

Lección magistral
Santo Tomás de Aquino 2021

**El español, lengua internacional:
proyección y economía
de un patrimonio común**

Prof. Dr. José Luis García Delgado

Catedrático de Economía Aplicada de la Facultad de Ciencias Sociales

Santo Tomás de Aquino
Curso 2020-2021

Campus Madrid-Princesa
28 de enero de 2021



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Lección magistral
Santo Tomás de Aquino 2021


El español, lengua internacional: proyección y economía de un patrimonio común

Prof. Dr. José Luis García Delgado

Catedrático de Economía Aplicada de la Facultad de Ciencias Sociales

Santo Tomás de Aquino
Curso 2020-2021

Campus Madrid-Princesa
28 de enero de 2021



“Somos los invitados de la vida, y tenemos que aprender a ser buenos invitados”, a ser agradecidos, nos recuerda con lucidez George Steiner. Yo tengo hoy dos razones más para perseverar en ese aprendizaje. Una, la muy honrosa oportunidad de impartir la lección el día del patrón de los universitarios, Santo Tomás de Aquino. Otra, la sugerencia de hacerlo sobre un tema al que he dedicado años de estudio: las dimensiones económicas del español; una recomendación especialmente atractiva por estar en la víspera de conmemorar el V centenario del fallecimiento (1522) del eminente lingüista renacentista que hoy da el buen nombre a nuestra Universidad, y que hace más de cinco siglos puso los primeros y muy firmes cimientos de la lengua que compartimos.

Gracias, pues, dicho con llaneza, que toda afectación es mala, como en cierta ocasión lo advirtiera Cervantes por boca del maese Pedro.

Venturoso comienzo de siglo



El español —así se conoce habitualmente fuera de España al castellano— es el producto más internacional de España y de todos los países que lo tienen como lengua propia. El más internacional por la riqueza y la irradiación del patrimonio cultural con él acumulado y que con él se expresa. El más internacional por el número de sus hablantes, repartidos por el ancho mundo. Y el más internacional, también, por su condición de soporte —materia prima, instrumento o estímulo— de actividades económicas cuya proyección rebasa las fronteras nacionales. Integrada en el grupo de las cuatro lenguas “mundiales” o “mayores” —junto al chino mandarín, hindi e inglés—, es hoy la segunda lengua de comunicación internacional, solo aventajada por el inglés. Un hecho inequívoco.

Como también es evidente que en un mundo que suprime fronteras para la producción y los intercambios económicos y para las transacciones financieras, y en una época que contempla el incesante despliegue de la sociedad del conocimiento, con la transmisión instantánea de la información y la universalización de los productos culturales, las lenguas de comunicación internacional acrecientan su funcionalidad y ven aumentado su valor. El español, entre ellas. Es un fenómeno de alcance general, constatable día a día.

Además, los primeros decenios del siglo XXI están siendo especialmente prometedores para el español como lengua global. Dos hechos novedosos permiten afirmarlo con rotundidad; son de distinta naturaleza, pero su trascendencia —también desde la perspectiva económica— apunta en la misma dirección.

Uno es el formidable avance conseguido en la normativización consensuada, gracias al programa de política lingüística panhispánica

desarrollado con la participación de todas las Academias de la Lengua Española. El “tiempo de panhispanismo” (Muñoz Machado) revela así su enorme potencialidad. Lo que fueron solo tímidos tanteos durante más de un siglo —desde la aparición en la década de 1870 de las primeras Academias americanas, pasando por la creación en 1951 de la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE, con 23 corporaciones actualmente)—, son ahora, dada la intensidad del esfuerzo común, pasos firmes en una “etapa caracterizada por la preocupación por la unidad, respetando la diversidad”. Sus logros, las tres principales obras de carácter normativo a partir del *Diccionario panhispánico de dudas* (publicado en 2005): *Nueva gramática de la lengua española* (2009), *Ortografía de la lengua española* (2010) y la nueva edición del *Diccionario de la lengua española* (2014), coincidiendo esta última con el tricentenario de la Real Academia Española, que ha liderado todo el trabajo conjunto y que hoy se propone acelerar el progreso del *Nuevo Diccionario Histórico del Español* —“la biografía de las palabras”— ampliando para ello la red panhispánica de colaboradores.

Se trata en todos los casos de aportaciones decisivas en términos de *homogeneidad* de la lengua —esa cualidad que hace más atractivo el aprendizaje y facilita la *comunicatividad*, esto es, el entendimiento mutuo— con proyección positiva sobre la expansión, la funcionalidad y, sin duda, la economía del español. Con otras palabras: solo el español, entre las grandes lenguas internacionales y merced a ese esfuerzo compartido, dispone de ortografía, gramática y diccionario comunes, es decir, de los tres códigos fundamentales de toda lengua culta. La posición aventajada que ello proporciona al español como lengua internacional es innegable: siempre la unidad será preferible a la pureza —lo dijo taxativamente Dámaso Alonso— cuando se trate de lenguas utilizadas en vastos dominios. No se olvide que los lenguajes matemático y musical, los más normativizados, son también los más universales.

El segundo hecho de gran alcance para la proyección del español con el que ha arrancado este siglo pertenece más bien al campo de la demolingüística, y atiende a la creciente penetración del español en dos extensos territorios de América: Estados Unidos y Brasil. En Estados Unidos, la primera década ha sido testigo de un aumento de la población hispana que cabe calificar de histórico por su magnitud, un 43 por 100, mitad por inmigración, mitad por nacimiento, alcanzando un total de 50 millones en el censo de 2011, con la previsión de que antes de 2050 uno de cada tres norteamericanos sea de origen hispano. Es verdad que las previsiones en demografía se hacen para no cumplirse, pero la tendencia por ahora mantiene vigor, con situaciones ya consolidadas bien llamativas. La minoría hispana, cuya edad media es casi diez años más joven que la del resto, es ya la primera en 21 estados de la Unión, suponiendo casi el 50 por 100 de los habitantes de Nuevo México, el 40 por 100 en Texas, en torno al 30 por 100 en Arizona y Nevada, y más del 20 por 100 en Florida y Colorado.

Por eso —dígase de paso—, no puede sorprender que el voto de esa minoría (hispana o latina) sea cada vez más codiciado en las convocatorias electorales: si eran 11 millones los hispanos con derecho a votar en 1992, cuando Clinton obtuvo la presidencia, y 23 millones en 2012, al renovar su mandato Obama, han sido 32 millones los hombres y mujeres que en noviembre de 2020 han podido acudir a las urnas (un 13% del censo), considerándose su voto clave, por cierto, en los Estados decisivos para la elección de Biden (Arizona y Nevada, pero también Wisconsin, Pensilvania y Georgia).

Un dato más aún: el español encabeza la relación de las lenguas que se cursan como extranjeras en el conjunto de las Universidades de Estados Unidos, con casi 900.000 matrículas, cuatro veces más que la demanda de francés y nueve veces más que la de alemán. Un horizonte promisorio. Si el español consiguiera asentarse como segunda lengua de los Estados Unidos, tendría también prácticamente asegurado ser la segunda lengua

internacional durante todo el tiempo que se prolongue la preponderancia económica y la hegemonía política y militar de esa gran potencia, hoy con renovada voluntad de liderazgo en el escenario mundial. Geopolítica, economía y demolingüística tienden siempre a entrelazarse.

En Brasil, a su vez, el arranque del siglo XXI ha coincidido con la promulgación de la ley que hace obligatoria, de manera gradual, la oferta del español en toda la enseñanza media, y opcional en los tres últimos cursos de la enseñanza primaria. Apoyo oficial al español que está en consonancia con el no disimulado propósito del enorme país por hacer valer su fortaleza económica en toda Suramérica. También en este caso, la geopolítica y la economía van de la mano de la demolingüística: Brasil solo tiene de hecho dos fronteras, el océano y el español, como se ha apuntado con justificada ironía.

Buen momento, en definitiva, para el español, convertido ya definitivamente en una lengua “americana”: americanos son 9 de cada 10 de sus hablantes. No es exagerado, por tanto, situar en nuestros días otro de esos momentos con gran tensión ampliatoria de las fronteras preexistentes que ha conocido el español en su historia ya milenaria. El primero fue el que, en la época medieval, hizo del castellano koiné de intercambio peninsular, la lengua común que, asimilando y amalgamando variedades dialectales, es aceptada libremente como tal por los hablantes de las regiones periféricas. El siguiente salto —el segundo— coincide con la expansión imperial de la Monarquía Hispánica desde el siglo XVI, cuando el castellano se convierte en “lengua española”, con rango de “lengua universal”, como subrayara Rafael Lapesa.

Un tercer momento, y estelar, es el que consigue la conversión del español en lengua común de las nacientes repúblicas hispanoamericanas, auténtico “vínculo de fraternidad”, según la afortunada expresión (“uno de los vínculos más poderosos de fraternidad, uno de sus más preciados instrumentos de correspondencia y comercio”) que empleara Andrés Bello

(Caracas, 1781 - Santiago de Chile, 1865), que con tanta competencia y brío defendió la unidad lingüística continental; lengua común de la independencia pronto convertida en la *lingua franca* de la América indohispánica (Carlos Fuentes). El cuarto peldaño, en fin, de dicho proceso ascendente multiseccular es el que ofrece la realidad actual. Un nuevo episodio internacionalizador que encuentra apoyo, a su vez, en la gradual apertura de las economías iberoamericanas —con la emergencia de empresas multinacionales propias: “multilatinas” se las ha apodado— y en la demostrada capacidad de irradiación de los patrones culturales —vale decir también “latinos”— asociados a la lengua española.

Cabría afirmar, en consecuencia, que el español ha superado tres pruebas no fáciles, y las tres con nota sobresaliente: el paso del tiempo, las barreras de la geografía y el desafío de la unidad.

En efecto, la lengua española fue la primera en contar, entre las lenguas derivadas del latín, con Gramática y Diccionario (antes de terminar el siglo XV, 1492 y 1495, respectivamente, de la mano de Nebrija en ambos casos) y es hoy, más de cinco siglos después, la que presenta un grado óptimo, y superior en términos comparados, de normativización, resultado —vuélvase a señalar— de un ambicioso planteamiento panhispánico. Un logro formidable —salvando “la usura del *tiempo*”, por decirlo al modo de Borges— para una vieja lengua con vocación internacional.

El panorama que ofrece la *geografía* es también reconfortante. Lengua con significativa presencia en varios continentes desde temprana hora, el español mantiene hoy su condición de lengua *propia* a ambos lados del Atlántico, ampliando a la vez los respectivos territorios. En América, la tradicional alta concentración de hispanohablantes en los países con mayor impronta española —lengua geográficamente “compacta” — tiende a disminuir, dado el doble y simultáneo empuje del español ya referido: hacia el norte, abriéndose paso como lengua materna y también extranjera en Estados Unidos, y hacia el sur, al penetrar con firmeza en Brasil:

“el español hará realidad el sueño imposible de Bolívar de unir a toda América” (Eduardo Lago). En Europa, por su parte, es gradual el ascenso del español a la posición de segunda lengua de enseñanza, tras el inglés, desplazando al francés y al alemán en buena parte del continente.

Exitosa, igualmente, ha sido la apuesta a favor de la *unidad* —que no es uniformidad— evitando la fragmentación, como ocurrió en su día con el latín al escindirse en un nutrido ramillete de lenguas romance. No ha sido una dádiva traída por el azar; ha necesitado voluntades y esfuerzos: la “lucha por la unidad” que conoce en el siglo XIX su fase crucial, cuando la “formidable aventura de la lengua española” en América —tan brillantemente estudiada por Muñoz Machado— desemboca en las Independencias. El resultado hoy es una lengua no solo menos dialectizada que el inglés y el francés, o que el chino y el hindi, sino también con un alto grado de cohesión interna, pudiéndose subrayar la “unitaria pluralidad” del español merced a la norma compartida de corrección, no dictada desde España sino policéntrica. Homogeneidad y “policromía” del idioma se combinan así virtuosamente, superando la prueba no menor, desde luego, de la preservación de la unidad esencial de la lengua española, un auténtico “tesoro” para cuantos la dominan.

Dicho de otro modo: las credenciales que hoy presenta el español son no poco privilegiadas. Con casi 600 millones de hablantes (585, según la más reciente estimación del Instituto Cervantes), es por razón de ese cómputo la segunda lengua materna del mundo, tras el chino mandarín. También, en tanto que lengua adquirida en los países de lengua no inglesa, es de hecho la segunda lengua de comunicación internacional tras el inglés, ocupando una posición igualmente destacada en la Red, por número de usuarios y por páginas web. Lengua plurinacional y multiétnica, el español reúne además importantes atributos —cohesión, limpieza y simplificación ortográfica: “una ortografía casi fonológica, ni dormida en un arcaísmo inoperante como la francesa ni náufraga en el caos genealógico de la inglesa”, ha escrito Gregorio Salvador—, que, al facilitar su dominio y

potenciar su funcionalidad, lo hacen especialmente apto como idioma vehicular. Es, sin exageración, “la otra” lengua internacional de alfabeto latino, “la otra” lengua de Occidente: si el inglés es la lengua sajona universalizada, el español es la lengua románica universalizable. No una alternativa a aquélla, auténtica *lingua franca* universal de nuestro tiempo, pero sí su “complemento ineludible”: la “second global language”, acompañante de la “first one”, concluye López García.

Un bien con alto valor económico

Desde la óptica cultural, el alto valor del español como patrimonio común —de todos sus hablantes, en cualquier latitud— no ha dejado de reconocerse. En cambio, hasta fechas muy cercanas, no se ha reparado en ello desde el punto de vista económico. ¿Qué *valor económico* cabe atribuir a tal activo intangible? ¿Cuál es el reflejo económico de esa “piel del alma” que es la lengua?

Aproximarse a una respuesta adecuada exige recordar, ante todo, la triple función que cumple toda lengua desde la perspectiva económica: como materia prima o insumo esencial de bienes que se producen o servicios que se prestan; como medio de comunicación compartido que agiliza la negociación entre las partes contratantes, propiciando entornos de afinidad en los mercados; como seña de identidad colectiva, expresión de lazos intangibles y simbólicos que nutren el “humus social” de una comunidad y que también aproximan las relaciones económicas.

Procede a continuación preguntarse por la naturaleza de la lengua como *bien económico*. ¿Bien económico? Sí: desde la perspectiva del

análisis económico, ese activo inmaterial es un *bien público de club*: bien público de *consumo no rival* —el coste marginal de la incorporación de un nuevo hablante a una lengua es virtualmente cero para quienes ya la hablan—, pero con costes de acceso para quienes no la tienen como lengua materna (García Delgado, Alonso y Jiménez). Cinco rúbricas sintetizan las características esenciales de la lengua desde un punto de vista económico.

- Es un bien que *no se agota con su uso*: el valor de una lengua no queda disminuido por el número de los que la usen, al menos desde el punto de vista de su función comunicativa. Ni tampoco puede hablarse, como sucede con otros bienes, como los de inversión, de *depreciación*.
- Es un bien que *vale más cuanto más se consume*, esto es, cuanto mayor sea el número de sus usuarios, y de un modo multiplicativo. Esta cualidad se deriva directamente de la capacidad de la lengua para generar *externalidades de red*: una situación en que la utilidad que un usuario obtiene de un bien depende, y de forma creciente, del número de otros usuarios que están en la misma malla. O, dicho en otros términos, que el valor de pertenecer a un grupo lingüístico —a un *club*— aumenta con el tamaño del grupo, y sin problemas de *congestión*.
- Es un bien, además, que *no es apropiable en exclusividad*, esto es, que no puede ser objeto de adquisición o apropiación por parte de ningún agente individual en detrimento del resto: la lengua no es “excluíble” en su consumo.
- Es un bien que *no tiene coste alguno de producción*: como sucede con algunos recursos naturales, la oferta del bien está ya generada; lo que se requiere es asumir lo que cuesta acceder a su uso o consumo.

- Es un bien con *coste de acceso único*: una vez conocido un idioma, puede usarse cuantas veces se quiera sin necesidad de incurrir en nuevos costes.

¿Cómo se materializa el valor de dicho bien? La lengua, en unas ocasiones —ya se ha señalado—, es materia prima o componente imprescindible: piénsese en la industria editorial o en la actividad de la enseñanza del español. En otras, aunque no sea soporte principal, constituye un recurso básico: piénsese en una amplia gama de servicios, desde los financieros a la administración de justicia. En fin, la lengua también conforma actividades cuya razón de ser descansa en la provisión de la infraestructura necesaria para la comunicación humana: por ejemplo, las telecomunicaciones.

Y no terminan aquí los conductos por los que una lengua aporta valor económico: en todas las actividades económicas, sin excepción, el recurrir a un idioma compartido por parte de los agentes implicados reduce los *costes de transacción*; esto es, los costes asociados a la fijación de las condiciones de todo contrato y a las garantías de su cumplimiento. La posesión de una lengua común y de cuanto esta incorpora de pautas culturales, esto es, de cuanto transmite en términos de comprensión, confianza y reducción de la *distancia psicológica* entre los agentes, ayuda a reducir los costes de los flujos comerciales y financieros, así como los asociados a la emigración. Enseguida se abundará en ello.

Por todas estas razones, tan sumariamente expuestas, la lengua constituye un activo económico capaz de *añadir valor*.

Delimitadas las características y las funciones de la lengua como bien económico, véanse los resultados cuantitativos. ¿Qué peso tiene en términos de renta y en términos de empleo? ¿Qué compensación salarial extra tiene su dominio en ciertos casos? ¿Cuáles son sus efectos multiplicadores en el ámbito de los intercambios comerciales y

financieros? *Peso*, premio, palanca: tres dimensiones susceptibles de cuantificarse.

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

- el conjunto de los hablantes de español, en torno al 7% del total de la población mundial, tiene una capacidad de compra, según las rentas per cápita medias correspondientes, que representa aproximadamente el *10% del PIB mundial*: todo un estímulo para las industrias culturales de productos en español, comenzando por las que atienden demandas de los hispanos en Estados Unidos, pues la renta per cápita de ese colectivo duplica el promedio de la población de América Latina;
- 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 el *16% del valor del PIB y del empleo en España*, y un porcentaje similar presumiblemente en las economías mayores de la América hispana;
- en particular, las *industrias culturales* (edición, audiovisual y música, principalmente), suponen en torno al *3% del PIB* de tales economías.

En cuanto al *premio*, el mercado de trabajo español ofrece datos significativos al haber sido receptor de un flujo muy caudaloso de inmigrantes entre 1995 y 2008. La lengua, además de haber influido intensamente en la elección de destino de quienes han emigrado (la inexistencia de la *barrera de entrada* idiomática, para quienes proceden de la América hispana, ha multiplicado por 3 el número de inmigrantes llegados a España desde allí), incorpora un plus en forma de diferencia positiva de salario (en comparación con el que reciben los inmigrantes no hispanohablantes) que llega al 30%, suplemento salarial acompañado siempre de facilidades de integración laboral y social.

Una mejora salarial, por cierto, que ya es detectable también (aunque en proporciones mucho menores) en el mercado de trabajo de Estados Unidos para quienes tienen buen dominio del inglés y español; un hecho —el aprecio del bilingüismo inglés-español en ese hegemónico país—, tan novedoso como esperanzador.

Especial interés presenta la capacidad del español para actuar como *palanca*, generando efectos multiplicadores de intercambios comerciales y flujos de inversión. En tanto que lengua de comunicación internacional, es factor relevante en la explicación de los procesos de internacionalización de las empresas. El “trato” siempre antecede al “contrato”, y la lengua común, con las pautas culturales que con ella se expresan y a ella asociadas, abre y ensancha el campo a las relaciones interpersonales. Conviene detenerse en este punto dada su trascendencia.

En el caso del español, el análisis efectuado (García Delgado, Alonso y Jiménez) arroja resultados concluyentes.

Por una parte, una muy notable fuerza impulsora en el comercio y las inversiones exteriores:

- el español *multiplica por 4 los intercambios comerciales* entre países hispanohablantes, y
- compartir el español *multiplica por 7 los flujos bilaterales de inversión directa exterior (IDE)*.

Por otra parte —y tanto o más llamativamente—, tres efectos hasta cierto punto “cualitativos”, cuya enunciación en términos genéricos es la siguiente:

- Primero: la comunidad de lengua tiene alta influencia en la *decisión de internacionalizar la empresa* y en la selección de los mercados sobre los que esta va a operar, especialmente en las etapas más tempranas de tal experiencia. La razón es clara, ya se señaló anteriormente:

reducción de los *costes de transacción* que la lengua común propicia, aminorando la *distancia psicológica* con la que se contempla el mercado y la percepción de riesgo asociada a la operación. El aprendizaje del proceso de internacionalización que así se consigue es básico. La lengua común proporciona a las empresas una suerte de *escuela* en la que adquirir habilidades para alcanzar más tarde nuevas cotas de proyección exterior.

- Segundo: disponer de una lengua común potencia la *acción competitiva* de la empresa, una vez que ha decidido instalarse en el nuevo mercado. Son diversas las vías a través de las que se produce este efecto: la lengua común facilita la identificación de socios y la negociación de acuerdos con ellos; propicia un mejor conocimiento del entorno normativo y una relación más fluida con las autoridades locales, lo que es clave en sectores regulados; permite conocer más rápidamente gustos y preferencias de los consumidores, haciendo posible el abaratamiento de los costes de adaptación de los productos y de las campañas de mercadotecnia derivadas. En más de un sentido, la lengua común equivale a una moneda única.
- Tercero: la presencia de una lengua común ayuda a la *labor directiva* al hacer más accesibles los cambios organizativos obligados por el proceso de internacionalización. Al menos, por una doble razón: por una parte, la lengua común propicia una más asequible traslación de los modelos de gestión a las nuevas unidades, mejorando los procesos internos de transmisión de órdenes, supervisión y control; por otra, permite la formación de cuadros y equipos directivos más cohesionados, facilitando la contratación de profesionales nativos del país donde la empresa se instala.

¿Alguna traducción en cifras de esas apreciaciones cualitativas? Trabajando con una muestra de casi 2.000 empresas exportadoras españolas y 100, también españolas, permanentemente instaladas en el extranjero, he aquí una medición aproximada:

- Un *tercio de las empresas exportadoras* considera que operar en un mercado de lengua distinta incrementa en más de un *1% de su facturación anual* los costes de adaptación de sus productos y los costes de sus campañas de promoción y comercialización.
- Igualmente, también cerca de un *tercio de las empresas instaladas en el exterior* atribuye a la necesidad de operar en una lengua distinta a la propia un coste superior al *1% de la facturación anual*.

¿Porcentaje insignificante en ambos casos? No lo son, desde luego, los valores absolutos: téngase en cuenta que entre las empresas estudiadas abundan las que facturan en cada ejercicio más de 10.000, 20.000, 30.000 o, incluso, 40.000 millones de euros, lo que quiere decir que la lengua puede suponer un ahorro entre 100 y 400 millones de euros anuales. El 1% tal vez no impresione; sí esos montos en euros.

Peso, premio y palanca, por tanto, y en proporciones bien apreciables siempre.

Retos y exigencias

Debe huírse, en todo caso, de la “autocomplacencia”, como ha sabido advertir también López García. Son muy notables los atributos poseídos y las oportunidades abiertas. 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, 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 indelible, 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. En su día, 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. Dos botones de muestra: en 2009 y 2010, sólo el 1 por 100 de las patentes concedidas por el Sistema Europeo de Patentes lo fueron a empresas

españolas, mientras que, en el otro extremo, el 41 por 100 se concedió a empresas alemanas; diez años después, en 2019, el contraste sigue siendo clamoroso, con 26.805 solicitudes de patentes europeas presentadas por Alemania frente a las 1.887 por España. Esta es la cuestión, no hay que engañarse.

El tercer reto no es independiente de los dos anteriores: elevar la presencia y la calidad del español en la *era digital* y el ámbito de la *Inteligencia Artificial*. Cosechar logros ahí exige investigación y músculo industrial, pero también formación y habilidades; técnicas y contenidos; ingeniería y creatividad cultural. Una tarea crucial para hacer del español instrumento básico del trabajo en el tiempo que ha llegado. El ejemplo de la Real Academia Española es, a este respecto, más que estimulante. Con prontitud “ha aceptado el reto de la revolución digital y está extrayendo de ella todas las ventajas de las que se puede lucrar su trabajo al servicio de la lengua” (Muñoz Machado). Opera intensamente en las redes sociales y utiliza a fondo las herramientas digitales. Y el proyecto LEIA (Lengua Española e Inteligencia Artificial) que la Real Academia Española recién ha anunciado con el objetivo de enseñar a las máquinas a hablar un correcto español, significa un más que prometedor empeño que pronto será secundado por otros.

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 conservarlos, a impedir su estrechamiento. 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 solo la mitad del total de los aproximadamente 60 millones 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 de los países que tienen el español como lengua materna*. 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, y nunca debería redundar 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). Quien ama una lengua, ama todas las lenguas. 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 vernáculas de alcance más reducido, sean hispánicas o amerindias.

Pueden suscribirse, por eso, unas aceradas líneas aún recientes: “defender la riqueza de lenguas en perjuicio de la lengua común contribuye a la ruina académica y económica de los pobres que no pueden estudiar en su lengua materna. No es pluralidad, pues lo plural sólo puede predicarse en función de la unidad. Es atomismo y dispersión, debilidad y colisión, disolución de la condición ciudadana bajo erupción de identidades étnicas y narcisismos folclóricos. Es malversación de fondos públicos para provecho de quienes administran en exclusiva el catecismo de la lengua *propia* como su coto privado” (Sánchez Tortosa).

Si se atiende al interés general, la cuestión no ofrece dudas. La promoción de las lenguas minoritarias a escala de toda la comunidad hispanohablante, no ha de redundar en peor dominio de la lengua mayoritaria, el español, que abre puertas y posibilidades en una economía y una sociedad globales. Óptimo será impulsar una cultura lingüística que valore el plurilingüismo, y no solo en las comunidades bilingües, al tiempo que se asegura el mejor conocimiento y uso de la lengua común.

Y la promoción de esta, el español, con tanta fortuna en su devenir histórico, pues su expansión durante siglos se ha hecho sin especiales apoyaturas administrativas —cuando no “entre la desidia general de todas las autoridades” (Mario Vargas Llosa) —, se merece una política de altura. Quiere decirse que el español ha de considerarse como *bien preferente* a todos los efectos —también, desde luego, a efectos presupuestarios— y su proyección internacional concebirse como una tarea de largo aliento, 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 a todos los procesos de creación cultural y comunicación científica. Una política que se articule a través de una estrategia compartida por España y todos los países también titulares de esta *propiedad mancomunada* que acredita la oficialidad internacional del español. Es lo que demanda el interés general.

La lengua, cada lengua, “nos comunica, nos libera” (Gregorio Salvador). La lengua, cada lengua, ha de servir no para constreñir en un círculo cerrado a quienes la hablan, sino para ampliar sus oportunidades de comunicación: ni “cerrojo idiomático” (la expresión es de Ramón Menéndez Pidal), ni “aduana lingüística” (Lodares). El plurilingüismo es riqueza a condición de que fomente la convivencia y no la confrontación. Desde la perspectiva de la economía, la cuestión no tiene vuelta: recortar el uso de una lengua supone en todos los casos reducir su valor económico, y proporcionalmente a su dimensión internacional.

Condición de futuro

Como epílogo, convendrá subrayar una vez más el apretado lazo que une lengua y desarrollo económico y social, una vigorosa interrelación hoy acentuada por la emergencia de nuevos grandes actores en el mercado internacional y por la recomposición del mapa estratégico mundial. El futuro de las lenguas que aspiren a tener relevancia en una economía globalizada se jugará, más que en términos de crecimiento demográfico, en el terreno de la fortaleza de la economía, de la investigación científica y de la calidad institucional. En el caso del español, desde luego, malo sería fiar su suerte al todavía alto crecimiento vegetativo de las poblaciones de la América española o de los hispanos en Estados Unidos. “Lo bueno es contar, no que nos cuenten”, se ha dicho con agudeza (Juan Cueto). Sólo el desarrollo económico y social en los países que hablan español y la mejora de sus tejidos institucionales, pueden abrir la posibilidad de un porvenir confortable a una lengua —la común y compartida— que es, nadie lo dude, el *producto* más internacional de todos ellos, con España a la cabeza.

La economía *de* una lengua acaba por remitir, consecuentemente, a la economía que *en* esa lengua se hace o que *con* esa lengua se hace. No hay mejor apoyo para una lengua que la robustez del tejido productivo que trabaja con ella y la reputación de la sociedad que la utiliza. Por eso, el buen producto que es el español solo ganará posiciones en el mercado global si las economías que lo sustentan se hacen más competitivas, y ganan en calidad las democracias que hablan en español. También desde la perspectiva de la lengua, en definitiva, la fórmula magistral es la que combina crecimiento económico competitivo, cohesión social y calidad institucional.

Referencias bibliográficas

La base fundamental de este texto es el trabajo realizado conjuntamente con los profesores José A. Alonso y Juan Carlos Jiménez, desarrollando el proyecto de investigación titulado *Valor económico del español: una empresa multinacional*, con 14 volúmenes editados entre 2007 y 2016 (en la siguiente relación bibliográfica se citan los dos más directamente utilizados en esta ocasión). Además, en la literalidad del texto he aprovechado otros propios publicados recientemente: “El español da dinero. Sobre la economía del español”, en *Más de 555 millones podemos leer este libro sin traducción. La fuerza del español y cómo defenderla*, J. M. Merino y A. Grijelmo (eds.), Taurus, Madrid, 2018, págs. 135-148, y “El impacto económico de la lengua española”, en *La proyección internacional del español y el portugués: el potencial de la proximidad lingüística*, Instituto Cervantes y Camões Instituto da Cooperação e da Língua, edición bilingüe, Imprensa Nacional-Casa de Moeda, Lisboa, 2020, págs. 127 a 136.

CUETO, Juan (2003), “Las máquinas de la lengua”, en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2003*, Círculo de Lectores y Plaza & Janés, Barcelona, págs. 12-20.

FUENTES, Carlos (2005), Texto completo del discurso inaugural, III Congreso Internacional de la Lengua, Biblioteca Barcenillas, Cantabria.

GARCÍA DELGADO, J. L., ALONSO, J. A. y JIMÉNEZ, J. C. (2012), *Valor económico del español*, Fundación Telefónica y Ariel.

— (2016), *Lengua, empresa y mercado. ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?*, Fundación Telefónica y Ariel.

- LAGO, Eduardo (2011), declaraciones recogidas por Winston Manrique Sabogal, EL PAÍS, *Babelia*, 27 de noviembre, pág. 7.
- LAPESA, Rafael (1986), *Historia de la lengua española*, Prólogo de Ramón Menéndez Pidal, Novena edición corregida y aumentada, Gredos, Madrid.
- LODARES, Juan R. (2005), *El porvenir del español*, Taurus, Madrid.
- LÓPEZ GARCÍA, Ángel (2007), *El “boom” de la lengua española. Análisis ideológico de un proceso expansivo*, Biblioteca Nueva, Madrid.
- MUÑOZ MACHADO, Santiago (2017), *Hablamos la misma lengua. Historia política del español en América desde la Conquista a las Independencias*, Planeta, Barcelona.
- (2020), “Pasado y presente de la Real Academia Española”, en *Crónica de la lengua española 2020*, Planeta, Barcelona, págs. 1-27.
- (2020), “La lengua por derecho”, en *Vestigios*, Crítica, Barcelona, págs. 255 a 278.
- SALVADOR, Gregorio (1987), *Lengua española y lenguas de España*, Ariel, Barcelona.
- (1992), *Política lingüística y sentido común*, Istmo, Madrid.
- (2007), *Noticias del reino de Cervantes. Usos y abusos del español actual*, Espasa, Madrid.
- SÁNCHEZ TORTOSA, José (2020), “Los hablantes tachados”, en *EL MUNDO*, 19 de noviembre, pág. 19.
- VARGAS LLOSA, Mario (2020), “La lengua oculta”, en *EL PAÍS*, 6 de diciembre, pág. 15.



www.nebrija.com