

El valor económico del idioma

El caso del español

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS
DEL SECTOR EXTERIOR

Todo idioma es, a la vez, un instrumento de comunicación y una seña de identidad cultural. Por sus especiales características, no resulta fácil estudiar el idioma como un activo económico susceptible de ser valorado en términos monetarios. Entre estas peculiaridades cabe destacar el hecho de que el idioma sea un activo inmaterial, cuya transmisión se realiza generalmente de forma gratuita de generación en generación y para el que no existe un mercado global, sino tan sólo mercados parciales sobre determinadas áreas específicas.

A pesar del interés que suscita el tema, la *economía de los idiomas*, es un campo de investigación poco desarrollado, si bien se están produciendo avances gracias al uso de la informática en el estudio del lenguaje, a las comunicaciones y a la mayor disponibilidad de datos que brinda la extensión de Internet, como red de comunicación.

A continuación se resumirán los principales avances de la *economía de los idiomas*, en especial los referidos al idioma español. Así, trataremos las funciones que cumple todo idioma y su aprendizaje como forma de inversión en capital humano. También estudiaremos las externalidades ligadas al idioma y, por último, el uso de lenguas francas en la comunicación.

Idioma y cultura

Comencemos por la función cultural del idioma que es, sin duda, la más difícilmente medible. Podría parecer, en principio, que este tema no puede ser estudiado desde un enfoque económico porque el valor de referente cultural queda dentro

del ámbito de las preferencias individuales o sociales de los individuos, para las que la economía lo único que puede decir es que existen o que son de determinada forma.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que la función cultural y la de comunicación son complementarias. Ningún idioma subsiste si no encierra unos valores culturales suficientemente aceptados y extendidos entre sus hablantes. Pero tampoco es posible que un idioma pueda subsistir si no es un instrumento apto de comunicación.

Un caso curioso de idiomas desprovistos de historia es el de las lenguas artificiales, como el esperanto (1). A pesar de existir desde hace más de un siglo, el esperanto es la lengua materna de tan sólo unas 1.000 personas; 10.000 lo hablan fluidamente y alrededor de un millón han estado en contacto con ella en algún momento. La escasa difusión de estas lenguas demuestra la dificultad de construir una lengua desde cero, sin una masa crítica de hablantes ni unos valores culturales propios.

Idiomas en el mundo

En el mundo conviven más de 6.000 idiomas, de los que sólo 26 son hablados por más de un 1 por 100 de la población mundial. Además, se estima que más del 50 por 100 están amenazados de extinción, en la medida en que sólo se hablan por

(1) Otras de las lenguas «artificiales» propuestas en el siglo XX han sido, por ejemplo el *ido*, el *idiom neutral*, el *volapük*, el *auli*, el *interlingua*, el *glosa* o el *inglés modificado*, éste último idéntico al inglés pero sin irregularidades gramaticales.



EN PORTADA

CUADRO 1
INDICADORES SOCIALES Y ECONÓMICOS DE LAS PRINCIPALES LENGUAS DEL MUNDO

	Chino	Inglés	Hindi	Español	Ruso	Arabe	Bengali	Portugués	Malayo	Francés	Alemán	Japonés
Hablantes												
Lengua materna (millones)	885	322	182	332	170	nd	189	170	150	72	98	125
(% total población mundial)	15,0%	5,5%	3,1%	5,6%	2,9%	nd	3,2%	2,9%	2,5%	1,2%	1,7%	2,1%
Total hablantes (millones)	1.000	1.000	900	450	320	250	250	200	160	125	125	130
(% total población mundial)	17,0%	17,0%	15,3%	7,6%	5,4%	4,2%	4,2%	3,4%	2,7%	2,1%	2,1%	2,2%
Lenguas oficiales												
Lengua oficial en número países	3	45	2	20	3	25	nd	7	4	30	5	1
Peso económico												
% PNB mundial	4,0%	36,0%	1,5%	5,6%	1,5%	1,8%	nd	3,0%	nd	6%	9,3%	14%
%PNB / % hablantes	0,24	2,12	0,10	0,74	0,28	0,43	nd	0,88	nd	2,86	4,43	6,36
Internet												
Millones internautas	47	220	nd	34,6	9,3	4,1	nd	12,8	4,7	16,8	34,2	47,3
(% total de internautas)	9,2%	43%	nd	6,7%	1,8%	0,9%	nd	2,5%	nd	3,3%	6,7%	9,2%
% páginas web	nd	50%	nd	5,6%	nd	nd	nd	2,8%	nd	4,6%	nd	nd
Publicaciones científicas												
Ciencias naturales	nd	87,1%	nd	0,5%	nd	nd	nd	nd	nd	0,9%	1,6%	nd
Ciencias sociales	nd	74,57%	nd	1,4%	nd	nd	nd	nd	nd	0,8%	16,89%	nd

Fuentes: hablantes: www.linguasphere.org www.ethnologue.com
 Peso económico: World Development Indicators (Banco Mundial).
 Presencia en publicaciones científicas: Centro Virtual Cervantes, 1999.
 Internautas: [globalreach](http://globalreach.com), www.greach.com, % páginas web: www.funredes.org



EN PORTADA

adultos y que ya no se están transmitiendo a los hijos. Otro 40 por 100 podría verse también en peligro dado que su número de hablantes está cayendo considerablemente. En otras palabras, el mundo está perdiendo diversidad lingüística a un ritmo nunca antes alcanzado. Se ha estimado que de las 6.000 lenguas que se hablan en el planeta sólo unas 600 tienen el porvenir asegurado a finales del siglo XXI.

No resulta fácil acceder a una fuente estadística homogénea que analice la difusión de los principales idiomas, porque los estudios al respecto suelen referirse a aspectos parciales. Tampoco resulta fácil estimar en qué medida una persona habla un segundo idioma, porque su nivel de conocimiento puede ser muy variable. Las diferencias entre distintas fuentes estadísticas son por ello realmente notables (2).

En el Cuadro 1 se ofrecen datos sobre la difusión de los principales idiomas. Se analizan tan sólo los doce *megaidiomas* con más de 100 millones de hablantes. Estos doce *megaidiomas* forman parte de un conjunto de unos ochenta *macroidio-*

mas hablados por al menos diez millones de personas.

Se observa así que sólo el chino (3) y el inglés alcanzan, según las fuentes empleadas, los 1.000 millones de hablantes. Por detrás de ellas tal vez se podría situar a los hablantes del hindi y el urdu, que permiten la comunicación de alrededor de otros mil millones de personas, si se tiene en cuenta su alto grado de similitud. Detrás se situaría el español, que resulta relativamente similar al portugués. Este par (español, portugués), permite la comunicación a más de 500 millones en todo el mundo. El francés, por su parte, es el único idioma que puede equipararse al inglés en difusión geográfica al ser lengua oficial en 30 países frente a 45 del inglés.

Hay que tener en cuenta que el número de hablantes de un idioma no es un indicativo fiable de su grado de difusión internacional ni de su capacidad para ser utilizado como lengua franca. El chino, a pesar de ser entendido por uno de cada seis habitantes del planeta, se extiende por un área que sólo genera el 4 por 100 de la producción mundial.

(2) Por ejemplo www.ethnologue.com perteneciente a la organización estadounidense *SIL International*, cifraba en 508 millones de personas las que hablaban inglés como lengua materna o segundo idioma en 1999. En el cuadro 1 se ha tomado la cifra ofrecida por www.linguasphere.com que eleva dicha cifra hasta los 1.000 millones de hablantes.

(3) El término *chino* resulta algo ambiguo porque en él se incluyen a hablantes de dialectos muy diferenciados, que apenas se entienden entre sí, salvo en forma escrita. Entre estas variedades destaca el *mandarín* (*Potunghua*, originalmente del Norte de China), el *Min*, el *Hakka* y el *Yue*.

Siguiendo este sistema de ponderación (% PNB/ % hablantes), obtendríamos que en el área de difusión del japonés es donde más riqueza se concentra. Los hablantes de japonés apenas representan un 2,2 por 100 del total mundial, pero generan el 14 por 100 del total de producción mundial. ¿Por qué, entonces, el japonés no es una lengua con mayor peso internacional, que se estudie frecuentemente en el todo el mundo? Sin duda influye el hecho de que sus hablantes estén geográficamente muy concentrados y que sea culturalmente muy distinto del resto de lenguas.

El francés sería, siguiendo este criterio, la segunda lengua mejor situada. Tiene un elevado cociente % PNB/% hablantes, superior al inglés y además cuenta con una amplia difusión geográfica. ¿Por qué, entonces, el francés ha ido perdiendo peso en favor del inglés como lengua internacional? Esta cuestión es difícilmente explicable. Probablemente su pérdida de importancia internacional sea consecuencia de un hecho histórico como es el hecho de que el extenso territorio colonial angloparlante que hoy en día es EEUU, se haya convertido, con el paso del tiempo, en la primera potencia económica mundial.

El español bien pudo haber desempeñado dicho papel y, de hecho, fue en siglos pasados un idioma ampliamente utilizado en la diplomacia y las relaciones internacionales. Pero el retraso industrial de España y de los territorios hispanoparlantes fueron alejando al español de los progresos técnicos que revolucionaron la historia. Para que una lengua se expanda debe estar cerca de los adelantos técnicos. En este sentido, la presencia del español en la investigación sigue siendo muy baja, como muestra el Cuadro 1, al referirse al porcentaje de publicaciones científicas en cada idioma.

En el Cuadro 2 se ofrecen algunas cifras sobre la difusión del español en EEUU y en Europa.

El idioma como inversión en capital humano

Como instrumento de comunicación, el idioma es un activo clave en el intercambio económico. Dos individuos cualesquiera tenderán a negociar entre sí en mayor medida si comparten el mismo

CUADRO 2 EL ESPAÑOL EN EEUU Y EUROPA	
El español en EE.UU.	
-	La <i>población hispana de EEUU</i> ha crecido un 60 por 100 en la última década, hasta alcanzar un total de 35,3 millones de personas, es decir, un 12,5 por 100 de la población total. El 78 por 100 de los hispanos estadounidenses emplean el español. Las principales concentraciones se dan en, California (11 millones), Texas (7 millones) y Florida (3 millones).
-	En <i>EEUU</i> dos de cada tres universitarios que estudian lenguas extranjeras eligen el español como idioma extranjero
-	La <i>música latina</i> en EE.UU. supone un 5 por 100 del total de ventas de discos.
-	En <i>EEUU</i> operan más de 500 cadenas de radio en español cuatro cadenas de televisión en español y tres por satélite. Se publican unos 1.500 <i>diarios</i> y semanarios en español.
El español en Europa	
-	En <i>Europa</i> más de 3.100.000 alumnos siguen cursos de español en educación primaria, secundaria y superior.
-	En la <i>UE</i> , el español prácticamente no se estudia como segundo idioma en el ciclo de educación primaria. En educación secundaria, un 90 por 100 de los alumnos europeos estudian inglés, un 20 por 100 francés, un 16 por 100 alemán y un 13 por 100 español. Con diferencia, el país donde más se estudia el español es Francia. En el último tramo de educación secundaria más de la mitad de los alumnos franceses estudian español.
-	España recibió en 2000 unos 130.000 <i>estudiantes extranjeros de español</i> . El 40 por 100 de estos estudiantes de español lo hicieron por motivos profesionales. Por procedencia destacan los alemanes (23,2 por 100), EE.UU (12,9 por 100) y Reino Unido (9,2 por 100).
Fuentes: <i>II Congreso Internacional de la Lengua Española (Valladolid 2001); Education Across Europe (Eurostat 1999).</i>	

idioma. Así, cada individuo decidirá hasta qué punto le resulta interesante aprender una lengua. Comparará los costes de adquisición de esos conocimientos con los beneficios esperados del uso del nuevo idioma.

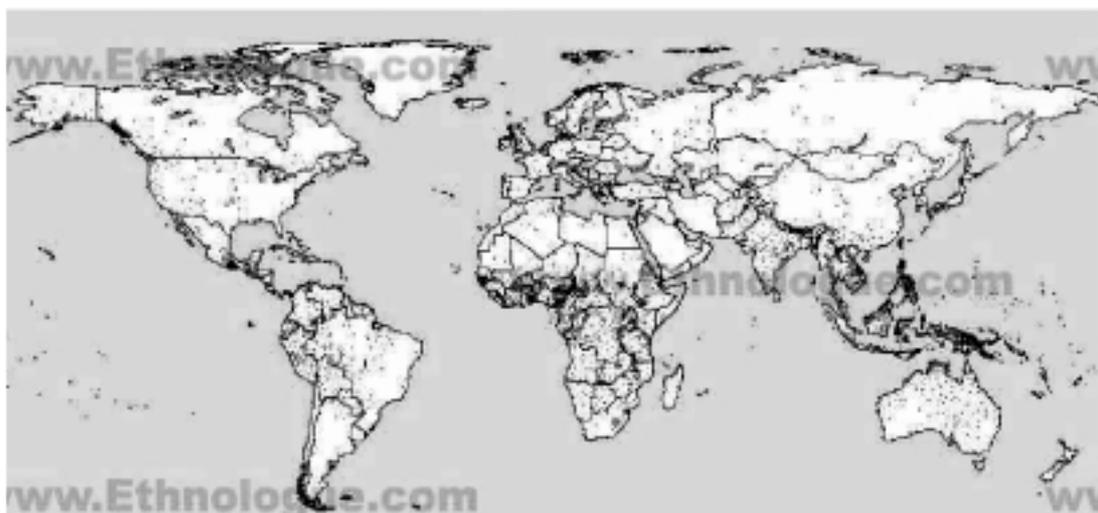
Obviamente, no todos los idiomas son iguales ni igual de difíciles. La dificultad en el aprendizaje de un idioma, depende fundamentalmente de la proximidad cultural entre la lengua estudiada y la lengua materna así como del número de idiomas previamente conocidos y de la capacidad individual de aprendizaje, que está inversamente relacionada con la edad del individuo.

Los beneficios del aprendizaje, por su parte, consisten en la mayor facilidad de realizar transacciones con individuos de su nuevo idioma. Se han realizado numerosos estudios para determinar cuál es la ganancia individual asociada al conocimiento de un idioma extranjero. La gran mayoría de ellos hace hincapié en las diferencias salariales entre comunidades lingüísticas diferentes dentro de un mismo país. Cuando una lengua es minoritaria, los incentivos a aprender la lengua mayoritaria son muy amplios, porque las posibilidades



EN PORTADA

FIGURA 1
DIVERSIDAD LINGÜÍSTICA



Cada punto representa la ubicación original de un idioma.
Fuente: Ethnologue.com

de intercambio se incrementan más que proporcionalmente con el tamaño de la comunidad que habla un mismo idioma.



EN PORTADA

El idioma: un bien público con economías de red

El uso de un determinado idioma puede asimilarse al de los *bienes públicos*. Todos sus hablantes pueden emplearlo sin que el uso por parte de uno disminuya la capacidad de hacerlo de los demás. A su vez, no es posible establecer mecanismos de acceso selectivo para limitar el número de hablantes.

Como en el resto de los bienes públicos, el nivel de provisión de dicho bien, tenderá a ser insuficiente porque a ningún agente privado le resulta rentable invertir en el desarrollo de un bien de cuyos beneficios no se puede apropiar. Así, el grado de extensión de dicho idioma, sin intervención de ningún tipo, tenderá a ser inferior al que socialmente sería deseable. Esto es, si prescindimos de la utilidad que proporciona el idioma como referente cultural, el *mercado del idioma* es ineficiente, al no aprovechar íntegramente las mayores posibilidades de intercambio que ofrece la posesión de un idioma común.

Por otro lado, como valor económico com-

partido por muchos usuarios, el uso de un idioma goza también de economías de red. Cuando un activo económico está sujeto a economías de red, entonces el valor de dicha red aumenta con el número de usuarios que hacen uso de la misma.

El estudio del funcionamiento de redes ha progresado rápidamente en estos últimos años. Hoy en día sabemos que las redes tienden a organizarse de forma espontánea en forma de *mundos pequeños*. Es decir, hacen falta muy pocos enlaces intermedios para unir dos puntos cualesquiera de la red. Asimismo, las redes tienden a distribuirse en forma de *racimos*, con amplias zonas muy concentradas y otras muy despobladas.

Idioma, desarrollo y comercio

La Figura 1 muestra la diversidad lingüística existente en diferentes continentes. Cada punto refleja la ubicación original de un idioma. Se observa que la mayor diversidad se da en zonas históricamente aisladas, como el centro de África o Indonesia, zonas que no fueron históricamente objeto de fuertes influencias culturales externas. Esta correlación inversa entre diversidad lingüística y nivel de desarrollo se puede explicar por el hecho de que para poder mantener tan alto grado de diversidad sea necesario permanecer aislado del

CUADRO 3
IDIOMA Y COMERCIO
(% de los flujos comerciales con diferentes áreas lingüísticas) (1)

	EEUU	Brasil	India	Hispanoamérica (2)	Africa francófona (3)	Africa anglófona (4)
Reino Unido	12,4	0,5	0,8	1,1	0,5	0,4
España	4,5	1,0	0,3	3,4	1,5	0,7 (*)
Portugal	3,6	1,0	0,2	1,0	0,5	0,8
Francia	6,6	0,5	0,3	1,1	2,5	0,3
EEUU	—	1,6	0,6	16,3	0,4	0,5

(1) Los datos se leen de la siguiente forma: el 3,6 por 100 del comercio de mercancías de Portugal se lleva a cabo con EEUU.

(2) México, Costa Rica, Honduras, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Venezuela, Argentina, Chile, Bolivia, Ecuador, Uruguay, Paraguay, Colombia, Perú y Cuba.

(3) Los siguientes países de la Francophonie: Camerún, Chad, Congo, Gabón, República centroafricana, Egipto, Marruecos, Túnez, Benin, Burkina Faso, Costa Marfil, Senegal, Togo y Ruanda.

(4) Los siguientes países de fuerte influencia del inglés: Sudáfrica, Bostwana, Liberia, Ghana y Nigeria.

(*) El amplio peso de las relaciones comerciales de España con esta zona se explica básicamente por las importaciones de crudo procedentes de Nigeria.

Fuente: SG de Estudios del Sector Exterior.

exterior. Los modernos medios de transporte y la extensión del comercio exterior y de las telecomunicaciones constituyen, sin duda, una fuente de progreso para estas regiones, pero también suponen una amenaza para la supervivencia de sus lenguas.

Ya hemos señalado que el idioma va unido a un marco cultural. Dos naciones con la misma lengua es probable que compartan una historia común, sistemas jurídicos y estructuras económicas similares. Con el idioma, no sólo se transmite una capacidad mutua de entendimiento sino también todo un conjunto de instituciones asociadas a esa cultura. El idioma común, a su vez, reduce los costes de contratación y proporciona seguridad jurídica. Por todo ello, un idioma común actúa también como un incentivo a comerciar. En el Cuadro 3 se ofrece una comparación del peso de las relaciones comerciales bilaterales entre países que comparten una misma lengua.

Así, se observa que el Reino Unido comercia en mayor medida con EEUU y que Portugal comercia en mayor medida con Brasil que el resto de países europeos estudiados. También España mantiene unos mayores flujos comerciales con Hispanoamérica, en comparación con otros países europeos. EEUU, sin embargo, mantiene un alta proporción de comercio con Hispanoamérica, como se corresponde a su proximidad geográfica.

Obviamente, los datos no reflejan exclusivamente la influencia del idioma sino también multitud de factores históricos, culturales y comerciales. Lo que sí se puede afirmar es que el idioma importa.

Algunos estudios empíricos han empleado los denominados *modelos de gravedad* comercial para estudiar la influencia del idioma en el

comercio (4). En este tipo de modelos, las principales variables que explican el comercio entre dos países son su tamaño económico y su proximidad geográfica. Sabiendo ahora que el idioma también importa, esta proximidad deber entenderse no sólo en términos geográficos sino también culturales y lingüísticos.

Lenguas francas

Una lengua franca es aquella utilizada universalmente como lengua vehicular para la comunicación entre individuos que hablan diferentes idiomas. Cuando una lengua se transforma en lengua franca, sus hablantes obtienen beneficios, pues su capacidad de comunicación queda ampliada sin coste alguno (5).

Una vez explicadas los principales aspectos que hacen que un idioma cumpla bien sus dos funciones, estamos en condiciones de ofrecer alguna explicación al éxito (o fracaso) de algunas lenguas.

Algunas lenguas adquieren de forma natural el carácter de lenguas francas. La explicación básica a este fenómeno natural parece estar en un tamaño crítico por encima del cual los idiomas crecen hasta convertirse en lenguas francas. El tamaño crítico varía en función de la dispersión geográfica.

(4) John Heliwell, constata que dos países que comparten una lengua común tiene lazos comerciales 1,7 veces mayores que si no los tuvieran. Este estudio se refiere al comercio de mercancías entre dieciséis países de la OCDE para el período 1988-1992. *Language and Trade*. HELLIWELL, John, en *Exploring the economics of Language*. New Canadian Perspectives. Toronto 1999.

(5) Algunos autores llaman a este fenómeno el *señoraje del idioma* en comparación con el *señoraje monetario* de aquellas monedas que se convierten en divisas internacionalmente aceptadas.



EN PORTADA

ca de cada idioma. Así, una lengua que fuera conocida por un bajo porcentaje de la población mundial, pero que estuviera uniformemente distribuida en todo el mundo, sería, *ceteris paribus*, una buena lengua franca.

El inglés es hoy en día la lengua franca de la economía, de la investigación académica, y de las telecomunicaciones, especialmente Internet, pero no tanto en el mundo cultural o artístico, que por sus propias características requiere mayor variedad de lenguas. Esta posición de predominio no es fácil de explicar. No se debe ni a una mayor facilidad de la lengua ni a una mayor capacidad para expresar conceptos. Un accidente histórico como fue la transformación de una extensa colonia angloparlante en primera potencia económica, parece ser la clave para explicar el predominio actual.

Una vez conformada el inglés como auténtica *lingua franca* internacional, no parece posible su sustitución con medidas de promoción lingüística. Quién sabe si la creciente presencia del español

en EEUU permitirá la expansión del español como otra lengua franca.

Conclusiones

No está claro cuánta gente habla o entiende cada idioma. Pero sí está claro que se está produciendo un rápido proceso de pérdida de diversidad lingüística en amplias regiones tradicionalmente aisladas del resto del mundo.

Tampoco se puede ofrecer una explicación determinante de por qué las lenguas evolucionan como lo hacen, ni por qué unas lenguas tienen éxito y otras no. Los factores más importantes que aquí hemos destacado son los siguientes: masa crítica de hablantes, extensión geográfica, peso económico del área, facilidad de aprendizaje, proximidad a la innovación técnica, y valores culturales fácilmente asimilables. La historia también desempeña un papel fundamental. Todos estos aspectos deben ser considerados al diseñar una política de promoción del español.



EN PORTADA