

Ponencia presentada por Javier Nadal, presidente ejecutivo de la Fundación Telefónica.

IV ACTA INTERNACIONAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA

PONENCIA

“El valor económico de la lengua española en Europa”

Javier Nadal

Vicepresidente ejecutivo de Fundación Telefónica

El valor económico de la lengua, ¿se puede medir?

¿Tienen valor económico las lenguas? Y, en caso de ser así, ¿Puede medirse? Sabemos que el desarrollo de un país se deriva del vigor de su economía y de su sociedad; de la ciencia y la cultura que producen sus ciudadanos, y que estas actividades se expresan generalmente en la lengua del país. Sabemos también que la prosperidad económica, la calidad institucional, el empuje creativo y cultural, así como el desarrollo tecnológico de un determinado país constituyen los mejores apoyos para la expansión de su lengua.

Pero, ¿es igualmente cierto lo contrario? ¿Puede una lengua por si misma convertirse en motor de crecimiento y elemento creador de ventajas competitivas para un país, o para un grupo de países que comparten esa lengua como propia, ventajas tales que la lengua merezca ser analizada desde la óptica de un bien económico capaz de generar un valor significativo?

No parece muy arriesgado adelantar una respuesta afirmativa para el caso del inglés, ‘lingua franca’ del mundo global en el que vivimos, pero seguramente otras lenguas importantes, y aquí nos interesa sobre todo el caso de la nuestra como es natural, también disfrutan de algunas características que

pueden traducirse en ventajas competitivas para sus comunidades de hablantes.

El Valor del Español en el Mundo

Este convencimiento es el que llevó a la Fundación Telefónica a poner en marcha el Proyecto de Investigación sobre El Valor Económico del Español que venimos impulsando desde 2005 y que dirige el Profesor José Luis García Delgado. Ya se han producido cinco publicaciones que abarcan desde las 'cuentas' globales del español, hasta preocupaciones específicas como el español en las corrientes migratorias o la economía de la enseñanza del español como lengua extranjera. Todavía faltan, al menos, otras cinco publicaciones por ver la luz, por lo que los datos con los que poder abordar la ponencia de hoy son todavía muy parciales, máxime si tenemos en cuenta que ninguno de los libros hasta ahora publicados está enfocado con una óptica territorial. Sin embargo, creo que el estado del conocimiento actual es suficiente para permitirnos una primera aproximación que nos ayude también a enfocar los trabajos futuros en este ámbito.

Desde la perspectiva cuantitativa más general, podemos decir que el español es en la actualidad la tercera lengua más hablada en el mundo, después del chino y el inglés, siendo la lengua materna de unos 360 millones de personas, el inglés de 400 y el chino de 960 millones aproximadamente. Si a los hablantes como lengua materna les sumamos aquellos que lo dominan como segunda lengua, las cifras que alcanzan el inglés y el español son respectivamente 510 millones y 440 millones. Si hacemos este mismo cálculo para el resto de las lenguas mayores europeas, veremos que su número de hablantes (nativos más segunda lengua) a escala mundial alcanza un rango netamente inferior a las dos primeras. En efecto, el alemán asciende hasta los 230 millones de hablantes, el portugués a 210, mientras que el francés no alcanza el centenar.

Existen, al menos, tres factores que nos permiten ser optimistas respecto a las posibilidades de mantener esta posición en el futuro:

1) El vigoroso crecimiento demográfico de la comunidad hispana en el Mundo, que se refleja, por ejemplo, en el hecho de que en los últimos 8 años el número de hablantes nativos de español se ha incrementado nada menos que un 10%.

2) Las buenas perspectivas económicas que las regiones emergentes y, en particular la América Hispana, mantienen en la actual situación económica mundial y que podría derivar en un mejor posicionamiento relativo de la región en un futuro post-crisis, con la consiguiente mejoría de los niveles medios de renta de sus ciudadanos y la consiguiente mejoría equivalente del 'poder de compra' de los hispanohablantes del mundo y por lo tanto del Valor económico del español.

3) El creciente prestigio del español en dos ámbitos geográficos nuevos extraordinariamente significativos: Los Estados Unidos de América, donde una comunidad hispana cada vez más importante en número e influencia está haciendo ganar presencia pública a nuestra lengua; y Brasil, país que está adquiriendo un protagonismo creciente a escala económica global y que está dando un impulso a la enseñanza del español para mejorar su capacidad de interlocución con los demás países de la Región.

El PIB del español en Europa

Sin embargo, si volvemos la vista a Europa, nos encontramos con una realidad diferente, a la que trataremos de acercarnos desde diferentes puntos de vista complementarios para podernos hacer una idea de cuál pueda ser su valor económico. La primera es puramente cuantitativa. Según los datos de Francisco Moreno y Jaime Otero en su Atlas del español en el mundo, hay

2.397.000 ciudadanos de la Unión Europea (sin contar España) que pueden ser considerados dentro del Grupo de Dominio Nativo del español, y otros 15.615.000 pertenecientes al Grupo de Competencia Limitada. En total, algo más de 18 millones de personas que pueden ser consideradas como hablantes de español, y eso sin contar a los del Grupo de Aprendices de Lengua Española, cuyo desglose por países no permite el detalle anterior, pero que según las estimaciones del Instituto Cervantes, ascienden a tres millones y medio.

Pues bien, esos 18 millones de hablantes suponen algo más del 4 por 100 de los hablantes de español en el mundo. Si incluimos a España en el cómputo, los hablantes de español en Europa ascenderían casi a 60 millones de personas, esto es, el 14 por 100 de los hablantes de español en el mundo, aproximadamente la séptima parte del total.

Esta primera imagen del español en Europa se agranda cuando consideramos el alto poder de renta del continente. Según los cálculos de Juan Carlos Jiménez, si sobre los datos demográficos por países elaborados por Otero y Moreno se aplicara la renta media de cada país, los cerca de 60 millones de europeos que hablan español concentrarían 1,73 billones de dólares del PIB de sus respectivos países (calculados todos en el año 2006), lo que vendría a representar casi el 40 por 100 de todo el 'poder de compra' de los hispanohablantes en el mundo. Como es lógico, este resultado está expresando el privilegiado nivel de renta de los ciudadanos europeos, hispanohablantes o no, respecto de aquellos otros que, básicamente en el continente americano, constituyen la mayoría del condominio hispánico.

El español en Europa como lengua extranjera

La siguiente aproximación la vamos a hacer desde la perspectiva de la enseñanza del español en Europa, donde tenemos que distinguir entre la enseñanza reglada y la no reglada, pues existen diferencias muy significativas

entre ambas que dicen mucho de la vitalidad histórica y potencial de nuestra lengua.

Los datos que ofrece el Instituto Cervantes anualmente muestran una excelente y saludable evolución del número de europeos que estudian el español fuera del sistema educativo formal, con crecimientos muy importantes en Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, países nórdicos y países del centro y este de Europa, lo que sin duda refleja el creciente interés que el conjunto del condominio del español ejerce como destino de la actividad económica, cultural, laboral o de ocio para la sociedad y los ciudadanos adultos de Europa. Interés que, por el contrario, no se refleja tan claramente en la educación reglada de esos mismos países que, posiblemente, responden a los patrones de interés de décadas pasadas. Aspecto éste a ser considerado desde el ángulo de las políticas públicas a desarrollar para lograr revertir esta situación.

En efecto, cuando se analiza el estudio de lenguas extranjeras en la enseñanza secundaria de los países de la Unión Europea, el español es (de acuerdo con los datos de Eurostat) sólo la cuarta lengua extranjera que se estudia en la enseñanza primaria y secundaria de los países europeos, después del inglés, francés y alemán, contabilizándose algo más de 3 millones de estudiantes frente a los casi 50 millones de estudiantes de inglés, 10 de francés y casi 8 de alemán. Además, se observa que los estudiantes de español aparecen muy concentrados en tres países (Francia, Reino Unido y Alemania que suman casi el 90% de los estudiantes totales). El análisis de las preferencias de los alumnos europeos en su elección de idiomas extranjeros revela que predomina una perspectiva europea en la elección de segundas y terceras lenguas, y el español, a pesar de ser más hablado en el mundo que el alemán o el francés, no tiene en Europa un papel similar en los estudios de secundaria, percepción que la población adulta corrige, como hemos visto antes, con el incremento de la demanda del español como enseñanza no

reglada. Tan solo en Francia tiene el español el estatus de segunda lengua extranjera que nos parece debería ser la norma en toda Europa, tras el inglés, en el sistema educativo.

El análisis de la experiencia acumulada por el programa Erasmus en las preferencias de los estudiantes universitarios europeos, a la hora de elegir país de destino, ayuda también a descubrir algunas claves y formular hipótesis. La presencia de España en el programa Erasmus va mucho más allá de la que debería corresponderle desde la lógica del programa. Nuestro país ocupa el primer lugar de la Europa de los 27 por número de estudiantes extranjeros recibidos (25.000 estudiantes anuales con una estancia media de 6,5 meses por alumno), y el tercero por el número de los enviados al exterior, justo por detrás de Alemania y Francia. En definitiva, Europa atrae fuertemente a nuestros estudiantes, a la vez que España atrae todavía más a los estudiantes europeos que utilizan el programa Erasmus.

Dejemos de lado a los estudiantes españoles que salen a Europa, que poco tiene que ver con nuestro análisis, y centrémonos en el caso contrario. Este inusitado interés demostrado por los estudiantes europeos en cursar sus Erasmus en España no parece que deba atribuirse a cuestiones intrínsecas de la Universidad española respecto a la europea, ya que, en general, España tiene un papel muy limitado dentro del mercado internacional de enseñanza universitaria, muy por debajo de su peso en el PIB global. Es evidente que la Universidad española no está orientada a la atracción de estudiantes exteriores, como otros países, aprovechando su condición de país desarrollado dentro de su comunidad lingüística, o tratando de ser foco de atracción para los países de su entorno geográfico. Bastante tenía la Universidad Española con atender a la demanda interna creciente derivada de la universalización del acceso a los estudios superiores y del incremento de alumnos nacidos en los años de la explosión demográfica. Por ello puede afirmarse que el éxito en la recepción

de estudiantes ha superado todas las expectativas razonables desde un punto de vista meramente académico.

No es por lo tanto arriesgado atribuir una buena parte de este éxito al interés existente en Europa por el conocimiento del español, interés que una vez más vemos que se manifiesta en la edad adulta pero que no es percibido todavía en las etapas tempranas de la educación primaria y secundaria.

El caso del polaco

Podríamos pensar que, al fin y al cabo, la situación es un justo reflejo de la realidad, pues si bien es cierto que el español puede legítimamente aspirar a obtener el reconocimiento que se deriva de su demografía en el ámbito global, tampoco parece anómalo que en Europa no se reconozca un valor especial a una lengua, la nuestra, que es la quinta en número de hablantes nativos dentro de la Unión Europea, empatada con la sexta, que es el polaco, y que representa a un país cuya economía es también la quinta de Europa. Si la UE es un espacio político en el que conviven 20 lenguas oficiales, ¿es razonable esperar un trato mejor que éste para la quinta?

Estoy convencido de que la respuesta puede ser afirmativa. Hay motivos para que ello ocurra y también hay indicios de que algo puede estar evolucionando en ese sentido, pero también estoy convencido de que todo ese valor intrínseco no se manifestará si no existe una determinación social explícita y una serie de acciones concretas que empujen en ese sentido.

Para empezar, puede resultar interesante profundizar en la comparación del español y el polaco, que ha sido objeto de trabajo en una de las publicaciones de nuestro proyecto de investigación. Ambas lenguas pertenecen a dos países miembros de la U.E. con un número de hablantes nativos muy similar. Ambos han mantenido niveles de crecimiento económico que les permite converger en el largo plazo con la media de la Unión y son receptores netos de inversión directa por parte de sus socios comunitarios. No

es menos cierto que existen importantes diferencias en niveles de vida, siendo la renta española el doble de la polaca, y también en la evolución de la población, puesto que mientras que España ha estado registrando saldos migratorios positivos, Polonia experimenta un fenómeno contrario de emigración hacia países más desarrollados. Sin embargo, la gran diferencia entre los dos idiomas es precisamente que mientras el polaco está concentrado en su país, el español es un condominio de 440 millones repartidos por muchos países.

El trabajo ha tratado de comparar el valor económico de cada lengua en su país y en el entorno global. El ejercicio adolece de importantes limitaciones de datos y del uso de supuestos que pueden ser cuestionados, pero muestra que el valor económico dentro de sus fronteras respectivas es similar en términos de porcentaje del PIB, sin embargo cuando se introduce la variable global o incluso la europea, se descubren algunos indicadores llamativos, como el hecho de que el número de estudiantes de español en el mundo multiplica al de los estudiantes de polaco por un factor cercano a 60, cuando la relación entre los hablantes de ambas lenguas es 10, o que el español tiene tres mil veces más alumnos como lengua extranjera en la enseñanza secundaria europea que el polaco.

Las industrias culturales en español

Si hay un sector que en si mismo refleja la dinámica competitiva entre las lenguas y que puede servir de referente para entender el valor económico de las mismas, en un sentido más amplio y general, es el de la cultura considerada como industria. El peso de los idiomas en el mundo se manifiesta de forma clara en ella, donde el inglés es la lengua reina, no solo por su posición como lingua franca, sino por su propio peso en la cultura mundial. En los países de habla inglesa se concentra el mayor número de libros publicados, siendo su inmensa mayoría escritos en esa lengua y con una presencia muy

limitada de traducciones de otras lenguas. Al mismo tiempo, más de la mitad de los libros traducidos en el mundo anualmente han sido originalmente escritos en inglés. Son las dos caras de la posición de dominio cultural que el espacio anglosajón ejerce en el mundo desarrollado. Si miramos al cine o la música, la preponderancia del inglés es aún mayor. De todas las demás lenguas, solo unas pocas tienen activos suficientes para generar una industria cultural autónoma, potente y autosostenible. El francés, alemán, español e italiano entre las europeas, así como el ruso, hindi y chino son las lenguas que por su número de hablantes, junto a la potencia cultural y económica de sus países, pueden aspirar a alcanzar este objetivo.

En el entorno de la lengua española se ha creado una potente industria editorial orientada al conjunto del condominio del español como un solo mercado. De hecho, a lo largo de las dos últimas décadas se han producido una gran cantidad de movimientos de concentración empresarial que han cambiado totalmente el paisaje editorial. Hoy, el 60% del mercado del español está controlado por 4 empresas multinacionales con capitales procedentes de cuatro países europeos España, Francia, Alemania e Italia: los grupos españoles Planeta y Santillana, más el grupo francés Hachette Livre (con los sellos editoriales Salvat, Anaya, Alianza Editorial, Pirámide, Cátedra, entre otros) y el grupo germano-italiano Random House Mondadori (que incluye los sellos editoriales Plaza & Janés, Mondadori y Debate).

La vocación global de estos agentes, junto a las relaciones comerciales que mantienen con otras áreas culturales importantes, hacen que hoy la industria cultural del español no sólo esté orientada a abastecer el condominio hispano, sino que se configure como un puente con otros mercados culturales de los que no sólo obtiene productos para ser traducidos al español, sino que cada vez más se exportan a ellos contenidos culturales de producción original en español. Dos buenos ejemplos de esta capacidad de intermediación son las referencias, cada vez más frecuentes, en las listas de libros más vendidos del

New York Times de traducciones al inglés de libros españoles, y el éxito mundial de un autor tan popular como el brasileño Paulo Coelho, que necesitó pasar previamente por su traducción al español para alcanzar después los mercados de otras lenguas.

Esta maduración del mercado editorial se está emulando, en menor medida, en otros sectores culturales, como la música latina, y sería deseable que ocurriera en el cine y otras artes. La importancia de disponer de agentes potentes, ágiles, emprendedores, creativos y dinámicos en esta industria es difícilmente exagerable. El coste de no tenerlos sería también altísimo. La magnitud del reto es colosal, sobre todo si tenemos en cuenta que Internet y la nueva cultura digital están alterando en profundidad las bases de toda la cadena de producción cultural, desde el concepto mismo de obra cultural, pasando por el proceso de creación, hasta llegar al soporte físico o virtual del producto. El futuro está muy abierto y no podemos quedarnos fuera.

Precisamente este entorno digital se configura como un nuevo espacio de comunicación, relación e intercambio, donde la actividad intelectual, el ocio y la economía encuentran nuevas formas de expresión y en la que el idioma adquiere un protagonismo renovado y amplificado. A partir de ahora no solo tendremos que esforzarnos por lograr que en Europa se reconozca al español la misma importancia que ya tiene ganada a escala global, sino que será la importancia del español en la red la que determine, en buena medida, el valor económico de la lengua.

Y hoy por hoy la batalla no está ganada, pero tampoco perdida. La presencia del español en Internet a través de las redes sociales, blogs o wikis, no es la que corresponde a la potencia de nuestra lengua. Así por ejemplo solo el 6% de los contenidos de Wikipedia lo son en español, lo que equivale a ser la novena lengua en esta enciclopedia, pero somos la quinta lengua en número de blogs y ocupamos la cuarta posición tanto en Facebook como en Twitter. La buena noticia es que a medida que se consolida la llamada Internet 2.0, o

Internet de las personas, la cuota del español en la red también está aumentando. Veremos.

Una estrategia activa

Lo que estamos observando en el mundo respecto al interés por el estudio del español, no es más que el reflejo del valor (también económico) que tiene y que globalmente empieza a emerger como una evidencia. Que esto también ocurra en el seno de la Unión Europea dependerá por supuesto de la capacidad de algunos sectores económicos clave, como las industrias culturales, de afrontar los retos que hemos señalado, pero también dependerá de algunos otros factores objetivos como:

- El interés que el condominio del español tenga para Europa como destino y origen de intercambio comercial, lo que dependerá en gran medida del desarrollo económico de los países del mismo, y ya hemos señalado que las perspectivas son halagüeñas para estos países emergentes.
- El papel que estos mismos países tengan como destino de ocio para los europeos, lo que a su vez dependerá tanto del clima económico de Europa, alterado por la crisis, como de la capacidad de responder a las expectativas con personalidad diferenciada.
- El poder real que la comunidad hispana adquiera en el seno de la sociedad estadounidense y de cuán visible sea en ello el español como vehículo de comunicación, por la importancia que los Estados Unidos tienen como socio prioritario de Europa.

Todos estos factores están evolucionando de forma natural en la dirección correcta y, en mi opinión, solo necesitarían algunas políticas activas y concretas, nacionales unas y concertadas con América Latina otras, para lograr que sus efectos se aceleraran exponencialmente. He aquí algunas

sugerencias de diversa índole que me atrevo a plantear sólo con el ánimo de alimentar la reflexión:

- Propiciar una estrategia compartida con la Comunidad Iberoamericana para la defensa del español en los ámbitos internacionales. La exitosa experiencia de la Asociación de Academias de la Lengua Española da pautas sólidas para actuar con liderazgo y obtener resultados tangibles y visibles.
- Hacer los esfuerzos necesarios para conseguir el equivalente de lo que es el English as Global Language (EGL), es decir, una variante sintética del idioma que garantice al mismo tiempo la corrección gramatical y sintáctica, por un lado, y la eficacia comunicativa, por otro. Fundamental para uso masivo en foros internacionales, medios de comunicación transnacionales, y todo tipo de interlocución entre agentes de una y otra naturaleza.
- Aprender del éxito del Instituto Cervantes, reforzando su acción y complementándola con otras instituciones dentro de una política al estilo de la desplegada por Francia durante décadas en la defensa del francés.
- Hacer una campaña orientada a los escolares de Europa para aumentar el número de estudiantes que elijan el español.
- Promover los contenidos en español en los medios masivos de consulta digital involucrando a centros educativos, Universidades y empresas. En esta línea Fundación Telefónica ha firmado un acuerdo con la Fundación Wikimedia para apoyar la creación de secciones nacionales en Wikipedia y potenciar la presencia del español en sus contenidos.
- Desplegar un plan de acción encaminado a elevar la presencia del español como lengua de trabajo en el seno de la Unión, y, lo que es tal vez más plausible, lograr que el español sea una de las lenguas básicas de trabajo del nuevo Servicio Exterior de la Unión Europea.

Finalmente, no quiero cerrar mi intervención sin subrayar el aspecto más preocupante, del que solo he hablado de soslayo, y del que dependerá en gran medida el que el español sea de verdad un activo económico digno de tal nombre. Me refiero a la necesidad de que nuestra lengua sea considerada un instrumento de trabajo para la ciencia, la tecnología y la nueva cultura digital. La posición del español en estos entornos no es brillante. Tampoco es desesperada. Hay algunos puntos fuertes que habrá que explotar y otros débiles que salvar. Seguro que podremos lograrlo. Pero de eso hablaremos otro día.

Muchas gracias