
El valor económico del español

José Luis García Delgado

La economía justifica también el rango de primer orden que la historia, la demolingüística y la cultura otorgan fundadamente al español. Concurren hoy, además, nuevos motivos para dedicar atención preferente a la dimensión económica del español. Siguen pesando, naturalmente, los que habitualmente se han esgrimido: el gran universo cultural con él creado –ese enorme patrimonio colectivo que el tiempo sedimenta y renueva incesantemente– y las vastas proporciones de la demografía del español en tanto que *lingua materna*: cerca ya de quinientos millones de personas en una veintena de países y doce millones de kilómetros cuadrados. Pero a esas razones, bien conocidas, se añaden ahora otras con perfiles hasta cierto punto novedosos. Tres pueden señalarse, muy concisamente.

Una. La creciente apertura e internacionalización de la economía española y de las economías de la región de América Latina, en un proceso simultáneo al avance de la globalización de los proce-

sos productivos y de los mercados de bienes y servicios. Para una lengua, como el español, de comunicación internacional, todo ello agranda su dimensión económica y el horizonte de sus posibilidades. La economía española, en particular, está inmersa desde los últimos lustros del siglo pasado en un dinámico proceso de apertura, y la internacionalización de sus principales empresas es sencillamente asombrosa por hondura, por ambición y por cómo se ha gestionado en la mayor parte de los casos.

Dos. La revitalizada función que el español está desempeñando como elemento vertebrador de la comunidad hispánica de naciones; un renovado papel articulador para el que está resultando determinante la labor de cohesión lingüística emprendida por la Asociación de Academias de la Lengua Española, bajo el liderazgo indiscutido de la Española. En su haber, un condominio lingüístico multinacional con un grado de homogeneidad, a pesar de su policentrismo, muy superior al de cualquier otra gran lengua de comunicación internacional, con todas las ventajas que esa alcanzada cohesión –sustentada en la elaboración compartida de los tres grandes códigos: diccionario, gramática y ortografía– implica para la economía y las relaciones estratégicas de todo tipo.

Tres. Esa «política lingüística panhispánica» forjada y acometida por las Academias aporta, por lo demás, nuevo estímulo para el aprendizaje del español como segunda o tercera lengua. Es precisamente el rápido aumento de la población que adquiere el español como segunda o tercera lengua, lo que hoy resulta más llamativo, pues se trata de un auge que resiste pocas comparaciones: en Europa, donde el español se afirma como segunda lengua extranjera; en Estados Unidos, donde el español ha desplazado al francés como segunda lengua y donde el bilingüismo en inglés y español comienza a tener reflejo en los salarios y en las oportunidades de empleo; en Brasil, a partir de las aún recientes disposiciones legales para establecer el español como segunda lengua de

estudio, y en Asia –no sólo en China–, donde se están multiplicando con rapidez los requerimientos de su enseñanza, al tiempo que se incrementan los intercambios mercantiles con Iberoamérica, en la otra orilla del Pacífico.

Un ejercicio de cuantificación

Estudiar la economía del español exige, en todo caso, convenir cuál es la naturaleza económica de la lengua: un activo inmaterial que cabe considerar como *bien público*, dotado de singulares atributos: no es apropiable en exclusiva por quienes acceden a su uso, no se agota al ser consumido, tampoco se deprecia –sino todo lo contrario– al hacerse masiva su utilización, carece de costes de producción y genera cuantificables beneficios económicos, muy particularmente en el ámbito de las transacciones comerciales y financieras, pues la lengua compartida equivale a una moneda única que reduce los costes de casi cualquier intercambio, facilitando una familiaridad cultural que acorta la *distancia psicológica* entre las partes (el «trato» que lleva al «contrato»). Esta última dimensión es especialmente relevante en las lenguas de comunicación internacional, como el español, pues tiene intensos efectos multiplicadores de intercambios comerciales y flujos de inversión.

En efecto, los resultados de una extensa investigación reciente (*Valor económico del español*, Fundación Telefónica y Ed. Ariel, catorce volúmenes, 2007-2015) sobre el valor atribuible a cada una de esas funciones son muy significativos. ¿Qué peso tiene el español en términos de renta y en términos de empleo? ¿Cuáles son sus efectos multiplicadores en el ámbito de los intercambios comerciales y financieros? ¿Qué compensación salarial extra tiene el dominio del español en ciertos casos? *Peso, palanca, premio*.

Respecto del *peso*, los datos más relevantes son los siguientes:

— El conjunto de los aproximadamente 580 millones de hablantes de español (en torno al siete por ciento del total de la población mundial, según la más reciente estimación del Instituto Cervantes, sumando a los hablantes nativos el «grupo de competencia limitada» y el «grupo de aprendices») tiene una capacidad de compra, a tenor de las rentas medias per cápita correspondientes, que representa alrededor del diez por ciento del PIB mundial, todo un estímulo para las industrias culturales de productos en español.

— Considerando los respectivos contenidos o «coeficientes» de lengua que cabe calcular en una u otras actividades productivas —un cálculo no exento, desde luego, de discrecionalidad al establecer las correspondientes «hipótesis de ponderación»—, el español aporta aproximadamente el dieciséis por ciento del valor del PIB y del empleo en España, y porcentajes similares presumiblemente en las economías mayores de la América hispana.

— Por su parte, las industrias culturales, en particular (edición, audiovisual y música, principalmente), suponen en torno al tres por ciento del PIB de tales economías.

Especial interés presenta lo relativo a la capacidad del español para actuar como *palanca*, generando efectos multiplicadores de intercambios comerciales y flujos de inversión. Los resultados obtenidos son quizá en este caso todavía más contundentes:

— El español multiplica por cuatro los intercambios comerciales entre los países hispanohablantes.

— Compartir el español multiplica por siete los flujos bilaterales de inversión extranjera directa (IDE), actuando así la lengua común como potente instrumento de internacionalización empresarial en el ámbito hispanohablante, con ahorros muy significativos en el capítulo de *costes de transacción*, ahorro que se acerca al dos por ciento del total de ingresos de algunas empresas multinacionales.

En cuanto al *premio*, el mercado de trabajo de los emigrantes ofrece datos muy significativos. El dominio del español, además de influir en la elección de destino de quienes emigran (en el caso de España en relación con los que proceden de la América hispana el factor multiplicador se sitúa en torno al tres por ciento), incorpora un premio en forma de diferencia positiva de salario (en comparación con el que reciben los inmigrantes no hispanohablantes) que llega al treinta por ciento en el mercado español, premio salarial acompañado siempre de facilidades de integración laboral y social.

Retos pendientes

Debe huírse, en todo caso, de la autocomplacencia. Son muchos los activos que se poseen y las oportunidades que se brindan. Pero no son menores los retos que debe encarar el español para asegurarse un puesto preeminente como lengua de comunicación internacional, con los subsiguientes réditos económicos. Cinco son ineludibles.

El primero es de estatus, de reconocimiento de su condición de lengua de comunicación internacional en foros y organismos multilaterales. Es cierto que el español constituye una de las seis lenguas consideradas como oficiales en Naciones Unidas, pero en la práctica su utilización es muy reducida. Y en el seno de la Unión Europea, el español es de hecho lengua subalterna, sin estatus real de lengua de trabajo (que sí tienen inglés, alemán y francés). El reto, pues, es perentorio, y lo que en este campo Francia viene haciendo desde hace mucho tiempo, y con notable éxito, convendría tenerlo muy presente.

El segundo reto, de creciente entidad –y esta entrega de *Revista de Occidente* lo subraya–, es el que plantea la debilidad del español como lengua efectiva de comunicación científica, lengua a través de la cual se produce y difunde la ciencia, particularmente en las

áreas de ciencias de la naturaleza, ciencias bioquímicas y ciencias sociales, así como en el campo de la ingeniería y la tecnología. Si el dominio del español conforma un *club* de hablantes, el prestigio que otorga la pertenencia a ese club estará vinculado decisivamente al papel que la lengua tenga en la producción y trasmisión de conocimiento. Otro empeño indemorable, pues: contrarrestar la situación de inferioridad que hoy presenta el español en los dominios mencionados.

La exclusión del español entre las lenguas seleccionadas para el Sistema Europeo de Patentes es, a este respecto, un episodio ciertamente aleccionador. Pudieron influir factores relacionados con la gestión por parte de las autoridades españolas, empeñadas en conseguir al mismo tiempo el uso de los otros idiomas cooficiales de España en las instituciones europeas y aceptando que en el cómputo de hablantes de español en la Unión Europea no se contabilicen los colectivos formados por quienes tienen alguna de esas otras lenguas como materna. Pero, sin duda, lo que al final pesó en contra de los intereses del español fue la irrelevancia de éste en la innovación que cataloga la Unión Europea: un porcentaje ínfimo de las patentes concedidas por el Sistema Europeo de Patentes lo son a empresas españolas, mientras que, en el otro extremo, en torno a un cuarenta por ciento se concede a empresas alemanas. He aquí el núcleo de la cuestión, no hay que engañarse.

El tercer reto no es independiente de los dos anteriores: elevar, más aún que la presencia, el predicamento del español en la Red, llave maestra para el porvenir del idioma. Cosechar logros ahí exige, antes que nada, promover los contenidos en español en los medios masivos de consulta informática, involucrando a centros educativos de uno u otro nivel, y a empresas, fundaciones y entidades culturales de diverso tipo. Una tarea capital para hacer del español instrumento básico de trabajo en la cultura digital del tiempo que ha llegado.

Los dos retos adicionales, hasta completar el quinteto aludido, atienden no a mejorar el tratamiento de la lengua, no a ensanchar sus dominios, sino a su conservación, a impedir su merma. En un caso, para evitar la pérdida de competencias lingüísticas en español de los emigrantes hispanos a Estados Unidos. Es un cometido crucial, pues ahí se juega en gran medida el futuro del español, sin que la suerte esté todavía decantada. Sigue creciendo, aunque ya a menor ritmo desde hace un lustro, la población hispana o de origen hispano, pero sólo la mitad del total de los cincuenta millones holgados que ya suma tiene un dominio aceptable del español, mientras que un tercio sólo lo chapurrea y un quinto ha perdido la capacidad de expresarse en él.

El otro caso en que se trata de no perder requiere actuar, por así decirlo, puertas adentro. La tarea de impulso del español como lengua de comunicación internacional hay que hacerla compatible con el cultivo de aquellas otras lenguas nativas que siguen demostrando vitalidad. Es algo que debe acometerse con tanta resolución como cordura. El plurilingüismo es riqueza, es un don, y nunca debería devenir en merma alguna, ni de las lenguas minoritarias en el ámbito multilingüe ni de la lengua que sea mayoritaria, *común* o no (el español sí lo es en España). Se incurre en un grave error, con efectos socialmente regresivos, cuando se provoca la pérdida de competencias en el uso del español, lengua de comunicación internacional, como consecuencia de promover otras lenguas vernáculos de alcance más reducido, sean hispánicas o amerindias. La promoción de éstas, minoritarias a escala de toda la comunidad hispanohablante, no ha de redundar en peor dominio de la lengua mayoritaria, que abre puertas y posibilidades en una economía y una sociedad globales. En España el tema no es menor, lo que afirmo desde la convicción de que desarrollar una cultura lingüística que valore el plurilingüismo, tanto a escala de toda la nación como de sus comunidades bilingües (Vilarrubias y De Ramón), ha

de ser plenamente compatible con asegurar y mejorar el general dominio del español.

Corolario: políticas consecuentes

Dos notas: otras veces expuestas, deben repetirse aquí.

Primera, el español puede jugar un papel clave en el peso de la comunidad iberoamericana en el orden internacional que presidirá el tiempo que viene. Sus credenciales –las de nuestra lengua común– son estimulantes: segunda lengua de comunicación internacional, tras el inglés, y segunda lengua adquirida en los países de lengua no inglesa. En conjunto, un lugar privilegiado si se acierta a hacerlo valer, tanto en el terreno cultural como en el económico y, quizá también, en el geopolítico. En el primero, el cultural, la lengua común –y todas las expresiones culturales que lleva consigo– ha de constituir el eje vertebrador por excelencia. En el económico, dada su capacidad dinamizadora de intercambios y oportunidades de inversión, puede constituir una eficaz palanca para conseguir avances de las economías que hablan español en el mercado mundial. En fin, cohesión lingüística, cultura compartida y economía pujante: óptima combinación para hacerse notar en el orden geopolítico.

En todo caso, la economía *de* la lengua acabará siempre por remitir a la economía que *en* esa lengua se produce, que *en* esa lengua se ofrece, que *en* esa lengua se intercambia. El español dispone hoy de no pocas bazas para, como lengua románica universalizable, acompañar –acompañar, no rivalizar– a la *lingua franca*, a la lengua sajona ya universalizada, el inglés. Pero a condición de no depender tanto del crecimiento «natural» demográfico como de la calidad institucional de los países hispanohablantes, de la competitividad de sus respectivos tejidos productivos y de la reputación social de sus empresas.

Segunda: esta lengua global que es el español, con tanta fortuna en su devenir histórico, pues su expansión durante siglos se ha hecho sin especiales apoyaturas administrativas de promoción, una lengua crecientemente americana dadas sus ganancias al norte y al sur del continente, se merece una política de altura con doble planteamiento.

— Por una parte, que el español sea considerado como *bien preferente* a todos los efectos –también por los Ministerios de Economía y Hacienda– y que su proyección internacional sea una tarea a largo plazo, con un Instituto Cervantes muy reforzado y con las prioridades que ello comporta en el campo de la enseñanza del idioma, en la elección de las lenguas de trabajo en foros internacionales y en el apoyo, claro está, a todos los procesos de creación cultural; una política que trascienda las alternancias gubernamentales y los ciclos políticos, ganando potencia y continuidad. Vigorosas políticas *públicas*, en suma, para un cometido que es alta responsabilidad *pública*.

— Por otra parte, que esa política de impulso internacional se articule a través de una estrategia compartida por España y todos los países también titulares de esta *propiedad mancomunada* que acredita la oficialidad multinacional del español.

Debemos huir, pues, de la autocomplacencia –lo subraya bien José Antonio Sacristán en estas mismas páginas– y aplicarnos para aprovechar las muchas oportunidades que brinda esta lengua que ha conseguido superar, desde sus primeros vagidos hace ya más de mil años en San Millán de la Cogolla, las barreras del tiempo, de la geografía y de la unidad. Convertida hoy en el producto más internacional de todos los países hispanohablantes, hora es de aprovechar y ganar la promesa de futuro que ello supone.

J. L. G. D.