

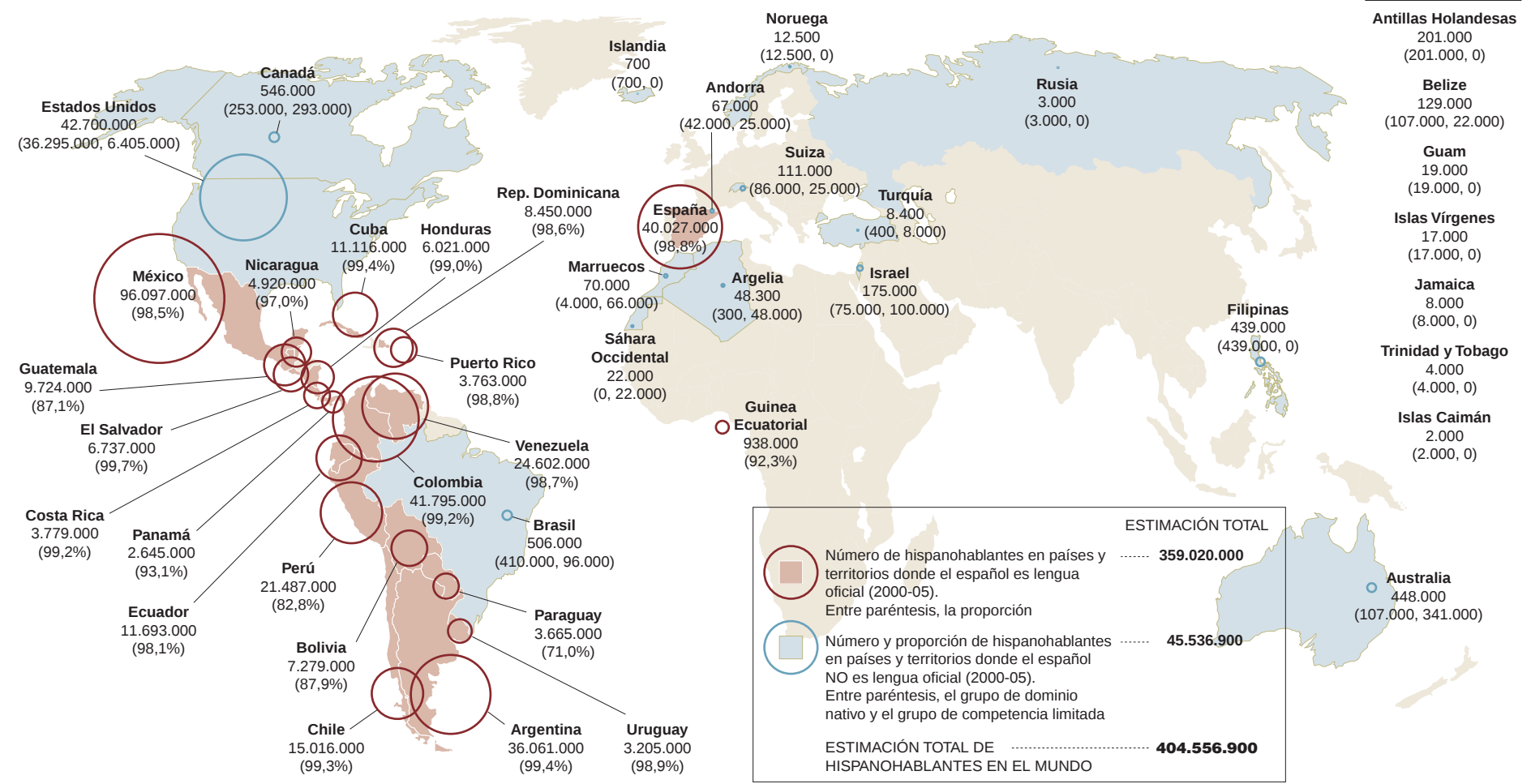
El valor económico del español

El español es la cuarta lengua con mayor peso demográfico del mundo, con casi 439 millones de hablantes. Es el idioma oficial de 21 países; y de los lugares donde no lo es, destaca Estados Unidos, donde lo hablan alrededor de 36 millo-

nes de personas. Según recientes estudios, el número de hablantes nativos de español seguirá creciendo en las próximas décadas más deprisa que el chino, francés, inglés y ruso (aunque menos que el árabe). Su salud es pues vigorosa, y sin

embargo el español debe afrontar distintos desafíos: debe potenciarse su estudio como segunda lengua, reforzarse como herramienta en la diplomacia y en los negocios, crecer en las comunicaciones científicas y consolidarse en la Red.

El español en el mundo



Fuente: 'Cartografía demolingüística del Español', Francisco Moreno y Jaime Otero.

EL PAÍS

Una potencia de 440 millones de hablantes

La globalización, las corrientes migratorias e Internet consolidan el vigor del español en el mundo

MIGUEL ÁNGEL NOCEDA, **Madrid** “El español es el idioma común que nos desune”. Tenía toda la razón el escritor chileno Jorge Edwards cuando se quejaba en una época pasada, aunque no muy lejana, de la exigencia de algunas editoriales españolas de *traducir* al español las novelas de autores latinoamericanos... ¡en español! Se pretendía sustituir vocablos perfectamente españoles, pero en desuso en España, por otros que sí se utilizaban en la *madre patria*. Un disparate impensable en estas fechas en las que el español vive uno de los mejores momentos de su historia, lo hablan más de 440 millones de personas y es idioma oficial en 21 países, asentándose además en Estados Unidos y Brasil. Expertos, académicos y gobernantes han tomado conciencia del valor cultural y económico que tiene como lengua y de la rentabilidad social que le puede sacar en el mundo de habla hispana.

Son, desde luego, magníficas noticias después de tantos años de soledad del español, cuya vitalidad quedó patente en los encuentros de hace unos días en San Millán de la Cogolla y Montevideo, donde precisamente se celebra este fin de semana la Cumbre Iberoamericana. La cita de Edwards lleva camino, por tanto, de pasar a la historia de frases célebres, mientras el idioma cobra estatura desde una vertiente económica, gracias a la globalización, las corrientes migratorias a España y Estados Unidos y el empuje de Internet.

Aunque resulta prácticamente

imposible cuantificar el valor económico de una lengua, el profesor Ángel Martín Municio se atrevió a situarlo en el 15% del PIB de España, sumando todas las actividades relacionadas con la lengua. Estamos hablando de 150.000 millones de euros. Pero, sea real o aproximado ese cálculo, el valor económico se refleja en hechos intangibles: facilita la integración social y laboral de los emigrantes que recalán en países que hablan su idioma (España, principalmente) o lo tienen muy desarrollado (EE UU); en las remesas que esos emigrantes envían a sus países; en las posibilidades de entablar relaciones comerciales; en las solicitudes de aprendizaje del idioma; en el desarrollo en

“Una lengua tiene valor económico si lo tienen las economías de los países que la hablan”

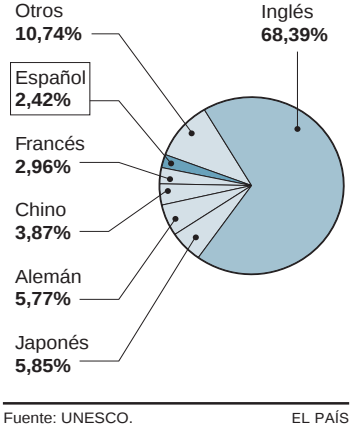
la Red que permite su difusión...

Un ramillete de ventajas. El presidente, José Luis Rodríguez Zapatero, que se trasladó a San Millán, calificó el español como “sinónimo de prosperidad”. Pero si quiere que de verdad “los beneficios del español sean compartidos por todos” y lleguen “especialmente a los que más los necesiten”, debe tomar nota de las conclusiones de San Millán y Montevideo, donde, con formatos muy distintos, se produjo una tormenta de ideas y pro-

pósitos que reflejan que, además de ventajas, hay muchas carencias e inconvenientes en el universo del español.

Antes de detenerse en los pros y contras del español, es preciso fijar la situación actual del idioma. En la Cartografía Demolingüística del Español, presentada en Monte-

Las lenguas en Internet



video, los profesores Francisco Moreno y Jaime Otero ofrecen unas cuantas evidencias: es la cuarta lengua con mayor peso demográfico del mundo, con casi 439 millones de personas, entre hablantes nativos, no nativos y aprendices de la lengua, y la segunda como instrumento de comunicación, tras el inglés; de ellos, 359 millones son del denominado “dominio hispánico”, es decir, personas que lo tienen como idioma oficial (por encima de los 40 millones en España)

en un total de 21 países (19 americanos, Guinea Ecuatorial y España); otros 40,5 millones lo hablan en países donde no es lengua oficial; en el mapa del español fuera de ese dominio sobresale Estados Unidos, donde se concentran alrededor de 36 millones de hispanohablantes nativos (emigrantes); el grupo de hablantes no nativos de español ronda los 23 millones que lo tienen como segunda lengua, lengua extranjera o son usuarios de mezclas bilingües; el crecimiento del español es continuo y muestra una tendencia a su estabilización en países donde es oficial (en los últimos ocho años, el número de hispanohablantes creció el 9,8%, de 327 a 359 millones); el número

El uso del español en Internet no llega al 3% frente al 69% del inglés y el 6% del alemán

de hablantes nativos de español seguirá creciendo en las próximas décadas más deprisa que el chino, francés, inglés y ruso, aunque menos que el árabe, y en 2020 será de 431 millones.

A ello hay que añadir la homogeneidad de los hispanohablantes: el 96% de los habitantes de los países donde es oficial tienen dominio nativo de la lengua frente al 78% del árabe, 69% del chino, 62% del ruso, 33% del francés y 25% del inglés. Este análisis comparativo

muestra la enorme difusión del inglés como segunda lengua o lengua franca en muchos países donde no es oficial. En definitiva, según los profesores, “el español goza de buena salud demográfica y seguirá contando entre las lenguas más habladas del planeta, con un marcado protagonismo en el continente americano; sin embargo, las proyecciones indican que el reto estriba no tanto en un crecimiento demográfico que tiende a estabilizarse como en la difusión de su uso como segunda lengua o lengua extranjera”.

El crecimiento del español, por otra parte, se ha producido de forma natural, sin que haya intervenido hasta la fecha ninguna política oficial, que es ahora cuando empieza a despertar. Ante ese panorama se echa en falta, precisamente, la presencia de Israel y Filipinas, dos países que, por distintos motivos, tuvieron un alto índice de hispanohablantes y en los que ahora la continuidad está totalmente descuidada. No obstante, en ambos se mantiene un reducido puñado de *supervivientes*. No es extraño que desde San Millán se pidiera una política más activa para recuperar la lengua allí donde fue dominante, además de las reclamaciones para que se fomente como segunda lengua franca, como hizo el profesor José Luis García Delgado en Montevideo.

En las conclusiones de San Millán, trazadas bajo el esquema DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades), los expertos

Pasa a la **página 56**

El valor económico del español

Viene de la **página 55**
coinciden en la necesidad de emprender reformas profundas en la legislación y en las instituciones de los países de la comunidad iberoamericana (se incluye el portugués) para promover el crecimiento económico, la reducción de las desigualdades y el acceso a la sociedad y a la educación de la población. Según Rogelio Velasco, catedrático de Economía de la Universidad de Granada que hizo de portavoz, “una lengua tiene importancia desde el punto de vista económico si la tienen las economías de los países que la hablan”.

Decía Enrique Iglesias, secretario general iberoamericano, en Montevideo que “el idioma es el lubricante que facilita las relaciones económicas”; pero si no hay una estrategia conjunta de los países que lo hablan, no sirve de nada. Aparecen las debilidades y las amenazas, que suelen tener un tronco común. Una de ellas es que existe un exceso de autocomplacencia por el elevado número de hispanohablantes que hacen que las autoridades se miren el ombligo. “No nos acabamos de creer que el español es una herramienta importante para los negocios, la diplomacia y las relaciones académicas internacionales”, según las conclusiones de San Millán.

Para que el español sea una lengua de influencia en la divulgación de conocimiento científico y en los principales ámbitos del poder político y económico, es preciso institucionalizarlo como lengua de uso común por parte de los representantes de los organismos de los países hispanohablantes en sus comparecencias internacionales. En ese sentido, se dan “unas circunstancias óptimas para dar el salto cualitativo y convertirse en una lengua de influencia en la diplomacia, el intercambio científico y las relaciones económicas”, sostiene Velasco.

De los cuatro millones de inmigrantes en España, el 40% son de países que hablan español

Sin embargo, el dominio del inglés es casi total en divulgaciones científicas (entre 80% y 90% de la producción total), y se acerca al 80% en ciencias sociales y humanidades, que en español, francés y portugués suman el 12% y el 18%. España es el quinto exportador de libros mundial tras Reino Unido, EE UU, Alemania y China. El 61% de las exportaciones se dirige a la UE, el 27% a América Latina y un 5% a EE UU.

Asimismo, destaca la escasa presencia del español en la Red, menos del 3% frente al 69% del inglés. Llama la atención que el alemán, hablado por un centenar de millones, se acerca al 6%. Una debilidad que va asociada a la falta de divulgaciones de carácter científico y económico en español (entre el 80% y el 90% se hace en inglés). Aunque el área hispanohablante ha avanzado en el desarrollo de la sociedad de la información, se ha podido comprobar tanto la situación de retraso relativo en que sigue instalada como las diferencias entre los países latinoamericanos frente al inglés, que tiene un dominio absoluto aunque haya perdido terreno con el chino y el hindi, según el análisis de Cipriano Quirós.

Actualmente, se pueden encontrar 81 millones de páginas electrónicas en el dominio del español, lo que supone una por cada cinco ha-



Sede del Instituto Cervantes, en Madrid. / LUIS MAGÁN

El interés por el español es cada vez mayor, como lo demuestran las numerosas iniciativas públicas y privadas que genera. Ahí están recientemente el I Acta Internacional de la Lengua Española, celebrado en San Millán de la Cogolla, y el seminario *El valor económico del español, una empresa multinacional*, que ha tenido lugar en Monte-

video. Pero se plasma también en las actuaciones del Instituto Cervantes, que ha cumplido 15 años estrenando sede en Madrid (edificio que Antonio Palacios construyó en 1918 para el Banco Español del Río de la Plata) y publicando la

Enciclopedia del español en el mundo; en las propuestas de la Fundación Carolina, o en el impulso que los Gobiernos central y de Cantabria están dando al campus de Comillas para crear en esta localidad un centro de estudios superio-

res del castellano que puede cubrir la carencia en la preparación de profesores de español. Quizá se eche de menos un número mayor de experiencias iberoamericanas. De ahí deriva, acaso, la crítica de que España ha dejado su tradicio-

nal paternalismo para centrar sus políticas con Latinoamérica en términos de mercado cautivo y arrogancia.

Decía el ex presidente colombiano Belisario Betancur que cuando los españoles descubrieron América se comprobó que la tierra era redonda y el español comenzó a ser redondo. De eso se trata.

Las conclusiones de San Millán

DEBILIDADES	AMENAZAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• El español como herramienta para los negocios, la diplomacia y las relaciones internacionales. • Exceso de autocomplacencia por el elevado número de hispanohablantes. • No se asocia a productos de calidad o de diseño. • Escasa presencia en la red: la debilidad de la lengua va asociada a la científica y económica. • Carencia de una política de coordinación y de una estrategia conjunta de los países de habla hispana. • Dificultades a la movilidad de estudiantes extranjeros de español. • Escasez de inversión en educación en enseñanza primaria en América Latina. • Ausencia de medio audiovisual de referencia informativa y de noticias a nivel internacional.	• Superioridad tecnológica de otras áreas geográficas. • Leyes de 'English Only' en EE.UU. • El subdesarrollo económico y la falta de oportunidades para acceder a la salud y a la educación. • La disminución de la presencia del español en la Unión Europea conllevaría una pérdida de prestigio en el ámbito internacional. • Escaso desarrollo tecnolingüístico del español.	• El crecimiento económico de algunos territorios clave del ámbito de habla hispana, incluyendo la comunidad en EEUU. • Expansión del mercado publicitario en español a un ritmo más rápido que la media mundial. • Creciente internacionalización de las empresas españolas fuera del área hispanohablante. • La industria editorial representa una aportación relevante del PIB de todos los países de lengua española. • Papel relevante de la Agencia EFE en el sector de agencias de la información. • El Instituto Cervantes como institución para la difusión de la lengua.	• Crecimiento en EE.UU., Brasil y en otras áreas. • Mejora de la información sobre novedades bibliográficas en español. • Facilitar la afluencia de estudiantes extranjeros a los países de habla hispana para el aprendizaje del idioma. • Creciente interés de extranjeros por ser profesores de español. • Papel de instituciones públicas y privadas a través de acciones comerciales que estimulen el español. • El crecimiento económico en América Latina. • Mejor y mayor presencia del español en Internet. • Aprovechar, especialmente, los mercados emergentes en Asia. • Tomar conciencia de la importancia de los medios audiovisuales en el fomento del español.

EL PAÍS

bitantes. España proporciona el 45% de las páginas escritas en español. El análisis vincula claramente la presencia del castellano en Internet con el estadio en que se encuentra la Sociedad de la Información en esos países. El español junto al francés y frente al inglés muestra un estancamiento en la Red. “El predominio tecnológico que poseen unos pocos países y áreas lingüísticas puede poner en peligro el uso de otras lenguas”, según dijo el profesor Juan José Durán en San Millán. Y es que el 90% de los idiomas actuales no están incorporados a Internet. Existen, además, pocas redes profesionales de cooperación a pesar de los esfuerzos de las academias y las bibliotecas. No existe un buscador de calidad en español. En definitiva, una inferioridad manifiesta. “Quizá hemos perdido ya el tren”, asegura la consultora Milagros del Corral, ex subdirectora de la Unesco.

Una de las razones que explica el limitado acceso a la Red es la pobreza de muchos de los países del área hispanohablante y, como consecuencia, la fuerte emigración, principalmente en el área hispana. Este fenómeno tiene una fácil explicación, según el catedrático José Antonio Alonso: “La lengua es un factor en la selección de destino, ya que reduce costes e incertidumbres y facilita la integración en el mercado de trabajo”. De los cerca de cuatro millones de inmigrantes registrados en España, el 40% proviene de países con el español como lengua propia.

Esa ventaja del idioma en la emigración, que según Alonso multiplica por cuatro la elección de España como país de destino, genera también beneficios para el país receptor, como se puede ver en la aportación al PIB español. Para los países emisores, sin embargo, puede generar la fuga de cerebros,

aunque ésta se produce más cuando la emigración se debe a motivos políticos (caso de algunos países latinoamericanos) que económicos, como ocurre en la actualidad.

Pero el crecimiento económico en algunos territorios permite ser optimistas y lo que en principio son debilidades y amenazas se convierten en oportunidades y fortalezas. Es el caso de Estados Unidos, a pesar del *english only*, y Brasil, donde la lengua de Cervantes se ha instaurado como enseñanza obligatoria. Otra manifestación clara del potencial del español es el aumento de programas de radio o televisión y, sobre todo, de la publicidad dirigida al público hispano.

La expansión de las empresas españolas marca otro hito. España es hoy cuna de varias multinacionales, muchas de ellas líderes en sus respectivos sectores (bancario, telecomunicaciones, construcción, alimentario...), que se han instala-

do en otros países (268 empresas españolas tienen al menos una filial en el exterior). “La no necesidad de traducir contratos, especificaciones tecnológicas, mensajes publicitarios y atributos de los productos así como la mejor comprensión de las relaciones institucionales reduce los costes retransacción”, apunta Durán, que añade: “El poder utilizarse como lengua funcional en la gestión de filiales en países no sólo hispanos acrecienta el valor económico y comercial del idioma”. El problema radica en que muchas veces se pliegan a la dictadura del inglés y lo adaptan en las comunicaciones internas. Por si acaso, el presidente de Telefónica, César Alierta, enfatizó su español de Aragón en la reunión que tuvo a finales de octubre con 1.500 directivos, de los que el 40% no era español. “Faltaría más. Hay que dejar de ser paletos”, señala un portavoz.