



Apuntes sobre el valor económico del español

Renata De Rugeriis

Las palabras más cortas son las más frecuentemente usadas para hablar.

Ley de Zipf

I) Acerca de la Economía y de la comunicación.

La palabra *oikonomia* significaba en la ciencia clásica la administración del patrimonio, de οἶκος (oikos), "casa" o en sentido amplio, "bienes de la familia", y νόμος (nomos), "norma" o "ley". Para los filósofos de la antigua Grecia, economía era una norma de acción, una manera de actuar.

Actualmente entendemos por Economía una Ciencia Social que tiene por objeto el estudio y el conocimiento de los mecanismos de la vida económica, o sea que es el estudio de las relaciones sociales que están conectadas con la producción y distribución de recursos, bienes y materiales o servicios en un sistema organizado.

Sin entrar en pormenores, estas interacciones están vehiculadas por la comunicación entre los sujetos del sistema, ya se trate de un sistema "cerrado" (entre sujetos del mismo sistema) o de un sistema "abierto" (entre sujetos de sistemas externos al propio). A nivel macro, podemos entender que las relaciones económicas entre los habitantes de un mismo País están vehiculadas por la comunicación entre los actores del sistema nacional (productores, trabajadores, gestores de servicios, instituciones, por mencionar algunos).

Una de las características de las lenguas es su capacidad para facilitar las relaciones entre los hablantes del mismo sistema lingüístico. Incluso, entre locutores del mismo sistema lingüístico hay luego diferenciación en el uso de la lengua (lo que origina las lenguas de especialidad, o tecnolectos, por ejemplo la lengua de la Economía, como sugieren varios autores en Aguirre, 2011)

Estas relaciones sociales entre sujetos de un mismo sistema económico se fundamentan, por supuesto, además en factores extralingüísticos, como el perseguir un mismo objetivo, como el satisfacer necesidades individuales o colectivas, trátase de organizaciones, instituciones o individuos.



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

Siendo la lengua un hecho social que “funciona” en un dado grupo social, ésta estará sujeta a variaciones en el tiempo puesto que es el grupo que realiza sus propias formas de comunicación. Podemos estar de acuerdo con que el grupo social crea, conforma e identifica sus propias formas de comunicación (Aguirre, 2011) según vayan variando estas necesidades.

El objetivo de la comunicación se traduce en otras palabras en la necesidad de satisfacer el intercambio de informaciones entre los seres humanos.

En esta sede no vamos a tratar todo el conjunto de los signos que componen el lenguaje humano, ni el sistema semiótico de contenidos culturales que caracterizan las interacciones sociales, nos sobre saber que diversos estudios confirman la importancia de la comunicación “no verbal” y que según Mehrabian (1971) representa acerca del 93% de los comportamientos comunicativos.

II) Acerca del Español

En España, la historia de la lengua española se ha caracterizado por la convivencia con las demás lenguas peninsulares.

Según el Barómetro de la Comisión Europea (2006) “Europeans and their languages”, el 89% de los residentes en España señalaron al español como lengua materna (el 9% catalán, 5% gallego, 1% euskera, 1% otras lenguas europea, 2% otros idiomas – por lo tanto un 7% considera que tiene dos lenguas maternas).

Según los datos del informe del Instituto Cervantes “El español: una lengua viva. Informe 2012”, más de 495 millones de personas hablan la segunda lengua del mundo por número de hablantes y de comunicación internacional de negocios, y de ellos un número significativo (426 millones) hablan español como lengua nativa y no como L2.

Las estimas prevén que demográficamente, en menos de veinte años, en el 2030, el grupo de hablantes de dominio nativo hispanohablante será alrededor del 7,5% de la población mundial (es decir, 535 millones de personas), y se prevé además que un 10% de la población mundial se entenderá en español en el lapso de tres o cuatro generaciones, siendo los Estados Unidos el primer país hispanohablante del mundo para el 2050.

Es posible que estos datos manifiesten un exceso de autocomplacencia por el elevado número de hispanohablantes del futuro, lo relevante del caso es que hoy la dimensión geolingüística y demográfica



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

del mapa identificado por el estudio de la Fundación Telefónica “Atlas de la lengua española en el mundo” (García, Alonso, Jiménez, 2008) nos confirma la dimensión social y económica de la lengua de Cervantes. El español se habla en todos los continentes del planeta.

No podemos eximirnos de tomar conciencia del valor integrador y de la importancia internacional de la lengua española, debido al fortalecimiento que está experimentando este idioma en las zonas geográficas de mayor desarrollo empresarial. La misma empresa Telefónica admite que la compañía de telecomunicaciones se ha apoyado en el español para realizar su proceso de internacionalización. Según el presidente de Telefónica, César Alierta, la lengua común ha facilitado que las empresas de origen española hayan permanecido en América Latina (blog periodistadigital.com, 19.02.2008).

A este propósito podemos estar de acuerdo con el director de la Academia Chilena de la lengua, Alfredo Matus, quien subrayó la importancia del descubrimiento de América, sin el cual hoy el español sería una lengua europea entre otras, ocupando el puesto número 27 a nivel mundial. (informativos.net del 30/06/2009).

Del punto de vista lexicográfico, podemos afirmar que el español se destaca entre otras lenguas por poseer una ortografía, una gramática y un diccionario común, aunque según un estudio sólo un 4% de las páginas web están en español (Quirós Romero, 2010). Para el autor, las páginas web serían más si los accesos fijos, el grado de equipamiento e infraestructuras que se desarrollan en la Sociedad de la Información en los países hispanohablantes, sobre todo en zonas marginales de América Latina, tuvieran una implantación similar a la de los países anglófonos y francófonos, incrementaría en un 170%, pudiendo llegar a ocupar el segundo lugar en la red.

El éxito de la internacionalización de empresas españolas en América Latina probablemente se debe, además de políticas de inversión conciliadoras, y a pactos con los respectivos gobiernos, al hecho de que poder comunicar con el mismo idioma. Según el estudio sobre el español y las TIC (Quirós, 2010), el hecho de compartir un mismo registro lingüístico reduce la “distancia psicológica” entre la empresa y el mercado (ver también Jiménez y Aranzazu, 2007).

Inclusive, utilizar el español supone para las empresas poder tener hasta casi un 200% más de intercambios comerciales con otros países, llegando hasta un 300% de media el comercio bilateral (más incluso que el inglés) (García, Alonso, Jiménez, 2010).

En términos económicos, según el estudio, el español aporta a España acerca del 16% del PIB.



III) La lengua como recurso económico

El proceso productivo, las fases de promoción, comercialización y venta de productos, están facilitados por la comunicación (Girón y Cañadas, 2008). Es decir que el idioma es el lubricante que facilita las relaciones económicas (Delgado, Alonso, Jiménez, 2010) y ésto lo hemos aclarado.

Ya en su día el economista David Ricardo, en su Riqueza de las naciones, comentaba sobre el motivo que lleva a la división del trabajo, siendo a su juicio una consecuencia de la “propensión a permutar, cambiar y negociar una cosa por otra”, que aparentemente era debida o influenciada en “consecuencia de las facultades discursivas y del lenguaje” (en Jiménez y Aranzazu, 2007).

Hoy día razonamos en términos de economía neoclásica, sobre la base de tre grandes factores productivos: capital, trabajo y tecnología. En esta concepción puede ser difícil encajar a la lengua como recurso económico. Para apoyar nuestra posición haremos un préstamo el línea con el estudio sobre “Economía y lengua: el español en el comercio internacional” (Jiménez, Aranzazu, 2007) en el cual nos presentan la lengua en tanto que destreza comunicativa, “como una especie de software libre, sin costes, y por tanto, sin retribución específica dentro del producto”. La lengua es, por decirlo con los autores, una tecnología social de comunicación.

Medir la dimensión económica de la lengua no es labor fácil (García Delgado, 2007) puesto que se estudia de una base de alguna manera intuitiva, la percepción. Según el profesor García Delgado para el estudio y el cálculo del valor atribuible a la lengua hay que partir de la base que proporcionan las funciones económicas de la lengua y de los hechos que las realzan hoy día, yendo más allá de la cuantía de los ingresos que genera su enseñanza, en cuanto actividad.

La enseñanza de la lengua como lengua extranjera (LE) ha sido un recurso económico para países como Francia, Gran Bretaña, Estados Unidos. Nos baste pensar que anualmente, más de medio millón de personas en todo el mundo rinden el *First Certificate* de la Universidad de Cambridge (sin contar a todos aquellos que viajan a Reino Unido para estudiar el inglés).

La enseñanza de idiomas, especialmente del inglés, es negocio en todo el mundo (Acuña, 2002). Se trata de todas las industrias asociadas como, por ejemplo, la producción de material didáctico



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

(diccionarios, libros, gramáticas), la producción de música, cine, traducciones de libros, doblaje de películas y documentales, por mencionar algunos.

Es el caso de los irlandeses que en tiempo recientes han valorado el uso del inglés para atraer a las multinacionales americanas (como el caso de IBM) en el territorio indicándolo como una de las ventajas de localización (Alonso, 2006).

Con respecto a las transacciones económicas, podemos afirmar que la lengua puede aportar valor, o bien reducir los costes de las transacciones. De hecho, el uso de la lengua materna supone menores costes (no necesito un intérprete, no necesito estudiar la lengua extranjera, no necesito un dispositivo de traducciones o app, es decir, no necesito tiempo para acceder a las informaciones ni esfuerzo económico). Viceversa, mi interlocutor del mismo sistema lingüístico va a tener los mismos beneficios en términos de tiempo y esfuerzo por lo que a preferir llevar a cabo una transacción económica con un locutor de la misma lengua. Es indudable la ventaja para los agentes económicos.

Si trasladamos el concepto a escala internacional, el uso de una misma lengua ofrece una renta diferencial a quien la posee.

Cualquiera que sea la consideración del valor económico de una lengua tomaremos en consideración las funciones económicas que ésta cumple y los hechos que agrandan su dimensión económica con proyección internacional. Alonso (2006) reconoce a la lengua su valor instrumental para la comunicación y añade que constituye una “vía privilegiada” para la transmisión de emociones, tanto individuales como colectivas, en el sentido de que a través de la lengua las metáforas y los sentimientos pueden ser interpretados en un mismo contexto cultural, canalizando de una manera asombrosa la identidad colectiva. De ahí que se asienten varias industrias sobre la lengua vehículo de emociones (el caso de la industria editorial, audiovisual). En estos casos, las industrias de la cultura producen actividades que generan empleo (y renta) que para el español se ha cuantificado en un aporte a la economía española de 31,7 millones de euros (en el 2007), suponiendo un 16% del Producto Interior Bruto (PIB), contribuyendo a crear 2,3 millones de puestos de trabajo (europapress.es del 19/11/2010).

Según un estudio sobre el valor económico de las lenguas por la Universidad Humboldt, en Canadá, el conocimiento de la lengua francesa supone un aumento del 18% en términos de salarios, en el año 2000 y el conocer otros idiomas, es decir la diversificación del portfolio lingüístico, rinde más en términos de salario. En Estados Unidos, el conocimiento del español comporta un sueldo incrementado



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

de 700 Dólares. En el caso de la oficina europea de patentes de Múnich que ha adoptado como idiomas de trabajo el alemán, inglés, francés. Usar un lengua oficial de la Unión incide sobre el 30% en el coste de la patente (es preciso depositar la solicitud de patente en una de las tres lenguas de la oficina), mientras que el inglés en la Unión Europea genera entre el 10 y 17 mil millones de Euros, casi el 1% del PIB (Gazzola, 2012).

Para poder cuantificar la capacidad de proyección de esas industrias tomaremos en consideración la importancia de la lengua, de cuántos hablantes hay (dimensión y dinamismo de la comunidad lingüística de referencia), de cuántas transacciones se pueden realizar.

Para poder ofrecer un marco abstracto y general para estudiar la lengua como recurso económico que se pueda aplicar a otras comunicades lingüísticas, seguiremos la pista ofrecida por el profesor Alonso (2006) en la identificación de algunos rasgos específicos de la lengua, en términos económicos:

- a) Es un bien sin costes de producción;
- b) No se agota al ser explotado
- c) Es un bien no apropiable
- d) Es un bien con coste único de acceso
- e) Es un bien que incrementa su valor con el número de usuarios.

Pero hay que tener en cuenta que hay numerosos factores que influyen la medida del valor económico de una lengua, tratándose de un bien intangible. Si bien el estudio de la valoración de intangibles en las empresas está en auge, el tema de la lengua como bien intangible (en términos económicos) no ha sido estudiado con la suficiente atención, con excepción de las Jornadas permanentes sobre los derechos lingüísticos en Italia que desde hace 7 años dedica sesiones de estudio a la lengua (sobretudo de las lenguas regionales) como bien intangible e immaterial (www.associazionelemitalia.org; www.portal-lem.com).

IV) El valor económico del español

Como hemos podido ver, cuantificar el valor económico de una lengua es un proceso muy complejo puesto que hay varios factores que influyen en su cálculo.



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

ALONSO, J.A. (2006): *Naturaleza económica de la lengua*, en Instituto complutense de estudios internacionales, Fundación Telefónica.

ALONSO, J.A. y JIMÉNEZ, J.C. (2007): *Economía del español, una introducción*, Editorial Ariel y Fundación Telefónica, Barcelona.

CARRERA, M. Y OGONOWSKI, M. (2007): *El valor económico del español: España ante el espejo de Polonia*, en Instituto complutense de estudios internacionales, Fundación Telefónica.

DELGADO, J.L.; ALONSO, J.L. (2010): *Economía del español, una introducción*, Editorial Ariel y Colección Fundación Telefónica, Barcelona.

DE SAUSSURE, F., *Curso di linguistica generale*, (a cura di Tullio De Mauro), Laterza, Roma-Bari[1967], 2009.

GARCIA DELGADO, J.L. (2007): *El valor económico del español: una incitación*, en Circunstancia, Año V, nº 13, septiembre 2007, colección Ortega y Gasset.

GAZZOLA, M. (2012): *Il valore económico delle lingue*, in 3ème Assises européennes du plurilinguisme, Rome 10-12 octobre 2012, en http://observatoireplurilinguisme.eu/images/Evenements/3e_Assises/Candidatures/Economie/article_gazzola.pdf

INFORME 2012. EL ESPAÑOL: UNA LENGUA VIVA. Instituto Cervantes.

JIMÉNEZ, J.C., y NARBONA, A. (2007): *Economía y lengua: el español en el comercio internacional*, en Circunstancia, Año V, nº 13, septiembre 2007, colección Ortega y Gasset.

MUÑOZ MOLINA, A. (2007): *Palabras de apertura en el IV congreso Internacional de la Lengua Española*, Cartagena de Indias, Colombia.

QUIRÓS ROMERO, C. (2008): *Lengua e internacionalización de las operadoras de telecomunicaciones*, Editorial Ariel, Fundación Telefónica.

QUIRÓS ROMERO, C. (2010): *El español y la sociedad de la información*, Editorial Santillana, Salamanca.

QUIRÓS, C. (2011): *lenguas en el ciberespacio. El español en la perspectiva comparada*, Caja de Burgos



Postgrado Complutense de Especialista en “Didáctica del Español de los Negocios”, 2012/2013
IVª edición Interuniversitaria

ROJO, G. (2007): *El español en la red*, en Circunstancia, Año V, nº 13, septiembre 2007, colección Ortega y Gasset.

Referencias web:

Economía del español en www.tendencias21.net/teleco/Economia-del-espanol_a28.html (8 de marzo 2008)

El español genera el 16% del valor económico del PIB, según un nuevo estudio, en ABC, economía, www.abc.es/20111206/economia/abci-espanol-produccion-201112060303.html

La cultura en español aporta a la economía 31,7 millones en www.europapress.es/noticiaprint.aspx?ch=00131&cod=20101119152904

Fundación Telefónica presenta el ‘Atlas de la lengua española en el mundo y Economía del español en <http://blogs.periodistadigital.com/dinero.php?p=145612>

El español, de moda en el mundo. En España representa el 16% del PIB en www.euroxpress.es/index.php/noticias/2011/12/6/el-espanol-de-moda-en-el-mundo-en-espana-representa-el-16-del-pib/