCÓN, A. (2004), Economía, política e idiomas. Intercambio lingüístico y sus efectos sobre la eficiencia y la distribución de los recursos, Consejo Económico y Social.

CHISWICK, B. R. y P. W. Miller (1995), "The Endogeneity between Language and Earnings: International Analyses", *Journal of Labor Economics*, 13-2, 246-88.

CRIADO, M. J.: (2006), "Inmigración y población latina en los Estados Unidos: rasgos y tendencias", Seminario internacional Valor económico del español: una empresa multinacional, Fundación Telefónica, 22-23 de junio de 2006, Sevilla

GRIN, F. (2003), "Language Planning and Economics", *Current Issues in Language Planning*, vol. 4-1, 1-66.

GUTIÉRREZ, R. (2006a), "Migraciones internacionales y valor económico del español", Seminario internacional Valor económico del español: una empresa multinacional, Fundación Telefónica, 22-23 de junio de 2006, Sevilla.

GUTIÉRREZ, R. (2006b), "Inmigración, lengua y mercado de trabajo", Seminario internacional Valor económico del español: una empresa multinacional, Fundación Telefónica, 23-24 de octubre de 2006, Montevideo.

LEVITT, P. y N. NYBERG-SORENSEN (2004), "The transnational turn in migration studies", *Global Migration Perspectives*, 6 (<http://www.gcim.org>).

MARTINEZ PIZARRO, J. y M. VILLA (2005), "International migration in Latin America and the Caribbean: a summary view of trends and patterns", Expert Group Meeting on International Migration and Development, Naciones Unidas, Nueva York, 2005 (<http://www.un.org/esa/population/publications/ittmigdev2005/ittmig2005.htm>).

MORA, M. T. (2003), "An Overview of the Economics of Language in the U.S. Labor Market: Presentation Notes", American Economic Association Summer Minority Program, Universidad de Colorado.

SANROMA, E., R. RAMOS y H. SIMÓN (2006), "Inmigración reciente en España: sobreeducación y asimilación en el mercado de trabajo", IX Encuentro de Economía Aplicada, 8-10 de junio de 2006, Jaén.

SOLÉ, C., A. ALARCÓN, A. TERRONES y L. GARZÓN (2005), "Eficiencia y discriminación lingüística en la empresa", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 109, 11-35.

ZIMMERMANN, K. F. (2005), *European Migration: What Do We Know?*, Oxford, Oxford University Press.

[1] Una exposición más amplia sobre la perspectiva teórica y los resultados empíricos de estos estudios puede verse en Gutiérrez (2006b).

[2] Una información más detallada de las migraciones en estas áreas puede verse en Gutiérrez (2006a).

[3] Los datos sobre inmigración en países desarrollados proceden de: OECD, Database on foreign-born and expatriates (<http://www.oecd.org>). Más específicamente, sobre la inmigración hispana en Estados Unidos ver Criado (2006)

[4] Los datos sobre inmigración en la región iberoamericana proceden de: CEPAL, Base de datos IMILA

[Volver](#)

Resumen:

Las migraciones son uno de los procesos más importantes en la configuración del valor económico de una lengua y uno de los medios por los que una lengua se acrecienta o se reduce.

Palabras clave:

Inmigración, lengua española, mercado trabajo, economía.

[Volver](#)

Abstract:

Migrations are one of the most important processes in shaping the economic value of a language and one of the means by which a language grows or shrinks.

Key Words:

Immigration, Spanish language, work market, economy.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Ensayos

ECONOMÍA Y LENGUA: EL ESPAÑOL EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

1. La lengua como argumento económico
2. Lengua, comercio y la ley de Newton de la gravitación universal
3. El español en los flujos comerciales internacionales
4. Breve apunte conclusivo

Ortega, al reflexionar sobre el provenir de la lengua francesa en las páginas de La Prensa bonaerense, escribió en 1911: «Como no se abren todas las puertas con la misma llave, no todos los pensamientos se pueden pensar en una lengua, ni todas las metáforas florecen en un solo vocabulario, ni todas las emociones son compatibles con una gramática única». Tampoco el intercambio económico entre los individuos –o el comercio entre los países– se sujeta a un solo idioma, por más que algunos hayan aspirado históricamente a constituirse en lingua franca. Las lenguas son, ante todo, herramientas de comunicación, y de ahí su tendencia a la unicidad. Así le sucedió al propio español durante la Reconquista, cuando sólo era «castellano», una más entre las lenguas peninsulares, y «Castilla se adelanta a los otros dialectos afines», como tan vivamente supo describir Menéndez Pidal en su póstuma Historia de la lengua española. Pero las lenguas son también elementos distintivos, depósitos de riqueza cultural que conforman la identidad de los pueblos, reforzando así la diversidad lingüística que subsiste en el mundo actual. Una lengua común, se dirá, no es condición sine qua non para el intercambio, y así lo demuestra cada día la babélica y comerciante Europa. La pregunta es si compartir una lengua –y hacerlo en un condominio tan amplio como el del español, con sus cerca de 450 millones de hablantes– aporta algún plus, algunas ventajas cuantificables a la hora de comerciar. Que el inglés, la lengua de los negocios internacionales, cuenta con ellas, resulta innegable. El objeto de estas páginas será mostrar que también lo es en el caso del español.

1. La lengua como argumento económico

La conexión entre lengua y comercio no ha sido explorada sino hasta fechas muy recientes en la literatura económica. Y ello a pesar de que Adam Smith, en las páginas de su Riqueza de las naciones, hubiera advertido tempranamente la importancia comercial de la lengua, al preguntarse por «el principio que motiva la división del trabajo»: ésta era, a su juicio, la consecuencia de «la propensión a permutar, cambiar y negociar una cosa por otra»; una propensión que, a su vez, «como parece más probable, es la consecuencia de las facultades discursivas y del lenguaje» [1]. La lengua, en definitiva, es lo que distingue al ser humano del resto de las criaturas: es lo que le permite cooperar, comerciar y, de ahí, especializarse.

También Jacob Marschak, el padre de la Economía de la lengua, concebía a ésta –casi dos siglos después– como «el más desarrollado sistema de comunicaciones entre las organizaciones humanas»: un medio de intercambio, una especie de moneda única cuyo uso reducía los costes de transacción [2]. Pues bien, a pesar de estos antecedentes, a la lengua le ha costado abrirse camino dentro de los cauces del análisis económico.

La Economía neoclásica se ha construido, desde hace siglo y medio, sobre la base de tres grandes factores productivos: capital, trabajo y tecnología. Y la lengua encaja difícilmente en este esquema analítico. Quizá por su carácter lábil y complejo, al punto de ser, a la vez, parte integrante de estos tres factores, aunque en principio cueste advertirlo. Por un lado, la lengua es, ante todo, una tecnología social de comunicación, si bien ha sido vista comúnmente, por decirlo de un modo actual, como una especie de software libre, sin costes, y, por tanto, sin retribución específica dentro del producto. Por otro lado, la lengua, en tanto que destreza comunicativa, es parte del capital humano, y, por tanto, del factor trabajo tal y como hoy se concibe: de este modo, el conocimiento de varias lenguas –o el buen uso de una– se monetiza en el mercado de trabajo, bien lo sabe cualquier emigrante, como lo hace cualquier otra habilidad educativa. Por último, la lengua también contribuye a la formación de capital; pero no del capital físico, en la concepción neoclásica, sino del capital social, ese «pegamento social» –en la acepción de Putnam– en forma de redes de relación y lazos de confianza que tanto contribuye al crecimiento, como se reconoce cada vez más ampliamente en la literatura, aunque siga siendo en todas sus facetas tan difícil de cuantificar.

Todo ello se deriva de tres cualidades económicas de la lengua –de una lengua compartida, se entiende– que potencian los intercambios, y tanto más cuanto más extendida sea ésta: en primer lugar, como bien de club que difunde externalidades de red y permite, con ello, multiplicar el potencial comunicativo de una colectividad; en segundo lugar, la lengua como reductora de los costes de transacción, al modo en que lo hace una moneda común o el levantamiento de una barrera comercial, y, tercero, como amortiguadora de la distancia psicológica entre los mercados, un concepto que remite a la Escuela sueca de Uppsala.

Cada una de estas propiedades opera en sentidos distintos –ampliación del mercado, reducción de los costes, acercamiento personal–, pero en una misma dirección, que Lazear ha sabido resumir en una sola frase: «Una cultura y un lenguaje comunes facilitan el comercio entre los individuos» [3]. La cuestión estriba en cómo examinar –y cuantificar, ya que estamos hablando de Economía– la relación entre lengua y comercio. Una vieja ley, prestada de la Física, sirve hoy a estos propósitos.

[Volver](#)

2. Lengua, comercio y la ley de Newton de la gravitación universal

Cuando Isaac Newton, sobre los hombros de Galileo y Kepler, y quién sabe si bajo algún manzano, formuló hacia 1665 su famosa ley de la gravitación universal, estaba aportando un instrumento analítico que, de las ciencias físicas, podía trasladarse a las sociales. En efecto, si dos cuerpos celestes se atraen en proporción directa a sus masas respectivas, e inversa al cuadrado de la distancia que les separa, algo parecido sucede con el comercio internacional: dos países grandes y próximos intercambiarán más, en principio, que dos países pequeños y alejados. En principio. Porque, como los fenómenos de la Economía suelen estar sujetos a complejidades añadidas a los de la Física, por no hablar de su mayor imprecisión, deben considerarse en sus modelos otras variables que pueden modular, según el caso, el resultado final. Así, compartir una frontera o formar parte de un mismo bloque comercial son factores que estimulan los intercambios, más allá del tamaño económico de los países o de los kilómetros que les separan. Y la lengua –compartir un mismo idioma– aparece también como una variable clave del comercio. Al menos, es una buena hipótesis a contrastar.

Los modelos gravitatorios –así se llaman también en Economía los inspirados en la fórmula de Newton– han sido aplicados al estudio de los determinantes del comercio internacional. Los flujos de intercambio bilateral entre cada par de países de los que se dispone de información se hacen depender de un conjunto de otras variables, comenzando por las dos fuerzas básicas de atracción gravitatoria que acaban de enunciarse: el peso económico de los países y la distancia que les separa. Compartir una lengua y ser socios de un acuerdo de integración regional (Unión Europea, Nafta, Mercosur, Asean...) son variables dicotómicas –dummies, en la terminología inglesa– que toman el valor uno en caso afirmativo, y cero en el contrario; junto a ellas se incluyen a veces otras de este mismo carácter: compartir frontera, creencias religiosas o una antigua relación colonial, entre las más frecuentes. También se pueden incluir en el modelo, aunque en este caso la definición de las variables puede plantear dificultades añadidas, otros factores, como los de similitud cultural o calidad institucional, a partir de indicadores, siempre cuantitativos, de estos aspectos. El objeto es llegar a conocer, del modo más aquilatado posible, el efecto de cada uno de estos factores en la determinación de los flujos internacionales de comercio.

Los autores de estas páginas hemos realizado un ejercicio econométrico de este tipo con el fin de aproximar lo que una lengua común –y el español, en concreto– aporta al comercio bilateral de los países, descontando lo que suponen los otros factores enunciados. Para ello se ha seleccionado una muestra de 51 países que abarca los cinco continentes. Hay, por supuesto, un amplio conjunto de países de habla hispana –diez repúblicas iberoamericanas, entre ellas todas las de mayor tamaño económico y demográfico, más España–, pero también otros muchos de las más diversas características, comenzando por un nutrido grupo de países anglosajones, lo que resulta esencial a efectos del modelo: dado que todos los países comercian, sólo se puede contrastar debidamente el peso del español en los flujos económicos internacionales en relación con el que ejercen otras lenguas en sus respectivos ámbitos de influencia.

La serie temporal de nuestros datos, el período casi decenal 1996- 2004, ha servido para construir un modelo – inédito hasta ahora en los trabajos de este tipo– de datos de panel, esto es, en forma matricial, que permite analizar el efecto de las distintas variables que se incorporan a la ecuación de gravedad a lo largo de este decurso reciente.

El modelo gravitatorio, según acaba de apuntarse, trata de ponderar el peso relativo de cada una de las variables incluidas en la ecuación, y su importancia a la hora de explicar las exportaciones de bienes entre dos países cualesquiera. Por tanto, la variable a explicar son los flujos bilaterales de exportaciones; y las variables explicativas se pueden agrupar en dos categorías: la primera engloba a las variables gravitatorias básicas; la segunda, a las otras variables que inciden sobre el comercio entre los países. Las variables básicas de atracción son, por un lado, el tamaño económico, la masa –podría decirse, por similitud con los cuerpos celestes– de los socios comerciales, y, por otro, la distancia que les separa. La dimensión económica de los países (medida en millones de dólares norteamericanos) se aproxima tanto en términos absolutos, a través del Producto Interior Bruto (PIB), como en términos relativos, a través del PIB per cápita (que refleja además el nivel de desarrollo de los países involucrados en los intercambios). La distancia física, geodésica, se mide en kilómetros.

Dentro de las restantes variables que condicionan el comercio bilateral entre los países, las de carácter dicotómico –las ya referidas dummies, cero-uno– no plantean problemas esenciales de definición (compartir frontera, lengua [4], religión, antigua relación colonial o pertenecer a un mismo bloque regional de comercio), pero sí las que tratan de cuantificar aspectos de carácter tan cualitativo como la distancia cultural o institucional entre los países, o la calidad institucional de cada uno de ellos. La inclusión en el modelo de estas variables ayuda, sin duda, a afinar sus resultados, pero plantea dificultades específicas de definición y medida.

Se han incorporado, en este sentido, dos variables «institucionales» que captan, por una parte, la distancia institucional entre dos países y, por otra, la calidad institucional de cada uno de ellos, tanto del exportador como del importador; y, junto a ellas, otra variable «cultural» que cuantifica la distancia cultural entre cada par de países a través de indicadores de los usos, valores y costumbres propios de cada sociedad. Estas variables de índole institucional y cultural se han ido incluyendo en las sucesivas especificaciones de la ecuación de gravedad con el fin de identificar los factores que mueven el comercio internacional, reduciendo o aumentando la fuerza de

atracción comercial que, de modo natural, se da entre los países. Se trata, en todo caso, de indicadores económicos contruidos a partir de bases de datos específicas –y distintas de la base de Chelem, Comptes harmonisés sur les échanges et l'économie mondiale, edición 2005, que se ha empleado con carácter general–, que requieren alguna aclaración conceptual. Primero se aludirá a los aspectos institucionales.

En los últimos años, siguiendo la estela de North, han aparecido distintos trabajos teóricos [5] que ponen de manifiesto la importancia de las instituciones en el crecimiento de los países como mecanismo reductor de los costes de transacción, estimulando así la eficiencia de los mercados y potenciando, por tanto, los intercambios comerciales. El cascabel del gato es, sin duda, la cuantificación de esos aspectos institucionales que se presumen tan esenciales. Daniel Kaufmann, desde el Banco Mundial, ha sido capaz, junto a su equipo de investigadores, de crear una base de datos periódicamente actualizada para 216 países, sobre seis aspectos relativos a la gobernabilidad [6]: voto y control; estabilidad política y ausencia de violencia; efectividad gubernamental; calidad regulatoria; Estado de derecho (cumplimiento de la ley), y control de la corrupción. Todas estas dimensiones se mueven en un rango de valores que oscila entre 2,5, en el caso más favorable, y -2,5, en el peor. Para nuestro modelo de gravitación se han calculado las diferencias entre cada dos países de la muestra, y para cada uno de esos seis aspectos: de su media aritmética surge el indicador agregado de la distancia institucional bilateral (DI_{ij}). La calidad institucional se obtiene directamente a partir de los valores obtenidos para cada país, y permite incorporar, en la explicación del comercio de cada dos de ellos, este indicador del buen gobierno, tanto del país exportador (IQ_i) como del importador (IQ_j).

Los aspectos culturales, al igual que estos institucionales, son difíciles de medir también. Un punto de partida es la distinción entre «familiaridad» y «similitud» cultural. La primera se refiere a los lazos de confianza que puede generar el hecho de compartir un mismo idioma, una misma religión o un antiguo vínculo colonial. La segunda alude al parecido de los valores y normas culturales imperantes en cada sociedad. El profesor Geert Hofstede ha venido recopilando esta información desde el decenio de 1980 –y actualizándola regularmente [7]– a través de un amplio procedimiento de entrevistas individuales, de tal modo que ha ido mejorando el grado de cobertura de su estudio (inicialmente, contando con los trabajadores de la empresa multinacional IBM de 64 países; posteriormente, incorporó los resultados de encuestas a estudiantes de 23 países, elites de 19, pilotos comerciales de 23, consumidores de 15, y funcionarios de 14 países). Pues bien, el procedimiento consiste en asignar una puntuación entre 0 y 100 para un total de cuatro dimensiones características de la similitud cultural entre los países [8]: distancia al poder; individualismo vs. colectivismo; masculinidad vs. feminidad, e índice de aversión al riesgo. Para hallar la distancia cultural entre cada dos países de la muestra (DC_{ij}) se han calculado de nuevo las diferencias bilaterales para cada una de estas categorías y para cada par de países y, de ahí, se ha obtenido la media aritmética de las cuatro a fin de tener un valor agregado de la similitud cultural entre el país exportador y el importador.

Sobre estas bases metodológicas, el trabajo cuantitativo de estimación se ha desarrollado en sucesivas etapas, con diferentes especificaciones de la ecuación de gravedad: partiendo de la ecuación más sencilla, tan sólo con las variables gravitatorias básicas, se han ido incorporando las ya citadas variables adicionales, lo que ha permitido ir mejorando la bondad del ajuste de nuestro modelo, y, con ello, la precisión del cálculo con que cada variable explicativa, entre ellas la lengua, afecta al comercio internacional.

La especificación básica del modelo –en la que todas las variables son estadísticamente significativas y presentan el signo esperado a priori– muestra cómo, en primer lugar, a mayor tamaño económico, tanto en términos absolutos (PIB) como relativos (PIB per cápita), mayor nivel de intercambio comercial (signo positivo); segundo, que a mayor distancia física entre los países, como también era esperable, menor volumen de comercio (signo negativo); tercero, que la existencia de una frontera común entre dos países vecinos potencia en un 55 por 100 sus intercambios (signo positivo); cuarto, que compartir un mismo idioma multiplica casi por dos veces (aumento del 195 por 100) dichos intercambios bilaterales (signo positivo), y, quinto, que pertenecer a un mismo bloque comercial lo hace apenas en un 50 por 100 (con signo, en todo caso, positivo). Esto de una clara idea, antes incluso de introducir en el modelo las otras variables culturales e institucionales ya enunciadas, de la importancia de la proximidad lingüística como factor determinante del comercio internacional entre los países.

La especificación completa del modelo, incluyendo ya todas las variables institucionales y culturales, aporta nuevas conclusiones y matices de interés sobre las anteriores. En primer lugar, el coeficiente del indicador agregado de distancia institucional cambia de signo (de negativo a positivo, lo que resulta en principio sorprendente: más distancia, más comercio) y mejora en su nivel de significación cuando se incorporan al modelo la calidad institucional del país exportador y la del importador. Al considerar la calidad, una menor distancia (o mayor homogeneidad) institucional, parece favorecer el comercio entre países desarrollados, económica e institucionalmente; en cambio, para el conjunto de países menos desarrollados, en los que su homogeneidad institucional se basa comúnmente en la mala calidad, no cabe esperar, de esa menor distancia, un mayor comercio, sino más bien lo contrario. De manera que a mayor distancia institucional entre los países, mayor, pero muy poco, será el intercambio comercial; y a mayor nivel de calidad institucional del país exportador e importador, mayor flujo de comercio mutuo. El signo positivo de la variable distancia institucional sugiere que entre países más alejados institucionalmente, es decir, entre los que existe una gran diferencia en el marco regulatorio y de buen gobierno, se da un «efecto sustitución», aunque leve, a tenor de la magnitud del coeficiente, de la producción nacional por importaciones de terceros país con mejores instituciones.

En segundo lugar, parece claro que una mejor calidad del marco institucional reduce la incertidumbre acerca del cumplimiento de los contratos y da garantías a los agentes acerca de la gobernabilidad económica del país [9]. La propia Organización Mundial de Comercio, en su Informe de 2004 –titulado Análisis del vínculo entre el entorno normativo nacional y el comercio internacional– reconoce que la calidad de las instituciones afecta a la cantidad de comercio generada por la liberalización del comercio, con consecuencias implícitas para el bienestar. No ha de extrañar, pues, que las variables que reflejan este indicador tengan signo positivo y sean significativas al 100 por 100, y que pesen más que la propia diferencia institucional entre los países involucrados en el intercambio

comercial. Cabe decir, pues, que la calidad de los sistemas políticos y legales de los socios comerciales condiciona el comportamiento y la confianza entre los países, influyendo en las formas de hacer negocios entre ellos; de ahí que a mayor calidad institucional, mayor sea también el volumen de los intercambios comerciales. Es más, los resultados de nuestra regresión arrojan matices añadidos, por cuanto permiten destacar la importancia de la calidad de los países importadores como prioritaria. Es decir: siendo cierto que ambos indicadores –calidad institucional del país de origen y del país de destino de los intercambios– son determinantes de los flujos de comercio entre dos países, lo es en particular el nivel de calidad del país de destino de las mercancías, esto es, del país importador. Los buenos países atraen el comercio.

En tercer lugar, y de entre las variables culturales incluidas en el modelo (tanto las dicotómicas como el indicador agregado de Hofstede), las expresivas de la familiaridad entre los países se revelan como esenciales, en particular la lengua común. Así, hablar el mismo idioma –advírtase que la inclusión de todas las variables modula muy ligeramente los resultados obtenidos en la especificación inicial del modelo– potencia en un 191 por 100 los intercambios comerciales de los países; pertenecer a un mismo bloque comercial, lo hace en un 49 por 100; haber tenido vínculos coloniales, en un 39 por 100; y compartir la misma religión, un 21 por 100. En cambio, la distancia cultural calculada a partir de las dimensiones de Hofstede presenta un signo positivo un tanto difícil de explicar, de nuevo, que denotaría que a más distancia cultural, mayor comercio bilateral entre los países. Un resultado que, en todo caso, y sin dejar de observar el insuficiente grado de significación de esta variable en la regresión, concuerda con el obtenido en otros trabajos [10], y que puede deberse a los costes asociados a atender los mercados de otro país culturalmente alejado.

De cualquier modo, la lengua común se revela en nuestro modelo como una variable determinante de gran importancia y significación estadística dentro de los flujos actuales del comercio internacional. El español, la lengua hablada en más de una veintena de países como idioma oficial, y en otros muchos como lengua extranjera con creciente implantación, hasta alcanzar una cifra cercana a los 450 millones de hablantes, merece, desde esta perspectiva, una atención específica.

[Volver](#)

3. El español en los flujos comerciales internacionales [11]

La lengua común, de acuerdo con nuestros cálculos, aparece como un determinante esencial del comercio bilateral entre los países: en unas u otras especificaciones del modelo, esta variable supone, ya se ha dicho, un factor multiplicativo del comercio entre los países que la comparten en torno del 190 por 100. De lo que se trata ahora es de determinar cuánto vale el español, es decir, cuánto potencia nuestra lengua común los intercambios internacionales, en comparación con otras lenguas.

A nuestros efectos, la comparación esencial es la que puede establecerse entre el español y el inglés. Es cierto que ambas lenguas abarcan condominios lingüísticos dispares, no sólo en tamaño, sino también por algunas de sus características concretas: el del español, muy concentrado geográficamente en el subcontinente americano (lo que hace que a la ventaja de la lengua común se una el acortamiento de las distancias físicas, y hasta, en muchos casos, la existencia de fronteras comunes, por lo que es fundamental controlar estas variables); el del inglés, más disperso, y también más difícil de delimitar numéricamente, por cuanto, además de su presencia en los países en que es lengua oficial –que son también los que en este estudio se consideran anglófonos–, es segunda lengua para una gran parte de la humanidad, y, sobre todo, el gran idioma, lingua franca, de los negocios internacionales. Pero hay otra diferencia esencial que los modelos gravitatorios pueden ayudar a descontar del análisis: la capacidad de compra media de los hablantes de una y otra lengua. El inglés, al menos con la selección de países de la muestra, corresponde, en general, a países de mucho más alto nivel de renta que el del promedio de aquellos otros en los que se habla español, y de los que cabe esperar, por tanto, un mayor comercio mutuo.

Pues bien, al desglosar los efectos respectivos del español y del inglés –como lengua común de los países– sobre los flujos de comercio, resulta que compartir el español, controlados los otros factores incluidos en el modelo, aumenta el comercio bilateral en un 286 por 100, en tanto que compartir el inglés lo hace sólo en un 237 por 100. En ambos casos, manteniendo un altísimo grado de significatividad estadística, y también sensiblemente por encima de lo que suponía la variable genérica lengua común, de donde cabe deducir la destacada importancia comercial de ambas lenguas. Parece, pues, que el idioma común es una variable más importante para explicar el comercio bilateral entre los países de habla hispana que entre los anglosajones. Todo ello, manteniendo en el modelo las otras variables, además de la lengua, capaces de captar la afinidad cultural e histórica solapada a la lingüística, con el fin de que no todo se le atribuya a la lengua.

La razón de este mayor peso diferencial del español –respecto del inglés– como determinante del comercio entre los países que lo hablan como lengua oficial puede deberse a que en los países anglosajones considerados en la muestra, varios de ellos de muy alto nivel de renta per cápita y con otras muchas afinidades culturales, la lengua es una variable menos decisiva, proporcionalmente, que en los países hispanos. Éstos, por lo común de un nivel de renta intermedio-bajo a escala internacional, tienen en la lengua un poderoso argumento comercial y reductor de sus costes de transacción.

La introducción en nuestro modelo, sobre la delimitación previa del español y el inglés, de las variables institucionales anteriormente consideradas, además de las culturales ya incorporadas, produce un resultado sorprendente en apariencia –y que precisa de una mayor maduración–, pero no ilógico, a la luz de otra carencia, en términos de calidad institucional, de los países de habla hispana, en general. La inclusión de todas las variables en el modelo no altera en principio el peso aproximado que tiene la lengua común en la explicación del comercio bilateral, que sigue en torno del 190 por 100. Pero, al aislar este efecto para las dos lenguas, el español se dispara por encima del 400 por 100, en tanto que el inglés se modera hasta situarse cerca del 140 por

Cuando se realiza una elemental estadística descriptiva de cómo la variable que representa la calidad institucional se distribuye internacionalmente, se observa cómo en el ámbito del español las carencias en este terreno son más que evidentes: la mayor parte de nuestros países está por debajo del promedio (0,47, en una variable que se mueve, ya se dijo, entre 2,5 y -2,5), cuando no en los puestos finales de la lista. Si se tiene en cuenta, como quedó fundamentado antes, que la calidad institucional es una variable básica a la hora de explicar el volumen de los intercambios bilaterales a escala mundial, al incluir ésta en el modelo, lo que parece estar reflejando es que entre los países de habla hispana comercian a pesar de sus deficiencias en este terreno. Es decir, que al incluir la calidad institucional, lo que debemos explicar es por qué nuestros países comercian en la proporción que lo hacen, y es entonces cuando la lengua común parece erigirse en un factor de cohesión que, en realidad, está supliendo otras deficiencias de los países hispanohablantes, fundamentalmente en lo que se refiere al buen gobierno y a la calidad de sus instituciones. El caso de los países de habla inglesa considerados en la muestra parece ser justo el contrario: en ellos, la calidad institucional, la buena calidad institucional de la mayor parte de ellos –siete de los diez países anglosajones aventajan al primero de los hispanos–, se constituye en un factor explicativo tan poderoso del comercio mutuo que sirve para aquilatar en gran medida el peso de su lengua, el inglés, como determinante del comercio.

Pareciera, en fin, como si los países anglosajones estuvieran llamados a comerciar, dadas sus características económicas e institucionales, con independencia, casi, de la lengua que les une; en tanto que los países hispanos, a falta de otros factores reductores de los costes de transacción y estimuladores de los intercambios, más allá de los que les proporciona la contigüidad geográfica, no tuvieran otro acicate como fundamento de sus relaciones comerciales que no fuera el de su lengua común. Por más que todo esto exija mayor profundización y estudio, no debe dejar de subrayarse que la lengua tiene que ser una ventaja añadida a las que el progreso económico y la calidad institucional suponen para el comercio, no algo que les supla.

España es, en todo caso, dentro del condominio lingüístico del español, un país de específicas características. Por su nivel de renta –y de calidad institucional, por debajo de la media de los países anglosajones de la muestra, pero por delante de la mayoría de los hispanos–, y también por su posición geográfica, más distante de cualquiera de los países hispanoamericanos de lo que cada dos de éstos lo están entre sí, y sin frontera común con ninguno de ellos, sino con el Atlántico por medio. Pues bien, observado desde España, los cálculos previos acerca de la potencia comercial del español –quedémonos, de momento, con la prudente estimación algo por debajo del 300 por 100– no pueden sorprender: a pesar de la pérdida de importancia relativa de América Latina como destino de la exportación española, España continúa siendo el país de la Unión Europea con mayor importancia comercial en el área [12].

Nuestra base de datos, referida al comercio bilateral de mercancías de 51 países, reafirma esta apreciación: en relación con sus exportaciones totales, España comercia con los países americanos de habla hispana más del doble que lo hace Italia, casi dos veces y media más que Alemania, y en torno del triple que el Reino Unido o Francia. Son proporciones que se mueven en los órdenes de magnitud detectados anteriormente en nuestro modelo como factores de multiplicación del comercio debidos al español como lengua común, en particular cuando la calidad institucional –como sucede con España, en relación al promedio mundial– no es un hándicap. Lo que no se justifica, puede añadirse, ni por la dimensión económica ni por el nivel de renta relativa de nuestro país, y que ha de tener parte de su explicación, junto con otros factores de identidad común, en uno que, además, reduce los costes de transacción, multiplica externalidades positivas, acorta la distancia psicológica, trenza vínculos de confianza y de creación de capital social y constituye la materia prima de unas industrias culturales de dimensión internacional: el español.

[Volver](#)

4. Breve apunte conclusivo

Del trabajo cuantitativo que se ha sintetizado en las páginas previas se deduce que la lengua, en general, aparece hoy como un poderoso lubricante de las relaciones comerciales internacionales: compartir el mismo idioma aumenta en torno de un 190 por 100, controladas las demás variables, los intercambios. Estímulo que, además, aparece claramente más intenso en el caso del español que del inglés: en la más prudente de las estimaciones, el primero multiplica los flujos comerciales entre los países que lo comparten en un 286 por 100; el segundo, aunque de un modo también muy intenso, en algo menos, un 237 por 100.

No se confunda, en todo caso, la verdadera significación de este resultado. Lógicamente, lo que refleja no es la importancia respectiva de ambos idiomas en las relaciones comerciales internacionales, mucho mayor en el caso del inglés, sino lo fundamental que resulta el español, en concreto, dentro del conjunto de países que constituyen su gran condominio lingüístico. En los países anglosajones considerados en la muestra, en general de muy alto nivel de renta per cápita y con otras muchas afinidades culturales, la lengua es una variable menos decisiva, proporcionalmente, que en los países hispanos; éstos, por lo común de mucho menor nivel de renta, tienen en la lengua un poderoso argumento comercial y que reduce de forma crucial sus costes de transacción. Algo parecido, pero si cabe con más intensidad, parece deducirse cuando se introducen las variables de calidad institucional en el modelo, y se disparan los porcentajes multiplicativos del español como variable determinante del comercio bilateral de los países en que se habla, al tiempo que se afinan los del inglés: pareciera como si, a la luz de la baja calidad institucional de muchas de las economías del ámbito hispanohablante, la lengua común ganara en importancia como explicativa de los intercambios, ante el freno que supone dicha falta de calidad.

El español, en suma, vale, y mucho, dentro de los flujos comerciales de los países que lo comparten. Un argumento económico que no puede convertirse, en todo caso, en exclusivo, y que necesita del progresivo desarrollo económico e institucional de nuestros países. Como supo expresar con gran lucidez Antonio Muñoz

Molina en la jornada inaugural del reciente IV Congreso de la Lengua Española en Cartagena de Indias: «El enemigo del español no es el inglés, sino la pobreza».

[1] Cfr. Adam Smith (1958; 1776, 1.ª ed. en inglés), Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, Fondo de Cultura Económica, México., Libro I, Capítulo II. De hecho, esta cuestión de la comunicación humana ya le había ocupado a Adam Smith desde al menos dos décadas antes, en su *The theory of moral sentiments* (1759), y de un modo si cabe más específico en *Considerations concerning the first formation of languages* (1761).

[2] Vid. Jacob Marschak (1965), «Economics of language», *Behavioral Science*, vol. 10, págs. 135-140.

[3] Cfr. Edward P. Lazear (1999), «Culture and language», *Journal of Political Economy*, vol. 107, núm. 6 (supl.), págs. S95-S126.

[4] Aunque algunas lenguas, como el español y el portugués, tienen proximidades lingüísticas difíciles de reducir al dicotómico cero-uno. Esto está dando lugar ya a diversas matizaciones en la literatura sobre el tema. Vid. J. Melitz (2002), *Language and foreign trade*, University of Strathclyde, CREST-INSEE y CEPR, diciembre, mimeo.

[5] Vid., por ejemplo, en D. Rodrik (2003), «Institutions, integration and geography: In search of the deep determinants of economic growth», en D. Rodrik (ed.), *In search of prosperity: Analytic country studies on growth*, Princeton University Press.

[6] Vid. D. Kaufmann, A. Kraay y M. Mastruzzi (2006), «Governance Matters V: Aggregate and individual governance indicators for 1996-2005», *Policy Research Working Paper*, núm. 2272, The World Bank. Igualmente, en <http://www.govindicators.org>

[7] Vid. G. Hofstede (2001), *Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions, and organizations across nations*, Thousand Oaks, Sage Publications. Igualmente, en <http://www.clearlycultural.com/geert-hofstede-cultural-dimensions>

[8] Existe una quinta dimensión denominada «orientación a largo plazo» para la que sólo se dispone de datos limitados a un muy reducido número de países, y que por tanto no ha sido considerada en nuestro trabajo.

[9] Vid. H. L. F. De Groot, G. J. Linders, P. Rietveld y U. Subramanian (2004), «The institutional determinants of bilateral trade patterns», *Kyklos*, vol. 57, núm. 1, págs. 103-124.

[10] Vid. G. J. Linders, A. Salangen, H. L. F. De Groot y S. Beugelsdijk (2005), «Cultural and institutional determinants of bilateral trade flows», *Tinbergen Institute Discussion Paper*, TI 2005-074/3.

[11] Aquí se resumen las conclusiones de la ponencia preparada por los autores de estas páginas para el III Seminario Internacional sobre «Valor económico del español: una empresa multinacional», celebrado el 17 de abril de 2007 en la Universidad de Alcalá. El texto se publicará, con el título «El español en el comercio internacional», dentro de la colección de Documentos de Trabajo de la Fundación Telefónica y el Instituto Complutense de Estudios Internacionales.

[12] Vid. J. Abascal Heredero y A. Hernández García (2005/2006), «El comercio exterior entre España y América Latina. Tendencias estructurales», *Boletín Económico de ICE*, núm. 2866, págs. 9-29 (diciembre-enero).

[Volver](#)

Resumen:

La importancia de la lengua española en el comercio internacional está creciendo a un ritmo considerable.

Palabras clave:

Economía, lengua española, comercio internacional.

[Volver](#)

Abstract:

The importance of the Spanish language in international commerce is growing at a considerable rhythm.

Key Words:

Economy, Spanish language, international commerce.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - N^o 13 - Septiembre 2007

Ensayos

LA INDUSTRIA DE LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA

Miguel Carrera Troyano y José J. Gómez Asencio

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

1. Introducción
 2. Estudiantes de ELE en el mundo
 3. La industria de ELE en España
 4. Oportunidades y retos
- Referencias bibliográficas.

1.- Introducción.

Los autores de este trabajo dirigen un equipo de investigación que analiza el sector para obtener una estimación de su valor económico y explorar las posibles medidas de política económica y cultural que se podrían abordar para potenciar su actividad y la generación de valor añadido y puestos de trabajo.

El español tiene un papel singular por ser la lengua de una importante comunidad de países y, también, por ser la de una potencia turística y cultural, hechos que explican que el valor económico de la enseñanza del español supere, con mucho, el de otras lenguas de países con niveles de población similares a España (caso de Polonia) o con tradiciones culturales también muy influyentes en el mundo que los convierten igualmente en potencias turísticas (caso de Italia).

El amplio conjunto de países cuyo idioma oficial es el español y el elevado número de personas que lo hablan en otros países da lugar a la existencia de economías de red, cuyos beneficios se hacen superiores a medida que aumenta el número de hablantes. Los costes de transacción entre los integrantes de una comunidad lingüística son menores, facilitando, de esa manera, el comercio y la actividad económica.

El interés en el aprendizaje del español está relacionado con las posibilidades profesionales que ofrece a los extranjeros que la estudien y con el interés en la cultura española e iberoamericana. Por ello, puede afirmarse que el valor de nuestra lengua está ligado a la prosperidad económica, no sólo de España, sino de los países latinoamericanos y a su capacidad para ser países capaces de atraer inversiones extranjeras y turismo.

[Volver](#)

2.- Estudiantes de ELE en el mundo

El Instituto Cervantes en su reciente Enciclopedia del español en el mundo cifra en 14 millones el número de estudiantes de español como lengua extranjera en el mundo, lo que la convertiría en la segunda lengua más estudiada, por detrás sólo del inglés. [1] Son perceptibles una tendencia creciente de la demanda de español como lengua extranjera tras el inglés y una necesidad cada vez mayor de profesionales de la enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ELE).

La mayor parte de estos estudiantes se concentra en América con más de siete millones de alumnos; de ellos 6 millones están en Estados Unidos, en buena medida como consecuencia de la creciente presencia demográfica, política y económica de los hispanos en el país; y 1 millón en Brasil, donde la cifra podría llegar a 11 millones si se hace efectiva la ley que estipula la introducción del español dentro de la enseñanza secundaria. La segunda gran concentración se produce en Europa, donde el español tiene un papel destacado y creciente como tercera lengua, tras el inglés, en las enseñanzas secundarias y cuenta más de 3 millones y medio de estudiantes (más de 2 en Francia y casi medio millón en Alemania).

Por otra parte, según el estudio de la Junta de Castilla y León (2006), los estudiantes de ELE en el mundo multiplican por 100 el número de estudiantes que lo hacen en España. Esto hace que el margen para el crecimiento de la enseñanza de ELE sea muy amplio, ya que la demanda potencial es mucho mayor que la actual y siendo España ya una potencia turística de primer nivel es posible canalizar una buena parte de esa demanda potencial hacia nuestro país.

[Volver](#)

3.- La industria de ELE en España.

El trabajo de Bombarelli, Carrera y Gómez Asencio (2006) refleja los problemas existentes para cuantificar el

valor económico del sector. Estos problemas se derivan de que el sector no aparece definido de manera independiente en las estadísticas. Por ello, el Estado no dispone de información oficial de aquellas empresas cuya actividad principal o única es ELE. Se hace preciso, por tanto, recurrir a otro tipo de fuentes (menos oficiales, menos integradas, menos fiables, menos homogéneas, etc.).

No resulta, por tanto, fácil calcular cuál es el valor económico de ELE ni por el lado de la oferta, dado que los cursos que se ofrece son, como se verá, muy heterogéneos, ni por el de la demanda, pues los alumnos presentan perfiles muy diferentes por lo que se dificulta el cálculo del gasto de un "alumno medio".

Una dificultad aparece inicialmente cuando se trata de saber cuál es la oferta de cursos de ELE en España. En primer lugar, resulta difícil saber cuál es el censo total de las empresas e instituciones que ofrecen cursos de español. Las estimaciones de Berdugo [2] situaban la cifra de centros de enseñanza en el curso 2004-2005 en una horquilla entre los 350 y 400 centros (140 centros privados especializados en ELE, casi 200 academias generalistas de idiomas que también ofrecían cursos de ELE, 40 universidades con actividad consolidada de ELE, 20 Escuelas Oficiales de Idiomas y otros 20 agentes operativos especiales). La expansión del sector es clara tanto en el sector privado como el público. En el privado a través de la entrada progresiva de las academias generalistas en el sector y en el público por la expansión de los cursos que ofrecen las universidades, escuelas oficiales de idiomas, ayuntamientos, comunidades autónomas, sindicatos y ONGs que desbordan claramente los datos ofrecidos anteriormente, aunque los autores no pueden ofrecer todavía una estimación alternativa. En cualquier caso, se observa un desarrollo importante de cursos de ELE en el sector público y el tercer sector, cursos en su mayoría sin fines de lucro, pero que también suponen empleo y demanda de materiales docentes.

Una dificultad adicional aparece cuando se trata de cuantificar el número de cursos ofrecidos por estas instituciones. Berdugo estima 1.700 cursos para 2005, cifra que puede acercarse a los ofrecidos en condiciones de mercado (no gratuitos). El análisis de la base de datos del Instituto Cervantes "El español en España" (que tiene el objetivo de ofrecer información sobre los cursos de ELE que otras instituciones ofrecen en España) permite afirmar que existe una amplísima variedad de cursos dentro de los más de 1.100 recogidos en la misma. Hasta 15 tipos de cursos diferentes, con duraciones que oscilan entre 1 y 50 semanas, con intensidades desde una a 40 horas a la semana.

Los precios por semana dependen primordialmente de la intensidad, pero también del tema y oscilan entre 300 euros por semana para los cursos a medida, los de español comercial o los de formación de profesores de español hasta 40 euros a la semana para los de redacción y estilo o pronunciación. Las instituciones que participan en dicha base de datos suman, según su propia declaración, un total de 115.909 alumnos, sin ninguna indicación del tipo de cursos que han realizado ni de la duración de sus estudios. Dicha base sólo recoge los cursos de 167 centros de los más de 400 centros citados anteriormente, pero permite valorar los datos ofrecidos por otros estudios. El de la Secretaría General de Turismo (2001) ofrece una estimación 130.000 alumnos de ELE en España para 2001, que es la misma cifra que maneja el de la Junta de Castilla y León (2006) para 2004, aunque debe tenerse en cuenta que este número de alumnos no tiene por qué ser estrictamente comparable, al desconocerse lo cursado y la duración de sus estudios. Por su parte, Berdugo estima cifras de 192.000 para 2005.

En cualquier caso, todos los estudios revelan un importante aumento del número de estudiantes en los últimos años, ya que el dato correspondiente a 1991 habría sido de 54.000. El estudio de la Junta de Castilla y León (2006) considera prudente una estimación de casi 240.000 alumnos en España en 2014, situando la estimación optimista en 290.000 alumnos.

El estudio de la Secretaría General de Turismo (2001) ofrece una estimación del gasto de los "turistas idiomáticos" en España. Los 130.000 estudiantes en el año 2000 hicieron un gasto total de 255 millones de euros. Idénticas cifras maneja el estudio de la Junta de Castilla y León (2006). Por otra parte, debe señalarse que, a partir de Bonete y Muñoz de Bustillo (2006), se puede estimar el gasto total de los estudiantes Erasmus en España, que estaría en un entorno de 140 millones de euros.

[Volver](#)

4.- Oportunidades y retos

Una primera oportunidad viene dada por la trayectoria de crecimiento del sector. En los últimos años se ha venido prestando una atención muy particular a las posibilidades económicas que ofrece ELE. Así, además de la expansión del Instituto Cervantes y del apoyo del ICEX, diversas Comunidades Autónomas están desarrollando proyectos relacionados con la promoción de la enseñanza del español (Comillas en Cantabria, Gobierno de La Rioja, Junta de Castilla y León, entre las públicas; Fundación de la Lengua en Castilla y León entre las privadas).

No debe olvidarse que el uso de un idioma tiene características de bien público, en el sentido de que es un "servicio" de consumo no rival (es decir, el uso por un hablante del mismo no supone una merma del uso que puede hacer otro, muy al contrario es un beneficio) y no excluible, no se pueden establecer mecanismos de acceso selectivo para limitar el número de hablantes (por lo que un proveedor privado no se puede apropiarse de los beneficios de la difusión del mismo). Esta característica da lugar a que a los beneficios globales de la expansión de un idioma no puedan ser apropiados por los agentes privados y, en esas condiciones, su inversión en la difusión del mismo será inferior a la óptima, ofreciendo, por tanto, las condiciones para una participación del Estado y de instituciones sin fines de lucro.

Sin embargo, y aunque el sector ELE está en clara expansión, las expectativas que los gestores han depositado en los proyectos creemos que no acaba de encontrar un reflejo en la realidad. En concreto, desde la Fundación de la Lengua se ha llegado a afirmar que ELE puede ser el "petróleo de Castilla y León", cuando su peso en el PIB

de la Comunidad Autónoma es del 0,12 por 100 (aunque este valor cuadriplica el 0,03 por 100 que supone en el conjunto de España) sin capacidad real de actuar como motor de la economía de la región, aunque multiplicase sus estudiantes.

En este entorno de inversiones públicas en el sector y de grandes expectativas, es especialmente importante un análisis de las condiciones profesionales de los profesores. En efecto, no se trata sólo de cuántos alumnos y cuántas empresas hay, sino de saber si esta actividad está generando también puestos de trabajo de alto valor añadido y si se está formando profesionales que pongan la base de esa industria. La capacidad del sector para generar empleo, valor añadido y, en definitiva, bienestar, va a depender de manera crucial de su capacidad para crear puestos de trabajo estables y bien remunerados para los profesionales formados específicamente en ELE. Existe un amplio campo para el desarrollo de políticas públicas dirigidas al empleo de profesores de ELE.

Aunque los profesores son sólo una parte de todos los trabajadores en el sector, el análisis realizado en Bombarelli, Carrera y Gómez Asencio (2006) permite afirmar que predominan contratos temporales y a tiempo parcial, con elevada estacionalidad, carencia de enseñanzas regladas y requisitos para trabajar en el sector. Del mismo modo, se puede afirmar que no existe una carrera profesional y que la relativa juventud y feminización del sector son indicadores de la limitada valoración profesional del mismo. Existe, pues, margen para actuaciones de dignificación académica y profesional de ELE. Una primera línea de actuación muy clara en este campo pasa por la regulación pública de los estudios de ELE (por ejemplo, la qué titulación necesaria para poder impartir los cursos, la creación de un colegio profesional de profesores de ELE o la creación de un convenio específico).

Del mismo modo, ELE podría ser incluida dentro de los llamados "Nuevos yacimientos de empleo" favoreciendo una implicación de las administraciones públicas en diversas líneas de políticas activas de empleo.

Otra de las oportunidades que ofrece el sector se deriva de la existencia de clusters o aglomeraciones industriales en el sector. Se considera que existe un cluster cuando existen externalidades positivas derivadas de la concentración en el espacio de empresas productoras y clientes en un determinado sector de producción. Esta concentración facilita la transmisión de información y, por tanto, la negociación con proveedores y clientes, y la formación de un mercado de mano de obra cualificada que facilita la implantación de nuevas empresas. Estas características parecen estar presentes en Salamanca y de ello se pueden derivar implicaciones de política económica y la posibilidad de desarrollar políticas "industriales" específicas para este sector, que podrían también ser aplicadas en otras zonas.

Un reto reside en conseguir que esté disponible información sobre el sector. Una primera línea de actuación se refiere a la necesidad de disponer de datos confiables sobre el verdadero tamaño del sector. Las dificultades expresadas en el texto en cuanto a la medida (derivadas, en buena medida, de la heterogeneidad de los estudiantes y los cursos ofertados) dificultan esta tarea, haciendo necesario nuevos esfuerzos de cuantificación. No obstante, esta cuantificación no será posible si no se crea una institución (del tipo Observatorio de ELE) percibida por todos los actores como positiva que recabe estos datos garantizando la confidencialidad de cada uno de los datos individuales. A partir de esta información se podría diseñar mejor el apoyo a las empresas para la profesionalización del sector. En la promoción internacional de sus actividades existen claras economías de escala y fallos del mercado por lo que existe un importante margen de actuación pública y acción colectiva para reforzar el atractivo del estudio del español y la imagen de España y de los otros países hispanohablantes como destino para el aprendizaje de ELE.

Un segundo reto se refiere al Programa Erasmus, ya que se ha mostrado supone una cifra muy importante de potenciales y reales estudiantes de español. En las prioridades del periodo presupuestario 2007-2013 existe un compromiso de la UE de duplicar el número de alumnos que reciben becas del programa. Sería importante que el Ministerio y las CC.AA. apoyen a las universidades en este proceso para que España pueda seguir liderando el mercado. Hay que intentar, de forma paralela a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior en España, conseguir que los alumnos vengan no sólo a cursar estudios de licenciatura o grado, sino también estén presentes en los estudios de posgrado en las universidades españolas.

Un tercer reto reside en la racionalización de esfuerzos en la oferta de español para inmigrantes, ya que múltiples instituciones públicas (ayuntamientos, comunidades autónomas), sindicatos y ONGs están ofreciendo cursos para la enseñanza de ELE, dirigidos tanto a niños como a personas en edad de trabajar. Dado que las medidas que faciliten la integración de los inmigrantes en la sociedad española resultan una prioridad, hay margen para una mayor coordinación de esfuerzos y para que estos recursos sean usados de manera más eficiente y alcancen los mejores resultados.

Finalmente, y dado que el español es un activo compartido de toda la Comunidad Iberoamericana, existe un amplio margen para Actuaciones globales entre las que pueden figurar: a) acuerdos para la realización de actividades de promoción y/o enseñanza de ELE de forma conjunta entre países iberoamericanos, ya sea a través de una institución como el Instituto Cervantes u otra creada ad hoc con similares características; b) como quiera que los alumnos de ELE en los países hispanohablantes suponen sólo un 1 por 100 de los que estudian ELE en el mundo, y la mayoría lo estudian en sus países de origen, los contactos de índole diplomática y política para facilitar la oferta de enseñanza de ELE dentro de las enseñanzas regladas (de primaria, de secundaria, universitaria) en los países de origen puede ser decisiva para la expansión del sector en España y la Comunidad Iberoamericana; c) defensa conjunta del español en organismos internacionales; y d) creación de una acreditación iberoamericana de calidad en la enseñanza de ELE con un nivel de exigencia similar al estándar internacional marcado por la empresa Equalls.

[Volver](#)

Referencias bibliográficas.

Bombarelli, M.E.; M. Carrera y J.J. Gómez Asencio (2006) "La industria del español como lengua extranjera en España". Ponencia. Seminario internacional El valor económico del Español: una empresa multinacional, Montevideo (Uruguay), de octubre de 2006.

Instituto Cervantes (2006) Enciclopedia del español en el mundo, Instituto Cervantes-Plaza y Janés, Madrid.

Junta de Castilla y León (2006) Plan del español para extranjeros 2005-2009, Junta de Castilla y León, Valladolid.

Secretaría General de Turismo (2001) "El turismo idiomático en España", Colección de Estudios de Productos Turísticos, Turespaña, Madrid.

[1] Esta misma institución publica periódicamente informes y recopila estudios y noticias sobre la "Situación del español en el mundo" que están disponibles dentro de los Servicios en línea, de la sección Bibliotecas y documentación de la página del Instituto www.cervantes.es.

[2] Datos cortesía de Óscar Berdugo. Formaban parte de su presentación en el Seminario Internacional "El español, un activo estratégico para las industrias culturales iberoamericanas", organizado por Virtual Educa y la Organización de Estados Iberoamericanos en Vitoria, en junio de 2006.

[Volver](#)

Resumen:

El español tiene un papel singular por ser la lengua de una importante comunidad de países y, también, por ser la de una potencia turística y cultural, hechos que explican que el valor económico de la enseñanza del español supere al de otras lenguas y países. El interés en el aprendizaje del español está relacionado con las posibilidades profesionales que ofrece a los extranjeros que lo estudien y con el interés en la cultura española e iberoamericana.

Palabras clave:

Lengua española, enseñanza español, economía.

[Volver](#)

Abstract:

Spanish plays a special role since it is the mother tongue of an important group of countries and also because it is the language of an important sector in the tourist and cultural industry. This explains why the economic value of the teaching of Spanish is higher than that of other languages and countries. The interest in learning Spanish is associated with the professional opportunities available to foreigners who study it and with the interest in the Spanish and Latin American Cultures.

Key Words:

Spanish language, teaching of Spanish, economy.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Ensayos

EL ESPAÑOL EN LA RED

Guillermo Rojo

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

1. Introducción
 2. Los datos básicos
 3. El mundo hispánico
 4. Conclusiones: el futuro del español en Internet
- [Referencias bibliográficas](#)

1. Introducción

La rapidísima evolución de los computadores y, sobre todo, el vertiginoso desarrollo de Internet ha cambiado profundamente los hábitos y el modo de actuar de una buena parte de la humanidad en los más diversos aspectos de su vida cotidiana, la forma de acceder a la información, tanto en aspectos personales como profesionales, públicos o privados, el ocio, las relaciones con los demás, etc. Dado que sirve como vehículo para transmitir o recibir información, la comunicación a través de Internet supone, en cualquiera de sus usos posibles, el empleo de una lengua, de forma que la presencia que un idioma tiene en la red deriva fundamentalmente del grado en que la comunidad lingüística correspondiente tiene acceso a ella y la medida en que la utiliza diariamente. Además, el empleo de las lenguas en Internet se ha convertido en el índice más llamativo mediante el cual se mide el peso mundial de un idioma, en sustitución de los empleados tradicionalmente, con lo que (el estudio de) la mayor o menor utilización de una determinada lengua en la red se carga inevitablemente de factores culturales, políticos y económicos. [1] En este trabajo me propongo examinar —de modo forzosamente superficial— los datos y las cuestiones fundamentales que se relacionan con el uso del español en Internet.

[Volver](#)

2. Los datos básicos

Cuando nos referimos a 'la red', 'Internet', 'la web', 'la gran malla mundial', etc. no lo hacemos habitualmente para designar el sistema de comunicación electrónica mediante el cual podemos acceder con gran rapidez desde un computador a otro, sino al conjunto de varios miles de millones de documentos de las más variadas características y de aplicaciones de todos los tipos situados en millones de sedes electrónicas que residen en cientos de millones de servidores. Con la prudencia exigible cuando se trata de este tipo de cuantificaciones, y solo para que los lectores puedan hacerse cargo de la naturaleza de la cuestión que estamos tratando, el Internet Systems Consortium estimaba en 440 millones el número de servidores en funcionamiento en julio de 2006. [2]

Mucho más difícil de calcular es el número de sedes electrónicas (sites, traducido habitualmente por 'sitios electrónicos' o 'sitios web') y, más interesante para nuestros propósitos, el número de páginas electrónicas existentes en la actualidad. Debido a factores en cuyo análisis no podemos detenernos aquí, como la diferencia entre páginas estáticas y páginas dinámicas (esto es, páginas que se construyen en el momento en que se hace la consulta y desaparecen inmediatamente después), la existencia de sedes electrónicas reservadas, de sedes electrónicas que son simples copias (mirrors) de otras, limitaciones en el acceso de los buscadores generales, etc. resulta imposible conocer el número real de páginas electrónicas existentes, de modo que tenemos que conformarnos con estimaciones muy dependientes de la tecnología utilizada y, como es de esperar, bastante divergentes entre sí. Es bien sabido que la publicidad de Google señala que el buscador facilita el acceso al contenido de unos 8000 millones de páginas que ha indexado previamente. Se trata, sin duda, de un número enorme, pero está suficientemente demostrado que Google, como cualquier otro buscador, solo 've' (es decir, indexa) una parte de lo realmente existente en Internet, de modo que Gulli y Signorini (2005) calculaban que en 2005 la red estaba constituida por unos 11 500 millones de páginas. Más sorprendente, sin duda, resultará el dato facilitado por Aguillo, Ortega y Granadino (2006) según el cual Google contiene en realidad casi 40 000 millones de páginas, cinco veces más que la estimación del propio sistema. Sería necesario revisar esta cifra para tener en cuenta enlaces rotos, redondeos de cifras y páginas repetidas, además de la evidencia de que el buscador no procesa una buena parte (el 50%, según estos autores) de la parte pública de la red, con lo que podemos situarnos en una cifra comprendida entre 25 000 y 30 000 millones de páginas en 2006.

Lamentablemente, no todo el mundo puede acceder a esta ingente cantidad de información. Según estimaciones de diciembre de 2006, solo el 16,8% de la población mundial (unos 1100 millones sobre un total de 6500 millones) tiene actualmente posibilidad de entrar en Internet. Ese acceso, además, se distribuye de forma muy diferente en función de las características socioeconómicas de cada zona, de modo que oscila entre el 3,6% de la población de África y el 70% de la de Estados Unidos y Canadá, pasando por el 38,7% de la europea. [3]La

evolución de los últimos años permite albergar cierta esperanza, ya que el aumento para África entre 2000 y 2006 se cifra en un 625%, pero es evidente que las cifras tienen que cambiar mucho para alcanzar una situación mínimamente satisfactoria.

[Volver](#)

3. El mundo hispánico

¿Cuál es la situación actual de la comunidad hispana en cuanto a su presencia en Internet? Comenzando por el último dato, tiene acceso a la red el 18,7% de los habitantes de los países hispanohablantes, [4] lo cual supone una media escasamente superior a la mundial. Naturalmente, hay también aquí fuertes oscilaciones, que se sitúan entre, por ejemplo, los casos de Cuba, Honduras o Nicaragua, todos ellos inferiores al 5%, y los de España (43,3%), Chile (42,8%), Argentina (26,4%), Puerto Rico (25,2%), Costa Rica (22,7%), Uruguay (20,8%) o la población hispana de Estados Unidos (19,1%), que son los únicos situados por encima de la media del conjunto de estos países. Los casos de España o Chile, claramente destacados en este bloque, quedan sin embargo muy reducidos en importancia si los comparamos con la media de acceso en, por ejemplo, Suecia (74,9%), Australia (70,7%), Estados Unidos (69,9%), Japón (67,2%) o la Unión Europea de 25 miembros (51,9%). Este último caso es especialmente significativo para España, que pasa de ocupar el primer puesto entre los países hispánicos a situarse en los últimos lugares de la UE de 25 miembros, ya que únicamente Chipre, Grecia, Hungría, Lituania, Malta y Polonia [5] están por debajo de ella en la tasa de usuarios sobre la población total. El notable crecimiento experimentado desde el año 2000 (256%) no ha sido suficiente para nivelar la situación y colocar a nuestro país a la altura media de los veinticinco que formaban la UE en 2006.

A pesar de la baja tasa de acceso a Internet, el volumen general de la comunidad hispanohablante la convierte en la cuarta en peso específico de los internautas, con un 7,5% del total, por detrás únicamente de las comunidades de lengua inglesa (29,7%), china (13,3%) y japonesa (7,9%). [6] Aunque la relación general es evidente, es claro también que la utilización de una lengua determinada en Internet no tiene forzosamente que ir en paralelo a la cantidad de personas conectadas a la red desde países en los que esa lengua es oficial o una de las oficiales. El dato utilizado más frecuentemente para medir el peso de un idioma en Internet es el número de páginas electrónicas escritas en esa lengua. A las dificultades mencionadas anteriormente para llevar a cabo estudios de este tipo y valorar sus resultados se une ahora la consistente en la necesidad de detectar automáticamente la lengua en que está escrito un documento en el interior de un conjunto formado por miles de millones de páginas. [7]

Para lograr una primera impresión general del papel que juega el español en la red resulta útil partir del muy conocido estudio que Funredes ha venido realizando a lo largo de los últimos años. [8] Los datos básicos de la proyección realizada figuran en la tabla 1.

	inglés	español	francés	italiano	portugués	rumano	alemán	resto	Totales
Sept. 1998	75,00	2,53	2,81	1,50	0,82	0,15	3,75	13,44	100,00
Ag. 2000	60,00	5,05	4,40	2,76	2,37	0,22	3,00	22,20	100,00
Ag. 2001	55,00	5,20	4,34	2,71	2,44	0,18	6,29	25,45	101,61
Feb. 2002	50,00	5,80	4,80	3,26	2,81	0,17	7,21	25,97	100,02
Feb. 2003	49,00	5,31	4,32	2,59	2,23	0,11	6,80	29,65	100,01
May 2004	46,30	4,72	4,93	2,85	1,86	0,14	7,12	32,09	100,01
Mar. 2005	45,00	4,60	4,95	3,05	1,87	0,17	6,94	33,43	100,01

Tabla 1. Evolución de la distribución del porcentaje del número de páginas electrónicas en diversas lenguas.

Fuente: Funredes (<http://funredes.org/LC/espanol/medidas/sintesis.htm>) [comprobado 3/1/2007].

Las líneas generales de la evolución son bastante claras. El inglés, que era la lengua en la que estaba escrito el 75% de lo que se podía detectar en Internet en 1998, había bajado hasta el 45% en marzo de 2005. Naturalmente, eso no significa que el número absoluto de páginas en inglés haya descendido, sino que su aumento ha sido menor en proporción al experimentado por el conjunto de las demás lenguas, lo cual es perfectamente esperable a partir de la distribución inicial. El español crece de forma notable hasta 2002, año en que comienza a descender hasta llegar a la situación en la que tiene un peso algo inferior al del francés y muy inferior al del alemán, lenguas que tienen un número considerablemente menor de hablantes.

Los datos anteriores resultan de una proyección realizada a partir de la presencia relativa de las demás lenguas con respecto al inglés. Dada la inseguridad general que arrastran consigo estos datos y también por su posible envejecimiento por los casi dos años de antigüedad transcurridos desde la última recogida, no estará de más contrastarlos con otros más recientes o bien obtenidos mediante una metodología diferente. La tabla 2 muestra en la primera columna los resultados del estudio de Aguillo, García y Arroyo (2004) utilizando los recursos proporcionados por Google y Yahoo para hacer el recuento del número de páginas existentes en diferentes lenguas a mediados de 2004. La técnica empleada, que cualquiera puede utilizar, consiste en lanzar al buscador la petición de páginas que contengan una expresión general (ellos utilizan la expresión http) y estén, a juicio del identificador lingüístico del buscador, escritas en una lengua determinada. La segunda columna contiene, en las casillas correspondientes, los resultados del estudio de Funredes; la tercera da los datos de otro estudio realizado por Aguillo con otros colaboradores (Aguillo, Ortega y Granadina (2006)) sobre los contenidos de Google en mayo de 2006 y la cuarta proporciona los datos que yo mismo obtuve de Google a comienzos de octubre de 2006 utilizando la misma técnica empleada por Aguillo, García y Arroyo en el trabajo mencionado.

Además, para que se pueda valorar adecuadamente el volumen al que estamos haciendo referencia, añadido en la quinta columna el número absoluto de páginas existentes en las diferentes lenguas usando también los servicios proporcionados por Google.

Lenguas	Porcentaje de páginas en diferentes lenguas				Millones de páginas en Google[11/10/2006]
	Aguillo, García y Arroyo (2004) [agosto de 2004]	Funredes: [marzo de 2005] (proyección)	Aguillo, Ortega, Granadina (2006) [mayo de 2006]	Google: [octubre de 2006]	
Alemán	6,94	6,94	5,4	1,90	123,00
Chino (simpl. + trad.)	3,21		4,7	2,01	130,30
Coreano	1,93			0,85	54,70
Español	3,39	4,60	2,6	1,26	81,60
Francés	5,14	4,95	3,8	1,79	116,00
Holandés	2,16		1,4	0,63	40,90
Inglés	57,95	45,00	64,8	47,14	3.050,00
Italiano	2,69	3,05	1,5	0,74	48,00
Japonés	4,96		4,8	2,95	191,00
Portugués	1,98	1,87	1,0	0,61	39,50
Rumano		0,17		0,16	10,30
Ruso	2,77		1,9	0,75	48,60
Sueco				0,39	25,40
Total de páginas (en todas las lenguas) calculado por <i>Google</i>					6.470,00
Totales	93,12	66,58	91,90	61,19	

Tabla 2. Porcentajes correspondientes al número de páginas en diferentes lenguas según cuatro recuentos diferentes.

Elaboración propia con datos de Aguillo, García y Arroyo (2004) (www.csi.ensmp.fr/WebCSI/4S/download_paper/download_paper.php?paper=aguillo_garcia_arroyo.pdf); Funredes (2005), (funredes.org/LC/espanol/medidas/sintesis.htm); Aguillo, Ortega y Granadino (2006) y los que yo mismo obtuve en Google a mediados de octubre de 2006.

En la última columna, número de páginas en diferentes lenguas reconocidas como tales por Google a mediados de octubre de 2006.

La distribución por países presenta el perfil esperable: España supone, según los diferentes recuentos, entre el 30% y el 45% de las páginas que los buscadores consideran escritas en español y los cinco países de mayor peso (Argentina, Chile, España, Estados Unidos y México) suman en conjunto entre el 75% y el 90%.

Aun con fuertes diferencias entre sí, los datos que la tabla 2 proporciona para el español son sistemáticamente bajos en relación con el peso cuantitativo de la comunidad hispanohablante. Todavía un paso más allá, lo que podríamos considerar el 'índice de productividad' de los internautas hispanohablantes, esto es, la relación entre la cantidad de páginas electrónicas y la de usuarios de Internet es de 0,99, mientras que alcanza 9,55 para los anglófonos, 2,21 para los hablantes de japonés, 2,33 para los de francés, etc.

A pesar de la incertidumbre que contienen y las divergencias que muestran, los datos sobre número de hispanohablantes conectados a la red y de páginas electrónicas en español dibujan un panorama manifiestamente mejorable. Por supuesto, ni son los únicos ni, probablemente, los más significativos. Tener la posibilidad de conectarse a la red no es lo mismo que hacerlo o limitarse a hacerlo una vez al trimestre y entrar en Internet puede no ir más allá de 'bajar' una canción o un vídeo. Por otra parte, los recuentos de páginas cuentan con independencia de la calidad, el número de visitas, la actualización de la información, etc. Todo eso es cierto, pero también lo es que las cifras generales de acceso, incluso las más burdas, dan una idea del grado de inserción de la comunidad correspondiente en la llamada 'sociedad del conocimiento', de modo que han de ser atendidas y las entidades responsables deberían tomar las medidas oportunas para mejorar la relación que presentan.

Obtener índices más elaborados, que apunten a aspectos cualitativamente más elevados, resulta bastante más difícil. Por ejemplo, da la sensación de que la prensa digital tiene en el mundo hispánico un peso esperanzador, tanto en el número de publicaciones con versión electrónica (o versión únicamente electrónica) [9] como en cantidad de consultantes. Para dar únicamente un dato, los diez periódicos digitales más importantes del mundo hispánico recibían conjuntamente en octubre de 2006 el 1,1% de todas las visitas a sedes electrónicas de este tipo. Según Díaz Noci (2006: 309 y sigs.), en 2005 había en España 1274 medios de comunicación electrónicos

(alrededor de un 10% de los existentes) y con datos de la OJD, se situaban, en noviembre de 2005 en, por ejemplo, 35 millones de visitas para El Mundo, casi 30 millones para Marca, 17 millones para As o 3 800 000 para Libertad digital en el mismo período. Desde un ángulo diferente, la versión de la Wikipedia en español tenía en esa misma fecha 160 313 artículos y 234 792 usuarios registrados, lo cual supone la décima posición en cuanto a número de artículos, con el 11% de los artículos existentes en la versión inglesa y el 9,5% de sus usuarios registrados.

[Volver](#)

4. Conclusiones: el futuro del español en Internet

Como hemos visto en los apartados anteriores, la tasa de hispanohablantes con acceso a Internet es bastante baja, solo ligeramente superior a la media mundial. Incluso los países hispánicos mejor situados en este aspecto están todavía lejos de alcanzar los niveles de los más desarrollados. Aunque la evolución de los últimos años ha sido muy positiva, los contenidos en español presentes en la red están también a mucha distancia de lo que el peso cuantitativo de los hablantes de esta lengua podría suponer. También aquí, la situación de los países que ocupan la cabeza del mundo hispánico resulta muy distante de la que tienen los que ocupan los primeros puestos.

Sería una actitud absurda esconder la cabeza y no reconocer la necesidad de mejorar la situación de nuestra lengua en la red de redes. No se trata, por supuesto, de preocuparse únicamente por colocar al español en un lugar mejor que el que ocupa actualmente, sino de actuar en todos los frentes necesarios para cambiar las causas que dan lugar a esa situación. En el marco general de la situación económica y cultural del mundo hispánico, hay tres grandes factores a los que es necesario prestar atención. De un lado, la mejora de las condiciones técnicas y económicas de acceso a la red. En segundo lugar, un esfuerzo adicional en la situación de contenidos realmente atractivos para la población que, en buena parte, es un resultado que se obtiene como consecuencia de la mayor facilidad de acceso. Por último, en lugar de escudarnos en la idea de que los buscadores comerciales prestan poca atención a los contenidos procedentes del mundo hispánico —lo cual puede ser cierto—, es necesario dedicar más medios a la producción de herramientas y recursos lingüísticos basados en el español que aporten a la documentación existente en la red y a su recuperación la 'inteligencia' lingüística de la que, en términos generales, carecen en este momento, lo cual implica tanto la investigación básica como la aplicada. Solo la conjunción de esfuerzos en las tres direcciones permitirá que la red en español esté al nivel que la comunidad hispanohablante quiere tener en el futuro.

[Volver](#)

Referencias bibliográficas

Aguillo, Isidro F. José L. Ortega y Begoña Granadino, 2006. "Contenidos del buscador Google. Distribución por países, dominios e idiomas", *El profesional de la información*, 15/5, 2006, 384-389.

Aguillo, Isidro F., Ignacio García y Natalia Arroyo, 2004. "Regional and linguistic patterns in Google positioning", www.csi.ensmp.fr/WebCSI/4S/download_paper/download_paper.php?paper=aguillo_garcia_arroyo.pdf.

Díaz Noci, Javier, 2006. "Orígenes y desarrollo del ciberperiodismo en España: balance de una década", en *Informe anual de la profesión periodística 2006*, Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid, 2006, 307-319.

Díaz Nosty, Bernardo, 1999. "Las ediciones digitales de la prensa diaria en lengua española", *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 1999*, 65-186.

Díaz Nosty, Bernardo (dir.), 2000. "Cuarto informe sobre la prensa en lengua española en Internet", VI Foro Eurolatinoamericano de la Comunicación, Ciudad de Panamá, 2000, www.infoamerica.org/documentos_pdf/nosty07.pdf.

Gulli, A. & A. Signorini, 2005. "The Indexable Web is More than 11.5 billion pages", WWW 2005, www.cs.uiowa.edu/~asignori/web-size/.

La difusión del español en Internet, Burgos: Fundación Caja de Burgos, 2006.

Marcos Marín, Francisco, 2000. "La lengua española en Internet", *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes, 2000*, 299-357.

Marcos Marín, Francisco, 2006. *Los retos del español*, Madrid / Frankfurt: Iberoamericana / Vervuert, 2006.

Martín Mayorga, Daniel (2000): "El español en la sociedad de la información", *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2000*, 359-374.

Millán, José Antonio, 2001. *Internet y el español*, Madrid: Fundación Retevisión, 2001.

Otero, Jaime y Hermógenes Perdiguer (coords.), 2006: *El porvenir del español en la sociedad del conocimiento*, Burgos: Fundación Caja de Burgos, 2006.

Pimienta, Daniel, 2002. "Presencia de las lenguas neolatinas en la internet", Congreso internacional sobre lenguas neolatinas en la comunicación especializada, (México, D.F. 2002), dtil.unilat.org/cong_com_esp/comunicaciones_es/pimienta.htm.

Pimienta, Daniel y Benoit Lamey, 2001. "Lengua española y culturas hispánicas en la Internet. Comparación con el inglés y el francés", II Congreso internacional de la lengua española, Valladolid, 2001, www.cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/4_internet_en_espanol/pimienta_d.htm.

Páginas electrónicas citadas

Funredes: www.funredes.org

Google: www.google.com

Ethnologue: www.ethnologue.org

Internet Systems Consortium, Inc. (ISC): www.isc.org

Internet World Stats: www.internetworldstats.com

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: www.mityc.es

<http://observatorio.red.es/indicadores/index.html>

Nielsen//NetRatings: www.nielsen-netratings.com

Wikipedia: <http://www.wikipedia.org>

[1] Sobre las muy diversas cuestiones relacionadas con este tema pueden verse, entre otros, Marcos Marín (2000), Mayorga (2000), Millán (2001), Marcos Marín (2006), Otero y Perdiguero (2006) y el informe La difusión del español en Internet (2006).

[2] Internet Systems Consortium (www.isc.org/ops/ds/reports/2006-07/) [comprobado 3/1/2007].

[3] Cfr. www.internetworldstats.com/stats.htm [comprobado 3/1/2007]. Según se hace constar en cada una de las páginas de Internet World Stats, "the most recent Internet usage information comes from data published by Nielsen/NetRatings, International Telecommunications Union, Computer Industry Almanac, and other reliable sources. [...] World population information comes from the world gazetteer site". En lo sucesivo, indico que tomo los datos de Internet World Stats, pero debe entenderse que la procedencia última es la que ellos señalan.

[4] Cfr. www.internetworldstats.com/stats10.htm [comprobado 3/1/2007].

[5] Cfr. www.internetworldstats.com/stats9.htm [comprobado 3/1/2007]. Las estadísticas de la Unión Europea para 2006, referidas a porcentaje de personas que se habían conectado a Internet al menos una vez a la semana en los tres meses anteriores a la encuesta, dan una media del 47% en los 25 miembros y el 39% para España, que queda por encima de la República checa, Grecia, Chipre, Lituania, Polonia y Portugal. Cfr. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> [comprobado 4/1/2007].

[6] Cfr. www.internetworldstats.com/stats7.htm [comprobado 3/1/2007]. Hay que tener en cuenta que estos datos han sido obtenidos a partir de la adscripción geográfica de los usuarios, por lo que, además de la inseguridad habitual de estos recuentos, sería necesario, para cada lengua, deducir los usuarios que la estadística considera dentro del dominio lingüístico, pero tienen otra lengua de instalación, y añadir los que la usan, pero residen fuera del dominio lingüístico considerado habitualmente.

[7] Los buscadores más utilizados permiten llevar a cabo búsquedas referidas únicamente a documentos escritos en una lengua determinada. Google, por ejemplo, admite búsquedas seleccionadas en 35 idiomas distintos, que es un pequeñísimo porcentaje de las aproximadamente 6900 lenguas que los lingüistas creen que se hablan en este momento en el mundo (cfr. www.ethnologue.org).

[8] Además de la página electrónica del proyecto, con abundante información, vid., entre otros, Pimienta y Lamey (2001) y Pimienta (2002).

[9] Cfr. Díaz Nosty (1999 y 2000).

[Volver](#)

Resumen:

Aunque la evolución de los últimos años ha sido muy positiva, la tasa de hispanohablantes con acceso a Internet es bastante baja. Los contenidos en español presentes en la red están también a mucha distancia de lo que el peso cuantitativo de los hablantes de esta lengua podría suponer.

Palabras clave:

Lengua española, español, Internet.

[Volver](#)**Abstract:**

Although the evolution over recent years has been very positive, the rate of Spanish speakers with access to Internet is still quite low. Contents in Spanish on the Web are also a long way from what one would expect from the quantitative weight of the Spanish-speaking population.

Key Words:

Spanish language, Spanish, Internet.

[Volver](#)

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Estados de la cuestión

EL VALOR DE LA LENGUA: ASPECTOS CONCEPTUALES Y ANALÍTICOS

José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

1. La lengua, software de comunicación.
 2. La lengua como bien de club.
 3. Costes y beneficios de la pertenencia al club.
 4. La lengua, ¿renta absoluta o renta diferencial?
- Referencias bibliográficas

1. La lengua, software de comunicación.

La lengua puede ser considerada como la tecnología social –software– de comunicación más antigua de la humanidad: de hecho, es fundamentalmente –aunque no sólo– una herramienta, una destreza comunicativa que permite el intercambio –algo ya intuido por Adam Smith en las páginas iniciales de su Riqueza de las naciones– y da acceso al disfrute de bienes y de servicios. Pero no hay que olvidar que la lengua, aunque a veces apoyada en soportes físicos (como puede ser un libro o un disco compacto), tiene una naturaleza esencialmente intangible que dificulta, en todo caso, su valoración desde un punto de vista material y contable. Y, por otro lado, es indudable que la lengua, en su condición de gran «tecnología social de comunicación», cumple una función esencial en el desarrollo de otro factor de crecimiento en boga, pero muy difícil de medir, como es el capital social de una colectividad.

La Economía de la lengua, nacida a partir del decenio de 1960 en respuesta a esa percibida importancia de una lengua común desde el punto de vista económico, además de ser una disciplina joven, se ajusta a los calificativos de dispersa –por sus muchos focos de atención–, fronteriza –en relación con los enfoques convencionales de la ciencia económica– y mestiza –en tanto que multi e interdisciplinar–. Como ha sabido observar François Grin, uno de sus más destacados cultivadores: «Los economistas preocupados por la lengua son pocos y alejados entre sí, y afrontan una ardua batalla contra la división académica del trabajo [en Economía]» (Grin, 1996).

La literatura sobre estos temas encaja, por lo común, en alguno de estos seis temas, también enumerados por Grin (2001): a) la importancia de la lengua como un elemento definitorio de ciertos procesos económicos como la producción, el consumo o la distribución; b) la importancia de la lengua como un elemento del capital humano, en cuya adquisición los individuos pueden tener buenas razones para invertir; c) la enseñanza de la lengua como una inversión social que rinde beneficios netos (relacionados o no con el mercado); d) las implicaciones económicas (en términos de costes y de beneficios) de las políticas lingüísticas (estén, de nuevo, relacionados o no con el mercado esos costes y beneficios); e) la desigualdad de ingresos basada en la lengua, particularmente a través de una discriminación salarial en contra de grupos definidos por sus atributos lingüísticos, y f), los trabajos relacionados con la lengua (enseñanza, traducción, interpretación...) como sector económico.

En cualquier caso, a la pregunta de cuánto vale una lengua, un idioma compartido por una colectividad determinada, suele dársele una respuesta más micro que macroeconómica: el diferencial de ingresos que permite alcanzar en el mercado de trabajo a quienes tienen la capacidad de usarla (en uno de los ejemplos más típicos, lo que aumenta el salario medio de un hispano en Estados Unidos el conocer, además de su lengua materna, el inglés). Pero el valor macroeconómico de una lengua no es una mera suma de valoraciones individuales, de valores de cambio en el ámbito laboral. Las habilidades lingüísticas de los habitantes de un país, como parte de su capital humano, está claro que tienen un valor conjunto.

Hay, sin embargo, otras muchas facetas de ese valor económico –incluso sin entrar a considerar aquí el siempre menos cuantificable valor identitario de una lengua para algunas comunidades– que no se monetizan en el mercado de trabajo y que contribuyen a aumentar la renta nacional de un país. La lengua común puede ser, así, un estímulo tanto para el comercio que amplía las dimensiones del mercado interno como para las inversiones internacionales que procuran mayores rentabilidades al capital; puede serlo para reducir tanto la «distancia psicológica» –en el sentido de la Escuela sueca de Uppsala– que lleva a internacionalizarse a las empresas como sus propios costes operativos; o puede servir de «efecto llamada», y luego de factor integrador, para movimientos migratorios que amplían la dotación factorial de los países de acogida y, merced a las remesas, pueden tener también positivos efectos sobre los de salida.

En efecto, la lengua –y tanto más cuanto más hablantes tiene– es generadora de efectos externos (externalidades), en su gran mayoría positivos, de múltiple carácter y, en general, difícil medida y valoración. La lengua, en su papel de tecnología social de comunicación, es una herramienta libremente utilizable, aunque el acceso a su conocimiento supone un coste, que aparece asociado a su aprendizaje. Ahora bien, una vez que se accede a su conocimiento, genera un beneficio que es tanto mayor cuantos más sean los que están en condiciones de hablar y compartir esa lengua. De modo que estas externalidades, que lo son además de red,

confieren a ese bien complejo que es la lengua el carácter de bien público «de club». Conceptualización esencial para indagar en la cuestión del valor de la lengua, y sobre la que aquí es preciso detenerse como clave en cualquier análisis que quiera hacerse sobre la cuestión.

[Volver](#)

2. La lengua como bien de club.

De acuerdo con los rasgos señalados la lengua tiene rasgos parciales de bien público de club. En primer lugar, porque es un bien no rival en su consumo: el hecho de que un agente domine un idioma no comporta coste alguno para el disfrute que de similar dominio pueda hacer otro agente. Cabría decir que el coste marginal de la incorporación de un nuevo hablante a una lengua es virtualmente cero: una expresión clara de esta ausencia de rivalidad.

Si bien es no rival en su consumo (o uso), la lengua tiene, sin embargo, un cierto elemento de exclusión: no se pueden disfrutar de los beneficios de una lengua a menos que se la conozca y domine. No obstante, acceder a ese dominio implica un coste de aprendizaje que se expresa en tiempo y, con frecuencia, en recursos invertidos. Hay, pues, una barrera que es necesario superar para formar parte de un determinado club lingüístico. Ahora bien, una vez superado ese coste de acceso, se está en condiciones de disfrutar del conjunto de los beneficios posibles que proporciona el uso de la lengua, sin restricción alguna.

Este es el rasgo que justamente caracteriza a un bien de club: sólo logran disfrutar del bien aquellos que están dispuestos a sufragar el acceso al club. En este caso, la dimensión del club vendría dada por la frontera de la comunidad efectiva de los hablantes de la lengua que se esté considerando. Es frecuente que los bienes de club padezcan economías de congestión: esto es, cuanto más acceden al bien, menor es el beneficio que derivan de su consumo. Esto es lo que explica que se trate de limitar el acceso a través del establecimiento de barreras de entrada. Sin embargo, como bien de club, a la lengua le caracteriza otro rasgo relevante y relativamente singular: disfruta de economías de adopción (o de red). Es decir, los servicios que la lengua presta son tanto mayores cuanto más amplio es el colectivo de quienes están en condiciones de usarla.

De semejante aspecto se deriva una consecuencia importante: en el caso de una lengua no existen razones para limitar el tamaño de la comunidad lingüística. Y, al contrario, es frecuente que se hagan esfuerzos públicos –el Instituto Cervantes es un ejemplo– por ampliar el número de los que pertenecen a un condominio lingüístico.

[Volver](#)

3. Costes y beneficios de la pertenencia al club.

La pertenencia a un club lingüístico genera costes y beneficios que deben ser considerados. El primero de los beneficios se asocia a la reducción de costes de transacción que se deriva del recurso a una lengua compartida por parte de los agentes de una relación. El recurso a un mismo idioma permite una mayor disponibilidad de recursos expresivos, enriquece la capacidad comunicativa y facilita el entendimiento. Adicionalmente, la pertenencia a una misma comunidad lingüística suele llevar aparejado el recurso a elementos referenciales e idiosincrásicos, que no sólo contribuyen al entendimiento, sino también facilitan la generación de un clima de mayor confianza y cercanía entre las partes.

Además de un elemento de comunicación, el idioma constituye uno de los referentes de identidad de un colectivo social; y, por lo mismo, se conforma como un elemento de socialización y un factor de integración en una determinada comunidad. Una experiencia que aprenden los inmigrantes que proceden de otras comunidades lingüísticas. Ese mismo aspecto es posible considerarlo desde otra perspectiva: los elementos de identidad constituyen intangibles que connotan todas aquellas realizaciones que caracterizan a una comunidad. En ese sentido, la lengua es tributaria y portadora de la «imagen país» de aquella comunidad con la que se asocia la lengua. El valor del inglés no deriva sólo de su uso comunicativo, sino también del vigor y riqueza, tanto económica como cultural, de la comunidad que lo habla.

Por último, un tercer beneficio de una lengua es el que se deriva de constituirse en soporte de la creación intelectual y artística. La lengua como materia prima de la creación, que da soporte a una muy amplia colección de industrias y actividades. Además, si la lengua aporta uno de los más importantes sustratos sobre los que erigir las producciones del pensamiento y la creación, a su vez, esas mismas producciones desarrollan la lengua y le otorgan valor a escala internacional.

Ahora bien, la pertenencia a un determinado club lingüístico también comporta costes. El primero y más evidente es el asociado al acceso al uso de la lengua. Un coste sobre el que se ha erigido una industria de enseñanza de idiomas, que llega a tener importancia notable en los casos de Irlanda o el Reino Unido.

El segundo coste es el que tiene relación con la organización del club: un concepto que no resulta evidente, pero que existe. Cuanto mayor sea la extensión de un idioma, más vulnerable resulta a la presencia de localismos o al despliegue de variedades dialectales diversas: lo que justifica que se haga un esfuerzo mayor por mantener los elementos de unidad y de cohesión del conjunto. Una experiencia que conoce la Real Academia Española, y que refleja en su más reciente empresa del Diccionario Panhispánico de Dudas.

Por último, el tercer tipo de costes es el que se relaciona con la exclusividad. La pertenencia a un club lingüístico amplio puede constituir un factor retardatario para que el agente se sienta estimulado a asumir los costes de acceso a otras comunidades lingüísticas. En la medida en que se considere que la pertenencia simultánea a diversas comunidades lingüísticas constituye un valor en sí mismo, este desestímulo que aparece asociado a los clubes poderosos y extendidos debería contemplarse como un coste.

[Volver](#)

4. La lengua, ¿renta absoluta o renta diferencial?

Cabe preguntarse, llegados a este punto, si el valor de la lengua es mensurable en términos de renta «absoluta», o bien de renta «diferencial». Sigamos para ello el ejemplo clásico de Ricardo: ¿Es el valor de dos minas –dos lenguas– el resultado de cubicar –y pesar– lo que cabe en ellas, ya sean toneladas de mineral o bienes y servicios que incorporan lengua? ¿O tendrá que ver también con su proximidad al mercado, en un caso, y con su amplitud y difusión, por ejemplo, en el otro? Pues bien, lo que se ha hecho hasta ahora en España tiene más que ver con lo primero que con lo segundo.

El trabajo que dirigiera Ángel Martín Municio (2003) sobre El valor económico de la lengua española es, en efecto, el resultado de «cubicar» lo que supone, directa o indirectamente, la lengua dentro de la principal de nuestras macromagnitudes económicas, el producto interior bruto (PIB). Con criterios sujetos a siempre discutibles interpretaciones, pero que, con las cuentas nacionales en la mano, condujeron a sus autores a un resultado verdaderamente redondo: la lengua suponía el 15,00 por 100 del PIB español. No es el menor de los problemas que bajo el rótulo de «lengua» no se aquilatase lo que era, en realidad, sólo español, ni tampoco –de esto fueron también muy conscientes sus autores– que los coeficientes de lengua, es decir, la proporción en que los bienes y servicios de las distintas ramas estaban vinculados a ésta, contuvieran elementos de inevitable arbitrariedad. Quizá lo más insatisfactorio es que daban una medida del valor de la lengua que, siendo muy meritoria, nos dice en realidad muy poco del valor del español en sí. Porque el español, tal y como ha quedado claro en los epígrafes previos, vale en tanto que lengua de relación de dimensión universal, la de más de cuatrocientos millones de hablantes; una potencia demográfica –y de capacidad de compra– que multiplica la propia potencia económica del idioma común.

De esto ha dado cumplida muestra la internacionalización de las empresas españolas en la década pasada; o la intensidad de unos flujos migratorios cuya dirección, hoy, como en el pasado, aunque haya cambiado su sentido, no se entiende sin la variable lengua; o de unas relaciones comerciales que, dentro del subcontinente americano, tienen en ella un aliado de la proximidad física, o, fuera de él, como sucede con España e Iberoamérica, se intensifican también gracias a la lengua compartida. Cuánto vale todo esto es, por supuesto, más difícil de responder; con todo, el soporte conceptual y analítico tan sucintamente expuesto en estas páginas [1] debiera ayudar a progresar en esta tarea.

[Volver](#)

Referencias bibliográficas:

Alonso, José Antonio (2006), Naturaleza económica de la lengua, Documentos de Trabajo del ICEI-Fundación Telefónica.

Grin, François (1996), «Economic approaches to language and language planning: an introduction», International Journal of the Sociology of language, núm. 121.

— (2001), «English as economic value: facts and fallacies», World Englishes, núm. 20.

Jiménez, Juan Carlos (2006), La Economía de la lengua: una visión de conjunto, Documentos de Trabajo del ICEI-Fundación Telefónica.

Martín Municio, Ángel (dir.) et al. (2003), El valor económico de la lengua española, Espasa Calpe,

Madrid (con Antoni Espasa, Javier Girón y Daniel Peña como coordinadores).

[1] Para mayores detalles, véase J. A. Alonso (2006) y J. C. Jiménez (2006).

[Volver](#)

Resumen:

El valor económico de la lengua es indiscutible. La pertenencia a un club lingüístico genera costes y beneficios que deben ser considerados y pueden ser medidos.

Palabras clave:

Lengua española, economía, costes y beneficios.

[Volver](#)

Abstract:

The economic value of the language is without question. Belonging to a linguistic club produces costs and benefits that should be taken into consideration and can be measured.

Spanish language, economy, costs and benefits.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - N° 13 - Septiembre 2007

Opinión

Para consultar un artículo, selecciónalo en el menú de la derecha.

El camino económico de la lengua española
Osvaldo Hurtado

El español en su dimensión demolingüística
Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero Roth

La lengua como activo
Julio María Sanguinetti.

Imprimir

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Opinión

EL CAMINO ECONÓMICO DE LA LENGUA ESPAÑOLA

Osvaldo Hurtado

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

Hace cuarenta y un años vine por primera vez a Europa. Si bien por entonces España comenzaba a dar los primeros pasos por la ruta del desarrollo, continuaba siendo un país pobre y atrasado. Por no estar la economía en posibilidad de ofrecer empleo a quienes lo necesitaban, los españoles emigraban a otros países de Europa, como antes lo habían hecho a América, en búsqueda de oportunidades que no encontraban en su patria para mejorar sus condiciones de vida.

En la primera mitad del siglo XX centenares de miles se habían mudado a Argentina, Venezuela y otros estados del promisorio nuevo mundo; en la segunda mitad otros tantos emigraron a Alemania, Francia y a otros ricos países europeos que luego de recuperarse de la destrucción y de las pérdidas ocasionadas por la II Guerra Mundial comenzaban a construir la próspera sociedad del bienestar.

Hacia los años sesenta España también era un país políticamente atrasado, gobernado por una anacrónica dictadura que mantenía férreamente cerradas las puertas de la democracia, de la ciudadanía y de la libertad, impidiendo que por ellas pudiera transitar el pueblo español como lo hacían diariamente y a plenitud los habitantes de los otros países del viejo continente.

Este rezago económico, social y político hacía que los europeos miraran a España por sobre el hombro y que algunos presuntuosamente dijeran que Europa terminaba en los Pirineos, montañas detrás de las cuales, según ellos, no había otra cosa que playas para el descanso veraniego, un lugar para disfrutar de buena comida, inmejorables vinos, una bulliciosa vida urbana y la colorida fiesta de los toros.

Por cierto que las personas bien informadas sabían lo que España fue en sus siglos de gloria, cuando dominaba Europa, conformaba un imperio en el que no se ponía el sol y en su seno florecían las artes y la literatura, en forma tan notable que dejaron en el mundo una impronta rubricada con caracteres indelebles por Cervantes y Velázquez. Pero aún aquellos no podían menos que constatar que la gran nación española de antaño, paulatinamente dejó de serlo en el siglo XIX y más todavía en la primera mitad del siglo XX ahogada por luchas intestinas insalvables.

En los años que siguieron a 1965 muchas veces volví a Europa y otras tantas pasé por España, décadas durante las cuales fui testigo de su raudo progreso económico, del creciente bienestar de sus habitantes, de su incontenible salto a la modernidad y de la sorprendente implantación de la democracia en un suelo en el que muchos creían que nunca florecería, inusitados logros alcanzados gracias a visionarios líderes que desde la monarquía y los partidos políticos asumieron, con sabiduría y entereza, la responsabilidad de transformar España y hacerla avanzar en todos los campos a fin de ponerla a tono con los tiempos.

El sorprendente proceso de modernización vivido por España en el último cuarto de siglo fue refrendado por la comunidad internacional al producirse su aceptación en la Unión Europea. Fui observador distante de tan significativo hecho histórico mientras miraba en Quito un programa de noticias en la televisión. El reportaje periodístico que vino a continuación recogió en ciudades y plazas las reacciones del pueblo español. Todos los entrevistados orgullosos y alborozados exclamaban: ¡Somos europeos!, expresión que resumía la satisfacción que sentían por finalmente haber sido reconocidos como tales y, de este modo, pasar a ser parte de un continente cuya geografía desde siempre compartieron, pero del que se habían mantenido distantes por centurias, económica, social, política y culturalmente.

Me parece conveniente recapitular brevemente la vasta transformación sufrida por España, para poner en perspectiva las singulares oportunidades que el mundo de hoy ofrece al idioma castellano, asunto central que ocupa nuestra reflexión. A mi manera de ver la cultura de las naciones y la lengua en la que se expresa, como ha sucedido en la historia de la humanidad desde la más remota antigüedad, caminan de la mano del progreso económico. Gracias a la riqueza que acumularon los estados que se sucedieron en el dominio del mundo, pudieron proyectar su cultura y su idioma más allá de sus fronteras, en épocas preteridas a través de los ejércitos, de las armadas y de las guerras de conquista, ahora por la fuerza que su poder económico les da para imponer pacíficamente sus conocimientos, sus artes, sus costumbres, sus gustos, sus habilidades, sus tecnologías y con ellos sus lenguas.

El latín se extendió por Europa, Medio Oriente y el norte de África gracias a la prosperidad económica de Roma, en la que se sustentó el enorme imperio que conformaron sus ejércitos. Lo mismo sucedió antes con la lengua griega, más tarde con la árabe y recientemente con el francés y el inglés, idiomas que se extendieron transportados por el poder económico y militar de sus imperios, que paulatinamente fueron agregando tierras y poblaciones al núcleo originario del que partieron.

En los países que conforman América Latina se habla la lengua castellana porque sus territorios fueron colonizados por España en una época en la que su armada era dueña de los mares. Fue la dominación económica y marítima de Inglaterra en el siglo XIX y el predominio económico, tecnológico y militar de los Estados Unidos en el siglo XX, los que convirtieron al inglés en la lengua franca de fines del segundo milenio. No sólo porque es hablado por la población que habita los progresistas países angloparlantes de los cinco continentes, sino porque el inglés ha pasado a ser el segundo idioma en los países con lengua materna distinta, por ser el portador de los conocimientos contemporáneos y el medio de comunicación a través del cual se hacen las relaciones y los negocios internacionales.

Hasta hace apenas pocos años en Europa y en América a nadie se le ocurría aprender chino mandarín, a pesar de que era hablado por la población más numerosa del planeta. A pocos les interesaba la cultura y la lengua de un país que si bien por milenios había sido el "centro del mundo", desde los albores del siglo XIX vivía sumido en el atraso, sin nada que ofrecer al resto de naciones en el campo de la ciencia en el que desde siempre había sido pionero.

Los europeos y los americanos y otros pueblos han comenzado a interesarse en la milenaria lengua asiática desde que China comenzó a despegar económicamente a fines del siglo XX, como en tantos otros casos, gracias a un esclarecido liderazgo político, tan visionario que incurrió en la audacia de abandonar dogmas que se consideraban inmutables. Si la economía China con sólo ser la cuarta del mundo inunda con sus mercaderías los más alejados rincones de la Tierra, ya puede imaginarse lo que ocurrirá cuando se convierta en la primera, cosa que va a suceder en pocos años más.

Al predominio económico de China seguirá una creciente presencia de su lengua y de su cultura, ya porque allende sus fronteras muchos se interesarán por conocerlas, ya también porque se convertirá en el primer destino de los viajeros del mundo, cuando millones de curiosos turistas arriben a un país en el que tanta historia y tan variada naturaleza puede verse, además de ciudades que se modernizan con una bella arquitectura diariamente.

Algo parecido está sucediendo con la lengua castellana gracias al extraordinario progreso económico de España, conducido por una democracia que, a pesar de su juventud, se desempeña mejor que otras democracias europeas de vieja data. En apenas medio siglo España se ha desprendido de la pobreza, ha superado el atraso y se ha convertido en la octava economía del mundo, en el sexto inversor internacional, en el primero en América Latina, en el segundo destino turístico internacional y, entre 1980 y 2005, en el país de más alto crecimiento económico de Europa.

Las compañías multinacionales que España ha conformado, inimaginables hace apenas pocos años, compiten con ventaja frente a acreditadas empresas de Europa y América que antes dominaban los mercados del vestuario y de las finanzas. Creo que solo a un adivino pudo ocurrírsele la posibilidad de que la marca de confecciones Zara pudiera algún día desafiar a la italiana Benetton y a la estadounidense Gap, o que el Banco Santander se convertiría en el sexto del mundo y en el primero de América Latina, por sobre importantes instituciones financieras de Alemania, Francia e Inglaterra. Menos aún que Prisa acudiría en auxilio de Le Monde para solventar sus dificultades financieras y que el periódico El País asesoraría al emblemático diario francés para ponerlo al día.

Como lo he sugerido, el progreso económico de los países suele desencadenar un círculo virtuoso que progresivamente se extendiendo a todos los ámbitos en que se expresan culturalmente las sociedades, proceso que en algunos casos termina desbordando las fronteras de las naciones y extendiéndose por los países vecinos y luego por todas partes. Es lo que ha sucedido en España en los variados campos del deporte y del cine, las dos mayores manifestaciones culturales de la sociedad contemporánea, si se tiene en cuenta, no su valor intrínseco, sino el número de personas que se interesan en ellas.

Gracias a la riqueza que ha acumulado España, tanto los particulares como las instituciones públicas han podido destinar recursos al cultivo del deporte en cuyas disciplinas ha alcanzado sonados éxitos, particularmente en automovilismo, ciclismo, tenis y fútbol. No hay en el mundo de hoy un acontecimiento que despierte mayor interés, por sobre todos los otros que concitan la atención de la radio, la prensa y la televisión, que los resultados de las competencias nacionales, regionales y mundiales de balompié. Y España cuenta con una de sus más cotizadas ligas cuyos partidos de fines de semana jóvenes de todas las latitudes miran a través de la televisión, para disfrutar de las proezas que realizan en las canchas los "galácticos" jugadores de los clubes Barcelona y Real Madrid, onerosamente reclutados en las más valiosas canteras futbolísticas del mundo.

Algo parecido sucede con la música y el cine, dos medios de comunicación contemporáneos que por concitar el interés de multitudes contribuyen a la difusión de los idiomas más de lo que pueden hacer la literatura, el arte, el pensamiento y la ciencia, todavía relegados a ámbitos restringidos a pesar de su importancia y del creciente interés que suscitan. La música popular española no sólo se escucha en países de habla castellana, divulgación mundial que con ventaja comparte el cine de sus creativos directores que sin dificultad le sacan provecho a cualquier tema. Aplaudido por los espectadores, alabado por los críticos y premiado por las academias, merecidamente ocupa el destacado lugar que antes alcanzó en Europa el vanguardista cine italiano de los grandes directores de posguerra, lo que no es poco decir.

La creciente influencia económica, cultural e internacional de España contrasta con la disminuida presencia que hoy tiene América Latina, cuyo peso viene reduciéndose persistentemente en beneficio de otras regiones del mundo en las que los países han sido capaces de hacer mejor sus tareas.

Como en la región la estabilidad política, el crecimiento económico y la continuidad, salvo alguna excepción, no han sido parte cotidiana de la vida pública y el viejo populismo junto al arcaico caudillismo vuelven a ganar

elecciones y a constituir gobiernos, el desarrollo latinoamericano ha sido inferior al alcanzado por otros continentes, de manera que países que a mediados del siglo XX aventajaban a algunos de Europa y de Asia hoy ocupan lugares secundarios. Lo que ha llevado a que estados europeos, como España, Alemania e Italia, para los que América Latina era un interlocutor importante, hoy se vuelquen hacia Europa Central y Asia, desinterés que también se advierte en los Estados Unidos, excepto en los casos de México, Centroamérica y el Caribe.

A través de otro fenómeno económico y social, y no del desarrollo, es que América Latina está contribuyendo a que se extienda la lengua española. Me refiero a las emigraciones masivas que han generado los países de la región en los últimos años, las más antiguas a Estados Unidos y Australia y las recientes a Italia y otros países de Europa, además de España, diáspora que no podrán detener los países desarrollados con las barreras legales que han interpuesto al libre movimiento de las personas o con barreras físicas al estilo de la que Estados Unidos construye en la frontera con México.

Ni siquiera la actual recuperación económica de América Latina será suficiente para frenar el éxodo de millones de emigrantes, dispuestos a correr todos los riesgos para alcanzar la tierra prometida, mientras la excluyente sociedad latinoamericana no ofrezca las oportunidades que otorga el mundo desarrollado. Esta es la explicación de que, al menos en el caso de América Latina, los emigrantes que antes de partir en sus países tenían un trabajo y recibían un ingreso superen en número a los que carecían de medios de sustento.

El éxodo latinoamericano ha llevado a que en las ciudades de Estados Unidos que colindan con México, hasta la mitad de su población hable castellano, idioma que en Miami, Los Ángeles, Nueva York, Washington y otras grandes urbes se escucha pronunciar por todas partes. Quisiera referir una anécdota ilustrativa. Hace un par de años concurrí en Nueva York a cenar en un restaurante italiano acompañado de mi hija. Al advertir el aire andino del camarero le pregunté por su país de origen. Me contestó que era ecuatoriano. Cuando le inquirí si había otros paisanos trabajando en el lugar me respondió que todos eran ecuatorianos, incluidos los cocineros. No exageran quienes creen que no hay restaurante de la "gran manzana" que no tenga empleados provenientes de mi país.

Es tan numerosa la población de ascendencia "latina", también llamada "hispana", que ha pasado a convertirse en la primera minoría, por sobre todas las inmigraciones que llegaron antes, sólo superada por la anglosajona. No debe extrañar entonces que los latinoamericanos realicen buena parte de sus actividades comunicándose en idioma español, en el que también leen periódicos y revistas, escuchan la radio y ven la televisión. Incluso pueden acceder diariamente a canales y a diarios de sus países a través de los servicios de cable e Internet, todo lo cual contribuye a que su lengua se mantenga viva.

Una población tan numerosa, que mejora económicamente más rápido que otras y mantiene vivos importantes elementos de su cultura, está logrando preservar su idioma originario, el español, como no consiguieron hacerlo otras inmigraciones que llegaron a los Estados Unidos con anterioridad, fenómeno que ha sido analizado con preocupación por Samuel P. Huntington en su libro ¿Quiénes somos?, en el que advierte el riesgo de que los tradicionales valores de la cultura estadounidense pudieran alterarse por la numerosa y creciente presencia latinoamericana.

Algunos ejemplos ilustran la extensión que va alcanzado en los Estados Unidos el idioma español. En ciudades con altos porcentajes de población de origen latinoamericano, quienes son bilingües tienen mayores posibilidades de conseguir un trabajo y recibir una mejor remuneración que los que hablan únicamente inglés. En tales lugares los candidatos a dignidades nacionales, estatales y locales que hablan las dos lenguas tienden a aventajar electoralmente a los angloparlantes.

Cada día es mayor el número de bienes y productos cuyas etiquetas, embalajes y especificaciones están escritas en inglés y español, dándose el caso de barrios en los que todos los anuncios constan en lengua castellana. La enseñanza bilingüe se ha extendido por todos los Estados Unidos, incluso en estados en los que legalmente estaba prohibido que se usara un idioma distinto al inglés.

En menor magnitud y por distinto motivo el conocimiento de la lengua española también se extiende por el inmenso Brasil, el país más poblado de la región. Los brasileños, desde antes, ya habían inventado una nueva lengua, el portuñol, para comunicarse con los otros latinoamericanos a través de una mixtura de portugués y español. A lo que recientemente su gobierno ha sumado la disposición de que la lengua castellana sea estudiada en los colegios.

En esta decisión también han jugado motivaciones económicas, expresadas en el deseo del Brasil de ampliar sus relaciones comerciales y afianzar la creciente presencia de sus empresas en la región. A lo que se ha sumado el interés político en constituir y liderar una comunidad sudamericana de naciones, concebida con el fin de balancear las asimétricas relaciones que actualmente tienen nuestros países con el gigante estadounidense.

Esta suma de razones, que he expuesto sucintamente, me hacen creer que al iniciarse el tercer milenio de la era cristiana nuestra lengua vive una circunstancia excepcional, que no se había repetido desde que España descubrió, conquistó y colonizó América.

[Volver](#)

Resumen:

El progreso económico y la modernización de España, unidos a la emigración hispana, han contribuido al desarrollo de la lengua española en el mundo.

Palabras clave:

Lengua española, castellano, economía, España, hispanos.

[Volver](#)

Abstract:

The financial progress and the modernization in Spain, together with the Hispanic emigration, have contributed to the development of the Spanish language in the world.

Key Words:

Spanish, Castilian, economics, Spain, Hispanic.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - N° 13 - Septiembre 2007

Opinión

EL ESPAÑOL EN SU DIMENSIÓN DEMOLINGÜÍSTICA

Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero Roth

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

[Documento PDF](#)

Resumen:

El español está y seguirá estando entre las lenguas más habladas y difundidas del planeta. Las investigaciones y estudios sociodemográficos de la lengua española crecen debido, fundamentalmente, a la importancia de su potencial económico.

Palabras clave:

Lengua española, sociedad, demografía, economía.

[Volver](#)

Abstract:

Spanish is one of the most spoken and widespread languages in the world and it will be in the same position in the future. Researchs and sociodemographic investigations about Spanish are increasing because of the importance of its financial potential.

Key Words:

Spanish, society, demography, economics.

[Volver](#)

Imprimir

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Opinión

LA LENGUA COMO ACTIVO

Julio María Sanguinetti

[Resumen-Palabras clave](#) / [Abstract-Keywords](#)

En general, los economistas no han analizado demasiado los factores culturales como elemento patrimonial. Lo han hecho historiadores y sociólogos, con el propósito de desentrañar claves de desarrollo, en un proceso de flujos y reflujos en que alternativamente se ha revalorizado o disminuido su significación. Paradigmático ha sido Max Weber, en sus célebres reflexiones sobre el paralelismo entre el capitalismo y la religión protestante, que inauguran una tendencia de interpretación histórica prolongada hasta nuestros días.

Dentro de esa influencia cultural, la lengua emerge, sin embargo, como un factor relevante, que, en el caso de nuestro español, recién hoy se empieza a investigar en profundidad desde la perspectiva del análisis económico. Sin embargo, ya sus pioneros tenían bastante claras las cosas. Recordemos que Antonio de Nebrija (Nebrija 1444- Alcalá de Henares 1522), dijo lo siguiente a la Reina Isabel de Castilla: " Siempre la lengua fue compañera del imperio, y de tal manera lo siguió que juntamente comenzaron, crecieron y florecieron y después junta fue la caída de ambos".

Estaba presentándole a la soberana la primera gramática de la lengua castellana y asentaba esa afirmación en lo ocurrido históricamente con hebreos, griegos y latinos, cuyo auge y decadencia fue paralelo al de su propia lengua. Y añadía: "Cuando en Salamanca di la muestra de aquesta obra a Vuestra Real Majestad, y me preguntó que para qué podía aprovechar, el muy reverendo padre Obispo de Ávila me arrebató la respuesta, y respondiendo por mí dixo: que, después que Vuestra Alteza metiese debaxo de su iugo muchos pueblos bárbaros y naciones de peregrinas lenguas, y con el vencimiento aquellos tenían necesidad de recibir las leyes quel vencedor pone al vencido, y con ellas nuestra lengua, entonces por esta mi arte podrían ver en el reconocimiento della, como agora nos otros dependemos el arte de la gramática latina para deprender el latín. Cierta así es que no solamente los enemigos de nuestra fe que tienen ia necesidad de saber el lenguaje castellano, más los vizcaínos, navarros, franceses, italianos y todos los otros que tienen algún trato y conversación en España..."

O sea, que no se puede administrar un vasto espacio sin una lengua unificadora, en la que se escriban las normas y se desenvuelvan los intercambios. En homenaje a Nebrija, lingüista pero también hombre de vasta visión, no olvidemos que esto lo venía afirmando sin conocer aún el descubrimiento de América, que se produjo en ese mismo año de 1492 pero después de publicada la gramática. España se estaba configurando luego del proceso de la Reconquista, intentaba avanzar sobre el Mediterráneo, el Norte del Africa y aún más allá, y el sabio humanista no podía imaginar tamaña empresa sin un medio de comunicación. Esto hoy parece más que claro pero se juzga como genial en aquel tiempo, aun cuando el ejemplo del imperio romano, manejado por Nebrija, era muy claro para sustentar la conclusión.

En tiempos más recientes, al inglés como lengua, todo le ha resultado relativamente fácil. No ha tenido necesidad de autoanalizarse, pues ha sido llevado de la mano por las potencias dominantes de los últimos dos siglos, Gran Bretaña y EE.UU. Su influencia económica y cultural ha sido tan fuerte y vigorosa que hoy se hace obvio lo que antes no lo era. La actual globalización, cabalgando en los medios de comunicación contemporáneos, cuya evolución es vertiginosa y permanente, ha empleado el inglés como lengua básica de un modo casi natural; basta encender el televisor, protagonista de los hogares, para comprobarlo.

A esta altura imagino que a nadie en su sano juicio se le ocurre dar una batalla para desplazar al inglés, pero así como esto es ilusorio, sería suicida que el español, hoy en expansión, no intentara consolidar la posición que viene conquistando. Por cierto, los iberoamericanos no somos potencia mundial y de allí, entonces, la necesidad de no dejarlo todo librado a la espontaneidad de los acontecimientos.

Para empezar, resulta imprescindible saber dónde estamos parados, cuál es nuestra área geográfica, en qué escenarios económicos hemos ganado terreno y en cuál estamos retrasados. Esto es lo que viene haciendo, y muy bien, con el auspicio de la Fundación Telefónica, un equipo de investigadores que conduce el economista José Luis García Delgado. "El valor económico del español" es el título del emprendimiento y lleva ya realizados numerosos trabajos, así como enriquecedores seminarios de investigación. Técnicamente la tarea es compleja, porque la cuantificación económica de un elemento cultural exige el empleo de metodologías novedosas y un formidable rigor en la búsqueda de datos. De a poco, sin embargo, los números van apareciendo y ellos muestran que la lengua posee, también, una expansiva incidencia material.

Para Iberoamérica este es un tema central y se teje a partir de la pregunta inicial: nuestra lengua ¿es un activo o una hipoteca? Si hoy lo hablamos 438 millones de personas, 40 de ellos en países donde no es la lengua oficial, está claro que existe una "clientela" de primer orden. Por cierto lenguas como el mandarín poseen más hablantes, pero su expansión aparece acotada estrictamente a la presencia china, mientras que el español es ya hablado

por casi el 10% de los habitantes de los EE.UU. , es la segunda lengua en ese enorme espacio nacional, y todo indica que en las próximas décadas seguirá avanzando más rápido que el francés, el ruso, el alemán y aún el inglés y el chino. En términos relativos, entonces, el español crece más que ninguno y si cabe pensar que esa tendencia no será eterna, razón de más para que hoy ahondemos en esta dimensión novedosa de su estudio.

En la raíz de la generación de ese mercado aparecen las migraciones, esos flujos humanos que trasladan culturas por encima de mares y fronteras, generan asimilaciones y confrontaciones y fenómenos sociales inesperados. Esa gente que va y que viene, lleva consigo su bagaje, al mismo tiempo que también arrastra sus carencias. Es lo que ocurre con la red de redes, con la Internet, con las páginas Web, ese mundo de la sociedad de comunicación en que España no está a la altura de los más desarrollados y la América Latina, a su vez, transita bien lejos de España. Los registros nos dicen que en ese vasto y creciente escenario aparecemos aún terceros, pues nos continúa superando el francés, tanto en infraestructuras de conexión como en número de páginas Web. ¿Cómo imaginar el mejor futuro con ese rezago?

Se ha comprobado ya que también en nuestro medio las transacciones comerciales se agilitan entre la gente de la misma cultura e idéntica lengua. Los agentes económicos, el Estado incluido, deberían usar de modo creciente el instrumental de comunicación , aumentando así la presencia del castellano. También se ha comprobado que alrededor suyo se genera una fuente de ocupación importante, sea en la educación, la traducción, la música, el cine, la producción para televisión o los medios de prensa en general. Desde hace medio siglo Max Horkheimer y Adorno acuñaron el concepto de "industrias culturales", que no es solamente una referencia de análisis científico sino hoy por hoy un enorme segmento de producción, con facturación multimillonaria, que alcanza en los EE.UU al 7% de su PBI y en el Mercosur se estima ya en un 4 a 4,5% del PBI , pronosticándose un crecimiento aún superior al del conjunto, por el auge de las nuevas tecnologías de comunicación.

Al pensar en el futuro, se trata entonces de trabajar, lo más posible, en nuestra lengua. Bien está difundirla, enseñarla, pero nada la promoverá más que su uso mismo. El comercio entre nosotros se expande precisamente por explotar un medio de comunicación sencillo y común. Y esto necesariamente avanza hacia todas las otras dimensiones del quehacer cultural, donde ya el mercado es expresivo y está ávido de recibir productos de calidad, en su propia lengua. Sabiamente, ya intuyó el camino nuestro Miguel de Cervantes en el Quijote: "El grande Homero no escribió en latín, porque era griego; ni Virgilio no escribió en griego, porque era latino. En resolución todos los poetas antiguos escribieron en la lengua que mamaron en la leche, y no fueron a buscar las extranjeras para declarar la alteza de sus conceptos. Y siendo esto así, razón sería extendiese esta costumbre por todas las naciones, y que no se desestime el poeta alemán porque escribe en su lengua, ni el castellano, ni aun el vizcaíno, que escribe en la suya".

[Volver](#)**Resumen:**

El idioma español ha comenzado a ser investigado en profundidad desde la perspectiva del análisis económico; todo ello exige nuevas metodologías y rigor en la búsqueda de datos. Además de su difusión y enseñanza, lo fundamental para la extensión de una lengua es su uso mismo.

Palabras clave:

Lengua española, comercio, economía.

[Volver](#)**Abstract:**

Spanish has started to be deeply investigated from an economical point of view; this fact requires new methodologies and precision in data search. The main point for a language spreading, besides its teaching, is its use.

Key Words:

Spanish, trade, economy.

[Volver](#)[Imprimir](#)

Circunstancia. Año V - Nº 13 - Septiembre 2007

Colaboran con este número

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

· **José Antonio Alonso.** Catedrático de Economía Aplicada en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Complutense de Madrid y Director del Instituto Complutense de Estudios Internacionales (ICEI). Asimismo, es Vocal experto en el Consejo de Cooperación para el Desarrollo. Sus principales áreas de investigación se centran en temas relacionados con el crecimiento y el sector exterior, especialización comercial e internacionalización de la empresa y política de ayuda al desarrollo. Es autor, junto con V. Donoso, de los siguientes libros sobre la empresa española: Características y estrategias de la empresa exportadora española (Madrid, 1989); Competitividad de la empresa española (Madrid, 1994) y Competir en el exterior: La empresa española y los mercados internacionales (Madrid, 1998). Además, es autor de numerosos artículos sobre el sector exterior español, tanto en volúmenes colectivos como en revistas especializadas. Entre sus trabajos más recientes, caben destacar: "Growth and the external constraint; lessons from the Spanish case" (Applied Economics, vol. 31, 1999) y "A new approach to balance-of-payments constraint" (con C. Garcimartín, Journal of Post Keynesian Economics, vol. 21, núm. 2).

· **Miguel Carrera Troyano.** Profesor Titular de Economía Aplicada con el perfil de "Estructura económica mundial y de España" en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Salamanca desde octubre de 1999, donde imparte las asignaturas de "Economía Española" en la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas y de "Economía de América Latina" en las Licenciaturas de Economía y Ciencias Políticas. Sus campos de especialización son: comercio y financiación internacional, economía regional y pobreza y desigualdad. Actualmente es Subdirector del Instituto de Estudios de Iberoamérica y Portugal de la Universidad de Salamanca, donde coordina la mención de Economía de la Maestría de Estudios Superiores Latinoamericanos del Instituto de Estudios de Iberoamérica y Portugal e imparte las asignaturas de "Economía de América Latina" y "Pobreza y desigualdad en América Latina".

· **José Luis García Delgado.** Catedrático de Economía Aplicada en la Universidad Complutense, desde 1995 a 2005 ha sido rector de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Ha sido asimismo decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oviedo (de la que fue nombrado en 1994 doctor honoris causa) y director del Departamento de Estructura Económica y Economía Industrial de la Universidad Complutense y director de la Escuela de Economía del Colegio de Economistas de Madrid. Académico de número de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas desde 2001, es Titular de la Cátedra "la Caixa" Economía y Sociedad, presidiendo también el patronato de la Fundación Archivo de Indios (Colombres, Asturias). En octubre de 2006 ha tomado posesión de la dirección del Instituto Universitario de Investigación José Ortega y Gasset y de la dirección académica de la Fundación José Ortega y Gasset. Cofundador de las revistas Investigaciones económicas (1976) y Revista de economía aplicada (1993), de cuyo consejo asesor es presidente, sus principales trabajos están referidos a diversos aspectos del proceso de industrialización en la España contemporánea: La formación de la sociedad capitalista en España (1973), Orígenes y desarrollo del capitalismo en España (1975), España, economía (1988), Economía española de la transición y la democracia (1990), Lecciones de economía española (7ª ed., 2005), Un siglo de España. Economía (2001), La modernización económica en la España de Alfonso XIII (2002), Estructura económica de Madrid (2003), Las cuentas de la Economía Social, el Tercer Sector en España (2004) y Franquismo, el juicio de la historia (2005).

· **José J. Gómez Asencio.** Catedrático de Filología de la Universidad de Salamanca donde imparte clases en el departamento de Lengua Española. Sus campos de especialización son la gramática española, la historia de las ideas lingüísticas y gramaticales y el español como lengua extranjera.

· **Rodolfo Gutiérrez.** Catedrático de Sociología de la Universidad de Oviedo y Director de Estudios del Consejo Económico y Social de España. Es especialista en sociología y en sociología del trabajo en particular.

· **Osvaldo Hurtado.** Fue presidente de Ecuador desde 1981 hasta 1984 y presidió la Asamblea Constituyente de 1998. Nacido en Chambo el 26 de junio de 1939, se licenció en Ciencias Políticas y Sociales en la Universidad Católica del Ecuador en la que también obtuvo el grado de doctor en Jurisprudencia y de la que fue profesor de Sociología Política. Es autor de numerosos libros y ensayos sobre la realidad económica, social y política del Ecuador, entre los que se destaca su obra "El Poder Político en el Ecuador" (1977), traducida al inglés y al portugués. Desde 1984 preside la Corporación de Estudios para el Desarrollo, con sede en Quito, uno de los más importantes centros de investigación de su país.

· **Juan Carlos Jiménez.** Profesor Titular de Economía Aplicada en la Universidad de Alcalá. Ha publicado numerosos estudios de corte histórico sobre el proceso de industrialización en la España contemporánea, entre ellos Un siglo de España. La economía (Marcial Pons, Madrid, 2001, con J. L. García Delgado). También ha estudiado algunos aspectos concretos de la economía española e internacional, como los financieros o los relacionados con el sector energético o la Economía Social. Su obra más reciente, como codirector y coautor, es Energía: del monopolio al mercado (Thomson-Civitas, Madrid, 2006). Es codirector del proyecto sobre «Valor económico del español: una empresa multinacional». En relación con esta línea de investigación, ha publicado recientemente «Cuánto vale el español», en la Enciclopedia del español en el mundo (Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007), La «Economía del español», en Revista de Occidente, núm.

311, abril 2007, y «Aspectos conceptuales y analíticos: el valor de la lengua como capital social», en Telos, núm. 71, abril-junio 2007. Es autor, igualmente, de La Economía de la lengua: una visión de conjunto, DT 01/06, Fundación Telefónica e Instituto Complutense de Estudios Internacionales.

· **Francisco Moreno Fernández.** Catedrático de Lengua Española de la Universidad de Alcalá y Director Académico del Centro Internacional de Estudios Superiores del Español de Comillas. Cuenta con alrededor de 200 publicaciones (libros, capítulos, artículos, reseñas). También ha trabajado en el ámbito de la semántica y de la lexicografía. Ha sido director de varios centros internacionales del Instituto Cervantes.

· **Aránzazu Narbona.** Doctora en Economía por la universidad francesa Sciences-Po Paris, y por la universidad de Alcalá, en donde es actualmente investigadora. Asimismo es profesora en la Universidad Francisco de Vitoria y en varias universidades americanas con sede en Madrid. Ha participado en numerosos proyectos de investigación sobre economía y comercio internacional. Igualmente, tiene varias publicaciones sobre América Latina y los procesos de integración regional, entre ellos "Determinantes de los flujos comerciales. Evidencia gravitacionales para el caso del Mercosur", ponencia presentada en la VII Reunión de Economía Mundial (2005). Participa en el proyecto sobre «Valor económico del español: una empresa multinacional». En relación con esta línea de investigación, es autora de distintas comunicaciones científicas, entre ellas "Los factores institucionales como determinantes de los flujos comerciales internacionales" (con J. C. Jiménez, IX Reunión de Economía Mundial, abril de 2007, galardonada con el Primer Premio de Economía Internacional José Luis Sampedro).

· **Jaime Otero Roth.** Investigador Principal del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid. Amplió estudios en la Escuela Diplomática de Madrid, en el Instituto de Estudios Políticos de París y en el Instituto Universitario Ortega y Gasset. De 1990 a 1998 trabajó en el Instituto de Cuestiones Internacionales y Política Exterior (INCIPE), sucesivamente como Coordinador de Programas y como Director Adjunto. Hasta septiembre de 2003 ha sido Director del Instituto Cervantes de Utrecht (Países Bajos). Coordinador y editor de las publicaciones del INCIPE, ha intervenido en diversos proyectos de investigación relacionados con cuestiones internacionales y de política exterior. Es autor de varios artículos sobre la lengua española en el mundo.

· **Guillermo Rojo.** Guillermo Rojo es catedrático de Lengua española en la Universidad de Santiago de Compostela y miembro de la Real Academia Española. En los últimos años, se ha dedicado fundamentalmente a la lingüística basada en el análisis de corpus y los procedimientos informáticos empleados en ella.

· **Julio María Sanguinetti.** Fue presidente de Uruguay de 1985 a 1990 y de 1995 a 2000. Nació en Montevideo el 6 de enero de 1936. Abogado, graduado en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de la República (1961). Destacado político (liberal y progresista), periodista y escritor. Es autor de varias publicaciones de contenido político y cultural.

Imprimir

Circunstancia. Año V - N^o 13 - Septiembre 2007

Normas para el envío de originales

NORMAS PARA EL ENVÍO DE ORIGINALES

1. La extensión total de los trabajos no deberá exceder de 30 páginas (10.000 palabras) en formato Word (Verdana, 10) a doble espacio, incluyendo cuadros, gráficos, mapas y referencias bibliográficas.
2. Los gráficos y cuadros se limitarán al mínimo imprescindible.
3. Cada artículo deberá ir precedido de una página que contenga el título del trabajo y el nombre del autor o autores, junto con su dirección, e-mail y teléfono, así como un breve currículum del autor o autores (no más de 10 líneas). En página aparte se incluirá también un breve resumen (abstract) del trabajo de unas 150 palabras y una lista de palabras clave (keywords), con no más de 8 términos. Tanto el resumen como la lista de palabras clave deben tener una versión en español y otra en inglés.
4. Las notas y referencias bibliográficas irán al final del artículo bajo los epígrafes correspondientes: Notas y Referencias bibliográficas. Estas últimas estarán ordenadas alfabéticamente por autores siguiendo el siguiente criterio: apellido y nombre (en minúsculas) del autor o autores, año de publicación (entre paréntesis y distinguiendo a, b, c, en caso de que el mismo autor tenga más de una obra citada en el mismo año), título del artículo (entre comillas), título de la revista a la que pertenece el artículo (en cursiva o subrayado), lugar de publicación (en caso de libro), editorial (en caso de libro), número de la revista, y páginas (xx-yy, en caso de un artículo de revista o de una contribución incluida en un libro). Cuando se trate de artículos o libros traducidos y se cite de acuerdo con la traducción, el año que debe seguir al nombre del autor será el de la edición original, en tanto que el año de la versión traducida figurará en penúltimo lugar, justo inmediatamente antes de la referencia a las páginas. Las referencias bibliográficas que aparezcan en el texto o en las notas deberán hacerse citando únicamente el apellido del autor o autores (en minúsculas) y entre paréntesis el año y, en su caso, la letra que figure en las Referencias bibliográficas, así como las páginas de la referencia.
5. Los cuadros, gráficos y mapas incluidos en el trabajo irán numerados correlativamente, incluyendo además su título y fuente. Si el cuadro o gráfico se ha realizado en Excel deberá ser importado al texto en forma de imagen.
6. El formato de texto no incluirá ni encabezado ni pie de página.
7. Los trabajos se enviarán a la siguiente dirección de correo electrónico: circunstancia@fog.es. El Consejo de Redacción acusará recibo de los originales, pero no se compromete a mantener correspondencia sobre los mismos salvo cuando sean aceptados o hayan sido expresamente solicitados. Una vez evaluados los textos originales, se resolverá sobre su publicación en un plazo no superior a cuatro meses desde la recepción. *Circunstancia* se reserva, cuando se estime conveniente, el derecho de introducir mínimos cambios de estilo respetando siempre el sentido del texto.

Imprimir