



Universidad de Oviedo

*Máster Universitario de Enseñanza
de Español como Lengua Extranjera*
XI EDICIÓN

***EL ESPAÑOL COMO HERRAMIENTA
ECONÓMICA EN LOS PRÓXIMOS 30 AÑOS***
TRABAJO FIN DE MÁSTER
Curso académico 2019-2020

**Este trabajo ha sido realizado por el alumno Ignacio García Fernández,
bajo la tutoría de D. Alfredo Ignacio Álvarez Menéndez**

Junio de 2020

ÍNDICE

I. VALOR ECONÓMICO DEL ESPAÑOL. UNA INTRODUCCIÓN

1.1 ¿Por qué ahora?.....	4
1.2. Una visión histórica	5
1.3. Retos y vectores de crecimiento del español.....	7
1.4 Enfoque y estructura.....	12

II. PAPEL E IMPORTANCIA DE LAS LENGUAS EN LA ECONOMÍA

2.1 Factores exógenos al ámbito económico que influyen en la economía y las relaciones comerciales. Una novedad: la lengua.....	14
2.2. El valor económico de la lengua. La lengua como factor económico. Naturaleza económica de la lengua.....	15
2.3. La lengua en la operatoria comercial e inversora internacional de las empresas.....	25
2.4. La lengua como activo interno empresarial.....	29
2.5 Conclusiones.....	31

III. PAPEL E IMPORTANCIA DEL ESPAÑOL EN LA ECONOMÍA

3.1. Poder de compra del español. Valor económico del español. ¿Dónde?.....	32
3.2. El español en los flujos económicos internacionales. Comercio internacional. Inversión directa extranjera.....	37
3.3. El español como factor de internacionalización de las empresas españolas en la economía española en los últimos 30 años (1991-2010).	43

IV. EL ESPAÑOL EN ESTADOS UNIDOS

4.1. El español en el mundo y las lenguas en los Estados Unidos.....	45
4.2. Historia del español en Estados Unidos. Una historia de ida y vuelta.....	50
4.3. El español de la Florida. Emigración cubana.....	55
4.4. El español como puente intergeneracional entre migrantes.....	62
4.5. Los medios de comunicación en español en Estados Unidos.....	65

V. EL FUTURO DEL ESPAÑOL

5.1. El futuro campo de juego: las relaciones entre Estados Unidos y América Latina....	68
5.2. Posible persistencia del español en Estados Unidos.....	76
5.3. Perfil de los hispanos en Estados Unidos.....	80

VI. REFLEXIONES FINALES

5.1. Conclusiones.....	89
5.2. Posible persistencia del español en Estados Unidos.....	91
ANEXO I - GRÁFICOS.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	97

I. VALOR ECONÓMICO DEL ESPAÑOL. UNA INTRODUCCIÓN

1.1. ¿Por qué ahora?

Permítanme que empiece este trabajo con una anécdota personal, la única que contaré a lo largo de todo el texto, porque creo que –aunque ocupará esta primera página– puede ilustrar bastante bien el título de esta introducción, e incluso el tema sobre el que versa este ensayo.

Corría septiembre del año 1992, cuando con la Licenciatura de Económicas y Empresariales acabada, el que escribe se fue a los Estados Unidos para iniciar una aventura que me llevaría hasta mayo de 1993, previa a la realización de mi servicio militar en España.

Me acuerdo, en esos primeros meses, de la conversación que tuve con una persona estadounidense sobre cuál era su segunda lengua, en el caso de que la hubiera escogido en la enseñanza secundaria. Como posiblemente ya sabemos todos, esa elección es muy poco común en los Estados Unidos por varias razones. Primero por sus dimensiones continentales, que hacía que su economía no dependiera tanto del exterior (en ese año la suma del total de importaciones y exportaciones no llegaba ni al 20% del PIB americano). En segundo lugar, porque disponen de la *lingua franca*, la lengua que internacionalmente se utiliza para comunicarse con otros en una lengua distinta de la nativa, especialmente en los negocios. Todo ello consecuencia, de alguna forma, de su victoria en la segunda guerra mundial, y de que han impuesto su lengua en las relaciones de negocios en el mundo occidental, a través de sus multinacionales. Por último, los estadounidenses no eran muy proclives a salir de turismo fuera de su país, al menos hasta los 80, dadas las dimensiones continentales que tiene su nación. Lógicamente también le pregunté por el motivo de esa elección. Su respuesta fue que la lengua elegida era el alemán. La razón era porque sus antepasados por parte de madre y de padre eran alemanes que habían emigrado allí a principios del siglo XX. El hecho de que Alemania fuera la tercera economía del mundo hacía que esa decisión tuviera incluso más sentido, al igual que la gran bibliografía científica en alemán. No pude sustraerme a preguntarle si, en algún momento, se le había pasado por la cabeza estudiar español, un idioma que en aquel momento era uno de los más hablados del mundo, y claramente por encima del alemán. Su contestación fue que no se le había pasado nunca por la mente. Al preguntarle por qué había tomado esa decisión, su respuesta no fue fácil de digerir: «La verdad, y no te quiero ofender personalmente, pero es una lengua de pobres y no tiene ningún valor económico. Además, su uso instrumental es muy bajo».

A pesar de eso, sigo manteniendo una muy buena amistad con esa persona pasados ya más de 25 años. En una de nuestras últimas conversaciones le pregunté sobre su hijo mayor, el cual estaba a punto de iniciar la Universidad. Su respuesta fue que ojalá hubiera escogido una universidad de un estado donde hubiera mayor presencia hispana, y, de esa forma, no perdiera su nivel de español. Era la lengua que había escogido en secundaria. «Es muy importante saber español en los Estados Unidos para su futuro profesional, tanto interior como exteriormente, por no decir que te pagan entre un 15% y un 20% más si sabes español». ¿Cómo? No sé por qué nunca habíamos hablado de ello en 25 años, y su respuesta me dejó descolocado. ¿Pero qué había ocurrido? ¿Cómo había cambiado tanto la perspectiva? ¿Seguro que era la misma persona la que me lo decía? Los Estados Unidos seguían siendo la primera potencia del mundo, con una distancia económica, pasados ya más de 25 años,

mucho mayor con respecto al resto de países que en 1992, salvo con un país: China. Alemania seguía siendo muy importante a nivel económico, y es, todavía, la cuarta potencia económica del mundo. Entonces, ¿por qué español y no alemán? ¿Por qué esa repentina moda de innumerables norteamericanos en aprender español por encima de cualquier otra lengua extranjera? ¿Está dirigido ese repentino interés? ¿Por qué no el chino, que es con el país que más relaciones comerciales tienen los Estados Unidos? ¿Qué ha pasado en estos 30 años? ¿Por qué ahora tiene un valor económico o instrumental? ¿Por qué se está poniendo de moda en más países? ¿Por qué se aprende a gran velocidad en China? ¿Es ese valor económico creciente el que hará aumentar su expansión? ¿Y el que será determinante en su supervivencia futura, teniendo en cuenta que cada año se mueren decenas de lenguas en el mundo? ¿Tendrá el español mayor relevancia en los próximos 30 años? ¿Qué futuro le espera? ¿Dónde está su futuro? Estas y otras eran las preguntas que me rondaban, y me siguen rondando por la cabeza. Espero con este trabajo poder contestar a algunas de ellas, sino a todas. Este trabajo no pretende nada más que resumir, de alguna manera, la ya amplia bibliografía que hay al respecto, y a partir de ella tratar de responder a todas esas preguntas, reflexionándolo desde mi punto de vista personal, e incluyendo los datos más actuales posibles. Y plantear interrogantes que nos hagan a todos reflexionar, y ayuden, con este pequeño granito de arena, a buscar el mejor futuro para el español. Con el objetivo de que el español sirva de herramienta para que nuestra economía crezca, y las empresas hispanas se expandan por el mundo. Y a través de la lengua, podamos mejorar nuestra posición económica, diplomática y cultural.

Desde mi etapa secundaria aprendí que las lenguas son vehículos de comunicación y, de cultura y ciencia. Como multitud de prestigiosos autores confirman, las lenguas son también vehículos de potenciación económica, desde muy diversos puntos de vista, incluso tienen un peso como factor económico en la propia economía, al igual que el capital o la fuerza laboral, como pronto veremos. Nos puede molestar más o menos, pero, es un hecho, que las lenguas son importantes en función de la importancia de los territorios en los que se habla. En este proceso de globalización que estamos viviendo, se produce una selección hacia las lenguas globales, las que son, social y económicamente, preminentes. Relevancia desde un punto de vista de importancia cultural, científica, diplomática y económica. Con esta afirmación no quiero quitarle valor o importancia a ninguna lengua, que todas lo tienen, pero para lo que es el objeto de estudio de este ensayo, sí que esa relevancia existe, en mayor o menor medida, de unas lenguas sobre otras. En función de esa preminencia depende mucho su futuro a medio y largo plazo. Para qué nos vamos a engañar. Y mi deseo sería que la nuestra se conservara como una de las lenguas más habladas, y como una de las más internacionales. Al fin y al cabo, es la nuestra, y le tenemos un cariño nativo y maternal. No porque sea ni mejor ni peor que ninguna otra. Una madre es una madre.

1.2. Una visión histórica.

La lengua española ha pasado por varios períodos en los que se ha encontrado en la encrucijada de ampliar las fronteras preexistentes, como comenta José Luis García Delgado en su libro *Valor económico del español*. Esta lengua milenaria, por nombrarla como lo hace Alarcos (1982), asiste actualmente a su cuarta encrucijada, que esperemos que se haga de la

misma forma que en el pasado, haciéndose mayor y más importante, pero siempre con vocación de integrar, de ser un puente entre culturas, no algo impuesto ni un cuerpo extraño, sino algo que sea propio de los pueblos o culturas que la adoptan, manteniendo el corpus original, pero con especificaciones culturales muy propias del cuerpo de destino. Conviene recordar esto, tanto por la orientación que le quiero dar al trabajo, como por el hecho de que ésa ha sido su realidad pasada. En modo alguno, contrariamente a lo que se cree popularmente, la lengua española fue impuesta a los indígenas por los españoles. La evangelización, que era lo realmente importante para la corona española, al menos en los primeros tiempos, no se hacía en español sino en las lenguas indígenas. Fue a partir de la independencia de las colonias hispanoamericanas y de la revolución industrial, que se hacía necesario una lengua común. La escogida no podía ser otra que el español, tanto por razones políticas, económicas como de economía de esfuerzo, ante la variedad ingente de lenguas indígenas.

Por hacer un repaso a esas cuatro encrucijadas, tenemos que decir que la primera de ellas fue en el momento de la formación de los primeros reinos cristianos en el norte de la Península Ibérica. En aquella época, se hablaban tanto variedades dialectales del latín, como el asturleonés, el riojano, el navarro o el aragonés, como una lengua no latina, el vascuence. La confluencia de reinos y lenguas hizo surgir el castellano como lengua común, una *lingua franca* de intercambio, primero, de la parte norte centro de la península, y, luego, de toda ella, pasando a ser la lengua de todos y de nadie. Una lengua que incluía fonética sencilla del vascuence, y reglas gramaticales más básicas que las del latín.

El segundo peldaño es aquel en el que la lengua castellana salta de las limitadas fronteras físicas de la península, para ser la lengua de la expansión imperial de la Monarquía Hispánica, tanto en Europa como en América. Se convierte así en la lengua española. De hecho, el término lengua española fue muy poco utilizado hasta el siglo XVI; es a partir de ese momento, que se convierte en lengua del imperio y de sus documentos. Pero incluso tocando los cinco continentes su peso en esos territorios era relativamente bajo. En los dominios donde no se ponía el sol seguían hablándose infinidad de lenguas, y la mayoría de la gente desconocía el español. (García de la Concha, 2006, López Morales, 2000, 2010)

El tercer momento expansivo fue en el siglo XIX, al albor de la independencia de las colonias americanas, en el que se necesitó de una lengua común, un cordón umbilical fraternal y de unión entre todas ellas, entre todos los hermanos (Moreno, 2005). Un vínculo que vertebró y sistematizó la educación, la cultura, la organización política y social de las excolonias, la comunicación entre ellas y sus pueblos (López García, 2007; Kamen 2003). No nos podemos abstraer a que esa independencia se hace también en el momento en que se está produciendo la revolución industrial. Una revolución que necesita para su propio desarrollo y organización de una lengua común, al menos, en un territorio concreto como es el estado-nación. Los negocios y la industria del estado-nación funcionan más eficazmente con una lengua común. Lo veremos más adelante cuando hablemos de la importancia de las lenguas en los negocios y las relaciones comerciales. En el mundo agrícola, el hecho de que no haya una lengua común en un territorio, no es demasiado importante. En una sociedad industrializada este aspecto se hace clave. Es decir, se convirtió en la *lingua franca* de los países de América, y en la lengua franca de la península ibérica, donde mucha parte de la población todavía no la hablaba, ya no digamos leerla o escribirla.

Y ahora nos hallamos ante la cuarta encrucijada. Quizás la más determinante de todas, la de la globalización. En un momento en que la globalización ha alcanzado ya un estadio y un punto de no retorno. En el preciso instante en el que la sociedad de la información y la tecnología nos acercan cada vez más unos a otros, en cualquier lugar del planeta, es cuando adquieren más relevancia las lenguas internacionales, y las lenguas con un alto contenido instrumental. Triste o no, justo o no, pero cierto.

Es todo un proceso histórico el que nos lleva a la situación actual. Y llegados a este punto, hay una pregunta que cabría hacerse, ¿cuáles son los factores que podemos esbozar que contribuirán más a que esa expansión se acelere? Son también, además de factores en sí mismos, los propios retos a los que habrá de enfrentarse el español para lograr una mayor relevancia. Es evidente que habrá que tener un plan claro para superar esos retos y empujar esa expansión.

1.3. Los restos y vectores de crecimiento del español.

Existe una primera dimensión y reto que se referiría a los factores físicos y demográficos. Porque es cierto que el valor de una lengua, no sólo, pero también, tiene valor en función del número de hablantes. Cuatro son los territorios que se vislumbran como claves para esa expansión física y demográfica:

1º) Estados Unidos, donde el español es la lengua preferida de opción en enseñanza secundaria con mucha diferencia sobre las restantes, con más de 8 millones de personas que lo estudian. Por no hablar que un 18%-20% de la población estadounidense es hispana, con un alto grado de hablantes entre esa población (los datos del Instituto Cervantes estiman que 41 millones de estadounidenses tienen un dominio de competencia alta o nativo). Por lo que, si se mantuvieran los flujos migratorios y con políticas adecuadas, podría producirse que un 30% de la población estadounidense en un futuro fuera bilingüe. Para que ello se produjera, y se rompiera la habitual desaparición en la tercera generación, la lengua tendría, además, que tener un valor instrumental, algo que, por lo que indican las cifras de norteamericanos que la aprenden, parece que empieza a constatarse. Más adelante lo veremos.

2º) Brasil es, y será, suelo fecundo para el español por diversos factores. Primero, por el apoyo oficial del gobierno concedido a la enseñanza en español, como opción obligatoria en el *ensino medio*, segundo, por la cercanía cultural y lingüística del español con el portugués, y tercero, por la determinación clara de Brasil de integrar más su economía con los países del Mercosur y de Sudamérica.

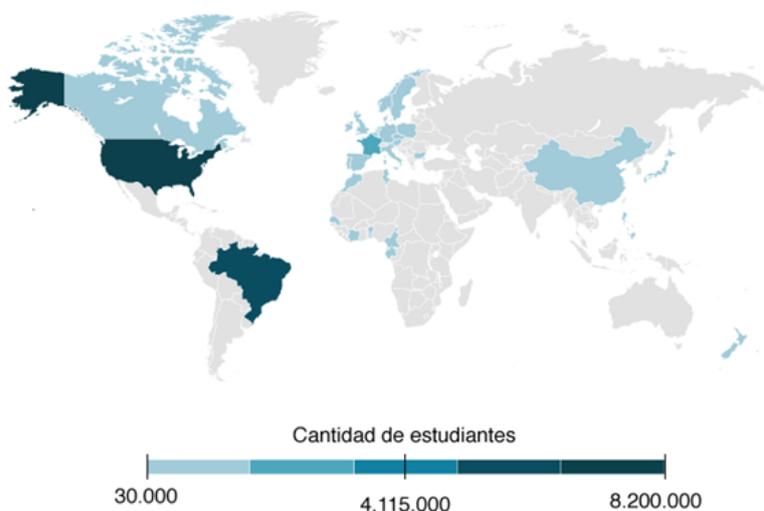
3º) Europa donde el español consigue posicionarse ya como 2ª lengua extranjera de estudio en muchos países por detrás del inglés, como es el caso de Francia (39%), Noruega (32%) o Suecia (43%), y donde está ya a punto de superar también al francés como 1ª lengua extranjera tanto en el Reino Unido como en Irlanda, según datos de Eurostat de 2016. Países que lo hacen por razones tanto culturales como turísticas y económicas.

4º) La cuarta zona expansiva sería Asia, donde alrededor de unas 150 000 personas están aprendiendo español, cifra todavía baja, pero con un rápido incremento de una demanda, que parece imparable, y donde el gobierno chino podría declararla –actualmente está probando

un programa piloto de 3 años en Pekín— lengua de estudio obligatoria junto con el inglés. No hay que olvidar que buena parte de la inversión exterior del gigante asiático se concentra en Iberoamérica, y es el segundo inversor en muchos países del área. Filipinas es el otro país de crecimiento, donde hay una intención declarada del gobierno de reintroducirla como opción obligatoria de lengua extranjera. Las razones son claras: Filipinas aún mantiene lazos sentimentales y culturales con España e Iberoamérica. Por otra parte, es la 4ª potencia del bloque ASEAN casi en igualdad de condiciones a Tailandia, Malasia y Singapur. Son, por tanto, un territorio amplio y fértil donde crecer exponencialmente en el futuro.

¿Dónde se estudia español en el mundo?

Países con mayor número de alumnos



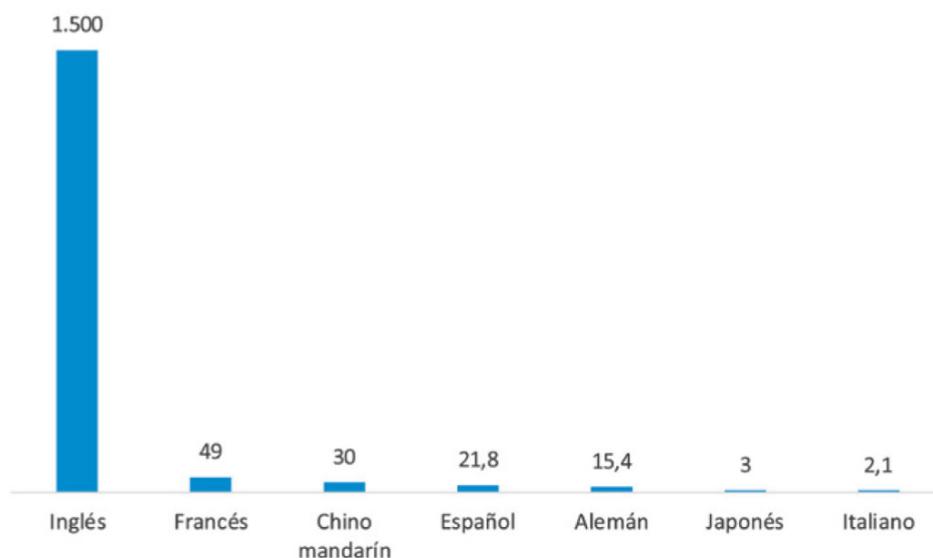
Fuente: "El español: una lengua viva". Informe 2018. Instituto Cervantes.

BBC

Evidentemente lograr ese crecimiento será consecuencia de fuerzas exógenas a España e Hispanoamérica, pero tiene que venir acompañado también de políticas con un objetivo visionario y una estrategia clara por parte, fundamentalmente de España, pero también, de los países hispanoamericanos.

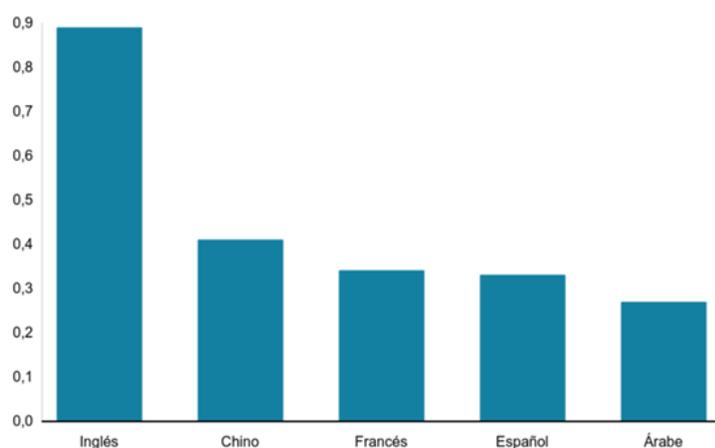
Parece que se dan las condiciones fecundas para que esa cuarta expansión se produzca, aunque debemos ser conscientes de que nada está ganado, y que lo que imaginamos que puede pasar puede no llegar a ocurrir, si no hacemos un buen acompañamiento a lo que claramente es un buen viento de cola. Además del viento, se hace necesario saber a dónde queremos llevar el barco, y arriar las velas. Debemos ser humildes y tener los pies en el suelo.

No en vano, como vemos en el gráfico, todavía hoy el español es una lengua extranjera menos aprendida en relación con el inglés. Hay un cincuenta por ciento menos de estudiantes extranjeros matriculados en español que en francés. Y donde, todavía hoy en día, es una lengua menos poderosa que el chino y el francés, y a poca distancia del árabe.



CVC. El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2018.

¿Cuáles son las lenguas más poderosas? Índice de poder vinculado a las lenguas.



Fuente: Power Language Index (2016) - Instituto Cervantes

BBC

Pero no solo eso, sino que además la inversión que hacemos es infinitamente menor que la de otros países.

El Instituto Cervantes está presente en 87 ciudades de 44 países de los cinco continentes y tiene 194 centros acreditados en América, Asia y Europa, y dispone para ello de un presupuesto que en 2017 ascendió a 120,5 millones de euros. El British Council, fundado en 1934, tiene más de doscientas oficinas en 140 países y, según sus cuentas 2016-2017, tuvo unos ingresos de 1 076 millones de libras (1.227 millones de euros) en ese ejercicio, y 500 000 alumnos. Por no hablar de los miles de colegios británicos que hay en el mundo. Creado en 1951, el Instituto Goethe, dedicado a la promoción de la lengua y la cultura alemanas, tiene 159 sedes en 98 países del mundo con 185 000 alumnos. El instituto tiene un presupuesto superior a los 400 millones de euros, más de la mitad de ellos procedentes del Estado alemán, aunque el porcentaje de recursos propios –sobre todo cursos y exámenes–, y aportaciones de patrocinadores privados ha crecido en los últimos años.

Fórmula que se ha utilizado para los colegios alemanes extendidos por el mundo. La Alliance Française es el más antiguo de los grandes institutos culturales europeos, ya que fue creado en 1883, y se encarga de la enseñanza de la lengua y la difusión de la cultura francófona en 136 países del mundo. Existen más de 1000 academias en el mundo, y sólo en España superan las 21. Tiene 495 000 alumnos. En 1889 un grupo de intelectuales italianos creó la Società Dante Alighieri que, a partir de 1960, ya con un nuevo estatuto y el respaldo de la política cultural pública italiana, se extendió por todo el mundo hasta estar presente en 60 países, con 488 oficinas. Los datos son abrumadores y no están a nuestro favor. Cierto es que aun poseyendo una de las lenguas más difundidas del mundo, no fue hasta el año 1992 en que el Instituto Cervantes fue fundado. Fue en aquel año que parece que despertamos y vimos la lengua como una industria económica, cultural, y una herramienta económica y diplomática. Pero todavía solamente tenemos 133 000 alumnos en el Instituto Cervantes.

Junto a ese ensanchamiento físico, que podríamos llamarlo cuantitativo, se vislumbra un segundo factor que se refiere a lo que podríamos llamar el efecto cualitativo. Es decir, que la lengua se use con más frecuencia por razones económicas o de otro tipo, aunque me voy a centrar en las económicas. Es decir, que se produjera una mayor apertura, internacionalización, y un mayor comercio de las economías del orbe hispano, tanto entre ellas, como con el resto del planeta. Es decir, primero, que además de aumentar los hablantes, los hablantes hablaran la lengua con cada vez más personas y en más variados y diferentes ámbitos.

Pero no sólo por esa razón sino por el hecho de que si esas economías hispanas que hoy representan casi el 9% a nivel nominal de la economía mundial, y un 10% a nivel PPA, representasen mañana el 15% o el 20% de la economía mundial, el peso del español sería considerablemente mayor. Un porcentaje que actualmente descendería desde los 90 si no fuera por el aporte de los hispanos de Estados Unidos (Anexo I, Gráfico 21). Eso incidiría directamente en la capacidad de compra y de comercio de los países del orbe hispano, e incluso de sus hablantes, si ese aumento fuese producto del incremento del PIB/cápita, y no sólo del dinamismo demográfico. Eso conllevaría además que existiría una cantidad mayor de empresas con lengua española en sus matrices, lo que aumentaría su valor como lengua de negocios, elevándose su atractivo en el mundo empresarial y a nivel internacional. Así mismo, si cualquier área del mundo donde se hable español mejora su standard de vida, esto hará que su capacidad de compra aumente. Igualmente, el uso e influencia de la lengua será mayor. Y todo eso se verá reflejado en el mundo cultural y literario.

Es decir, que la potencia del español también depende, así lo cercioran muchos autores, entre ellos el profesor García Delgado, de la capacidad económica de sus hablantes y de las empresas que hablen español. Lo que al principio del capítulo resumía como: «las lenguas son importantes en función de lo importante que sean los hablantes y los territorios en los que se hable».

La tercera dimensión de la que podría hablar, y que ayudará a esa expansión, es la cohesión idiomática del español. El alto nivel de comunicatividad del español no responde fundamentalmente a criterios de orden lingüístico (gramatical, normativo), sino a dos factores: a) cohesión territorial, es decir, un dominio lingüístico muy compacto (más que el inglés, que el francés, menos que el chino), y b) los porcentajes de población que dominan

nativamente el español en los distintos países que lo tienen como lengua oficial (muy superior al inglés, por ejemplo). Esto tiene una enorme trascendencia a la hora de explicar el factor de multiplicación del intercambio comercial, como veremos más adelante. A eso se une, como dice Delgado (2011) en su libro *Valor económico del español*: «sólo el español ha logrado consensuar los tres códigos fundamentales de toda lengua culta: el gramatical, el léxico y el ortográfico». Por tanto, es fácil recapitular que, en una economía globalizada y tan internacionalizada, contar con esos tres factores a su favor la convertiría, no en la lengua franca, que a mi entender seguirá siendo el inglés, sino en la otra gran lengua internacional.

Y el objetivo para los próximos 30 años debería ser ese: situar al español como la segunda lengua más poderosa del mundo, la segunda lengua extranjera más estudiada en el mundo, y ser la segunda lengua internacional de referencia por detrás de la *lingua franca*, el inglés. Y entiendo que cuanto mayor sea su relevancia económica más poderosa va a ser, y más gente querrá aprenderla. Evidentemente no podemos dejar pasar su relevancia cultural. Y evidentemente hay que hacerla valer. Un 10% de los premios Nobel en Literatura son en español. España es el 2º país del mundo en patrimonio cultural del planeta (en lugares catalogados por la UNESCO). Del patrimonio mundial un 16% está en países de habla hispana. El mayor patrimonio cultural está en español. De las mayores bibliotecas que se conservan en el mundo son en lengua española.

El gran objetivo es materializar también esa ventaja como activo económico, para que ese conjunto de países hispanos, que precisan de más desarrollo, la aprovechen para desarrollarse, y alcanzar también mayor calidad institucional.

Hay razones para el optimismo, como hemos visto antes, en relación con esos tres factores, y me gustaría añadir uno más que es la recomendación que hace el British Council (2017), *Languages for the future*. Es en ese informe donde se recomienda el español como primera lengua en importancia para el Reino Unido en función de variables culturales, científicas, económicas y sociales.

Table 13: Ten most important languages

2017		2013
Spanish	—	Spanish
Mandarin	▲	Arabic
French	—	French
Arabic	▼	Mandarin
German	—	German
Italian	▲	Portuguese
Dutch	▲	Italian
Portuguese	▼	Russian
Japanese	▲	Turkish
Russian	▼	Japanese

Table 11: Languages needed for cultural, educational, diplomatic and security purposes

Languages	2017 scores from indicators 5-8	2013 positions
French	▲ 32	Spanish
Spanish	▼ 30.5	Arabic
German	▲ 24	Portuguese
Italian	▲ 22.5	French
Mandarin	— 21	Mandarin
Dutch	▲ 13	Italian
Arabic	▼ 13.5	German
Portuguese	▼ 12.5	Turkish
Russian	▲ 9.5	Polish
Japanese	▲ 8	Farsi

El informe del British Council es extenso, pero podemos resumirlo en que, si incorporamos todas las variables posibles al análisis, la lengua más importante para el futuro es el español, como se ve en las tablas anteriores. Hay que resaltar dos factores de dicho informe, por una parte, el peso que tiene el factor económico, como podemos deducir

comparando las dos tablas anteriores, donde si se excluye el factor económico (gráfico 2) no somos los primeros, y, en segundo lugar, que el factor científico empieza a tener su peso.

1.4. Enfoque y estructura.

En esta última parte de la introducción, voy a desgranar un poco la orientación y la estructura del trabajo. La orientación es que la lengua, no sólo tiene un valor económico en sí mismo, sino que también tiene capacidad para expandir ese nivel económico de forma exponencial, y hacer de puente entre culturas y países. Hace de palanca.

Creo que el lector puede adivinar claramente cuál es la orientación de este ensayo, y que no es otro, que la supervivencia y expansión de una lengua viene determinada, tanto por su dimensión geográfica y poblacional, como por su dimensión económica, siendo esta última donde me quiero centrar, y la que, según mi punto de vista, es más determinante. No es que el componente económico de la lengua tenga más valor que aquellos literarios, culturales o comunicativos. Ni siquiera digo que la lengua no tenga valor en cuanto a vehículo de comunicación o en cuanto a vehículo de cultura –ambos sería probablemente los que tendrían más valor para un filólogo y para todos–, sin embargo, es su valor económico, siempre desde mi punto de vista personal, lo que hace que como lengua perviva y se expanda, y lo que hace que el resto de sus usos florezcan y exploten. Es lo que hace que se adapte como especie y sobreviva.

De los 100 premios Nobel de Literatura otorgados en el siglo XX, 27 son en inglés, 15 en francés, 15 en alemán y 10 en español. En chino sólo 2, los mismos que en griego. Los países más laureados son Francia con 15, Estados Unidos con 12 y Alemania con 10. No podría ser casualidad que los países con más poderío económico durante ese siglo sean los más fecundos en cuanto a obras de calidad. Evidentemente no es que aquellos países con gran población (tipo India o Indonesia o China) fueran menos capaces de tener capacidad de creación literaria, sino que la cultura y la lengua florecen cuando las condiciones económicas son excepcionalmente buenas. El Siglo de Oro de la literatura española vino justo inmediatamente después del mayor apogeo de España como nación.

Lo mismo diría de la ciencia. El lenguaje de la ciencia suele ser el de las potencias dominantes económicamente, por el simple hecho de que quien hace ciencia es quien tiene recursos para ello. Pongamos un ejemplo. El latín dejó de ser la lengua hablada de muchos millones de personas durante la Alta Edad Media, y se transformó en diversas lenguas romances. Sin embargo, a nivel escrito siguió sobreviviendo muchos siglos, porque tenía un valor distinto del puramente comunicativo. Primero económico, porque siguió siendo *lingua franca* para los incipientes intercambios comerciales de inicios del Renacimiento. Y, por otra parte, se siguió utilizando como lengua de la ciencia hasta la Baja Edad Media, y en algunos países e instituciones, como la Iglesia, durante bastante más tiempo. Fue con el ascenso de naciones como Italia en el Renacimiento, y Gran Bretaña posteriormente, que dejó de tener tal uso, ante el importante valor económico que estaban adquiriendo el italiano y el inglés. Galileo y Newton así lo vieron y dejaron de utilizar el latín, aunque al principio, lo hacían. Es decir, al final el uso económico y científico de una lengua determina, y mucho, su uso y su pervivencia.

Por todo ello, abordaremos, primero en el capítulo II, el papel e importancia que tienen las lenguas como factor económico en sí mismas, y, posteriormente, el valor de las lenguas en los intercambios comerciales y en la integración económica entre países. Y hacer una comparación de ese valor de la lengua sobre otro tipo de valores, (cercanía física, efecto frontera...) que hacen que las economías de los países comercien más o menos.

En segundo lugar, y ya en el capítulo III, nos centraremos en cómo actúa el español en los flujos comerciales en general. Cómo ha influido el español en los intercambios comerciales entre países de habla hispana. Cómo ha influido en el crecimiento de la economía española y en el crecimiento de las multinacionales españolas.

En tercer lugar, en el capítulo IV, trataremos la situación del español en Estados Unidos desde diferentes épocas, perspectivas y grupos étnicos. Tocaremos también las cada vez mayores relaciones comerciales entre Estados Unidos y América Latina. Nos centraremos en cómo el español puede servir tanto de integrador de ese gran continente de norte a sur, como de dinamizador de las empresas multinacionales de origen latino. Asimismo, creo que el español puede adquirir más importancia a nivel internacional por la relevancia y dimensión que tenga en Estados Unidos. Y escojo Estados Unidos para ese capítulo, no porque no tenga en cuenta a los otros países que he mencionado anteriormente, ni lo hago porque le tenga una especial querencia a los Estados Unidos como país, que también se la tengo, sino por cuatro razones que considero de peso. Primero, es el país con el mayor número de estudiantes que están aprendiendo español en el planeta. Segundo, probablemente se convierta en el primer país hispanohablante del mundo en los próximos 30 años. Tercero el poder económico de los hispanos en Estados Unidos equivaldría a ser la 7ª o 8ª potencia mundial, ahí jugándose con Francia y el Reino Unido, y se espera que sea la 4ª potencia económica, si fuera un país, en los próximos 30 años. Finalmente, parte de nuestra herencia cultural está allí. Creo que todas son razones con el suficiente peso. Es probablemente el territorio donde el español más se juega su futuro. En ese territorio, y en su futura relación con Latinoamérica, y cómo interactúen ambos conjuntamente. El español puede servir de puente y de dinamizador.

En el capítulo V, trataremos de situar, con todos los datos obtenidos, dónde se encuentra el porvenir del español, siempre basándonos en el cruce de los factores que más puedan influir en su expansión y futuro: el de aquellos territorios cuyas probabilidades de crecer poblacionalmente sean mayores, en unión con aquellas áreas y poblaciones que tengan más posibilidades de expandirse económicamente. Allí creemos que se encontrará su futuro y su expansión en esta cuarta encrucijada.

Y, por último, en el capítulo VI, haremos unas reflexiones finales con algunas propuestas. Sugerencias con el objetivo de lograr que el español se utilice como herramienta económica, y de puente entre culturas, en los próximos 30 años. En síntesis, tratar de posicionarnos allí donde el crecimiento económico vaya a producirse, lo cual supondrá un mayor uso del español. Por otra parte, el objetivo sería, también, situarnos en aquellos territorios que doten a nuestra lengua de un prestigio creciente.

II. PAPEL E IMPORTANCIA DE LAS LENGUAS EN LA ECONOMÍA

2.1. Factores exógenos al ámbito económico que influyen en la economía y las relaciones comerciales. Una novedad: la lengua

Son variados y diversos los factores que influyen en la economía. Está ampliamente difundido que en la toma de decisiones de los agentes económicos influyen diversos aspectos humanos y sociales. Es por ello, que la economía y los estudios empresariales son una ciencia social. De sobra son conocidas, y ampliamente difundidas e investigadas, las relaciones de la sociología, la psicología y otras ciencias sociales sobre la economía, pero muy poco conocida es la relación de la lengua con la economía. La lengua siempre ha tenido de forma intuitiva, digámoslo así, una influencia sobre la economía. Es evidente que no podríamos comerciar con alguien si no tuviéramos una lengua común o compartida. Y eso tiene unos beneficios económicos para ambas partes. O pongamos el ejemplo de aquellos inmigrantes españoles de los 60, que aprendían el idioma del país de destino, y luego volvieron y montaron sus negocios en España. Muchos de esos inmigrantes sacaron provecho de esa ventaja competitiva, y obtuvieron excelentes resultados. O sea que sí, que lengua y economía han estado de alguna manera siempre unidas.

Sin embargo, lo que se viene en llamar Economía de la lengua, es, sin lugar a ninguna duda, una disciplina muy muy joven que nace a partir de los años 60 del siglo pasado. El primero en hablar de ello fue en 1965 Jacob Marschak en *Behavioral Science*, que introdujo esa primera idea de la lengua concebida como un medio de intercambio, es decir, algo así como una moneda única que reduce los costes de transacción. Cincuenta años después, es una disciplina que se ha desarrollado bastante y, aunque no lo haya hecho a gran velocidad, los últimos 20 años han sido prolíficos. Incluso se han creado campos de especialización. Aun así, todavía hoy, es territorio de alguna manera olvidado. Y, durante un tiempo, se ha enfocado teniendo en cuenta la lengua como si fuera un producto que uno de los agentes intenta maximizar, cuando se ha ido demostrando que es más que eso.

Grin (2001) la define así: «La Economía de la lengua, como campo de investigación, se centra principalmente, en el análisis, teórico y empírico, de las vías a través de las cuales las variables lingüísticas y económicas se influyen mutuamente, habitualmente dentro de los esquemas de la Economía ortodoxa (o neoclásica)». Es decir, que hay variables exógenas que influyen en el desarrollo de la economía, y una de ellas es la lengua. Por ejemplo, Grin (2001) trató de estructurar de alguna manera esa nueva disciplina. Lo hizo desde diversos puntos de vista o subtemas de los que nombraremos algunos: 1º) la importancia de la lengua como factor económico en sí mismo y sector económico, 2º) como variable que influye en ciertos procesos y tiene efecto multiplicador 3º) la lengua como parte del capital humano y, por tanto, de su desarrollo económico. Es decir, podríamos resumirlo en tres conceptos que son fácilmente entendibles para todos: *su peso, su fuerza o capacidad de palanca y su premio*.

La parte que más nos interesa en este ensayo es la 2ª (la palanca), y la que desarrollaremos sucesivamente en este capítulo y en el capítulo III, centrándonos en el español. La parte 3ª (su premio) la trataremos en el capítulo IV dedicado al español de las

Américas. La parte de la lengua, en tanto que valor y sector económico en sí mismo, la 1ª, es la que no nos interesa tanto en este ensayo, y que merecería un libro aparte en sí mismo. En cualquier caso, será tratada someramente en el siguiente epígrafe.

Y quiero tocarlas todas, porque todas ellas tienen un impacto en ese ensanchamiento del español que comentamos en la introducción, sobre todo en el ensanchamiento cualitativo. El valor económico de una lengua y la capacidad que tenga una lengua en aumentar procesos económicos, son los elementos fundamentales que van a influir en el reto número dos del futuro del español, como comentamos en la introducción, el del ensanchamiento interno de una lengua (se sea hablante o no). En síntesis, que los hablantes de esa lengua la utilicen más y en más variadas ocasiones, y en ámbitos cada vez mayores. En resumen, la potencia económica, y el vigor creativo y cultural que tenga la sociedad que se expresa en esa lengua.

2.2. El valor de la lengua. La lengua como factor económico. Naturaleza económica de la lengua

¿Qué valor tiene una lengua? ¿Qué peso tiene en términos de empleo y en términos de renta? ¿Cuáles son los efectos multiplicadores sobre los intercambios comerciales y sobre la inversión directa? ¿Qué compensación salarial extra tiene el dominio de una lengua? ¿Da un estatus social? ¿Cuánto? Son todas preguntas que corresponden a alguno de los tres aspectos que comentamos antes.

Trataremos de dar respuesta a algunas de esas preguntas en este epígrafe. Volvamos a hacer una pequeña introducción, pero ya desde un punto de vista más científico, y menos intuitivo.

Como dicen Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona (2011) en su libro *El español en los flujos económicos internacionales*: «el relato bíblico de Babel nos puede dar una primera idea, eso sí, muy intuitiva del valor económico que tiene una lengua común y de los costes -que hoy llamaríamos de transacción- de no entenderse a través de ella, y, por tanto, de que no exista ningún intercambio comercial». Porque, según ya comentó Adam Smith en *La riqueza de las naciones*, ese intercambio sólo se produce si existe una interrelación no sólo económica entre los agentes protagonistas de ese intercambio.

Es precisamente en su libro *La riqueza de las naciones* (1.776, libro I, capítulo II) donde señala que «la propensión a permutar, cambiar y negociar una cosa por otra, como parece más probable, es la consecuencia de las facultades discursivas y del lenguaje». Es evidente, que sin comercio no hay economía, sin intercambios no hay comercio, y sin lengua no hay intercambios. En definitiva, sin comunicación, ya sea tácita o expresa, directa o indirecta, entre los agentes económicos es virtualmente imposible que haya intercambio y, por tanto, economía. Y el único requisito es que la lengua sea compartida. Aunque es un concepto que tiene el más absoluto sentido común, no es hasta la segunda mitad del siglo XX, que esta obviedad, ya dejada clara por Adam Smith, abre una línea de investigación clara y una nueva rama del saber, por expresarlo de alguna manera. Ni desde la vertiente lingüística ni desde la vertiente de la teoría económica se había abordado antes.

Efectivamente, ya lo comentamos, no fue hasta 1965 que un economista llamado, Jacob Marshack definiera el lenguaje como «el más desarrollado sistema de comunicaciones entre las organizaciones humanas». Lo que hoy se sabe es que, ese sistema comunicativo, no sólo es el medio que permite los intercambios comerciales de manera fluida, y que facilita muchos otros aspectos, sino que además se ha demostrado ya científicamente que actúa del mismo modo, y con similares efectos, incluso mayores, que lo hace una moneda única. Es decir, tiene el efecto de reducir los costes de transacción de una manera gigantesca. Esa pequeña semilla de Marshack ha dado pie a un nuevo campo científico que se ha venido en llamar “economía de la lengua”, como comentamos anteriormente.

Sucesivos autores, de los que aquí nombraremos a algunos, Breton (1998), Reksulak, Shughart y Tollison (2005), y Krishna S. Dhir (2005) han no sólo demostrado eso, sino que le han atribuido a la lengua idénticas funciones a las tres que realiza una moneda común: *medio de cambio*, *depósito de valor* y *unidad de cuenta*. Vamos a definir lo que significan estos tres términos, para luego tener la capacidad de traducirlos o asimilarlos a la lingüística. *Medio de cambio*, es fácilmente entendible, es aquella herramienta que nos permite realizar cualquier tipo de transacción económica, facilitando el intercambio de bienes y servicios. *La unidad de cuenta*, lo que hace es determinar las unidades de valor o los precios que tiene un bien o servicio, en este caso la lengua. Es decir, cuánto vale, cuánto pesa en un determinado contexto. Por último, *depósito de valor*, lo que quiere decir básicamente es que tiene la capacidad de tener siempre un valor, de mantenerse estable en el tiempo, y de ser accesible y convertible rápidamente. Lo que traducido a términos lingüísticos, podría ser, en el primer caso, intercambio de comunicación, es decir, puente, facilitador con efectos indirectos sobre individuos o procesos, que incluso no están contemplados en la mente del decisor que los genera; en segundo lugar, unidad de cuenta, en cuanto a que es el vehículo a través del cual se traduce la creación cultural o científica o lingüística en signos interpretables, y que tiene un valor de mercado y en el PIB; y, en tercer lugar, vehículo de identidad o cultura, como el instrumento más claro a través del cual se manifiesta una manera de pensar, de expresarse literariamente o posicionarse en el mundo, cuyo valor es perdurable en el tiempo y, como consecuencia, alguien la quiere adquirir porque ese valor perdura y es utilizable en el futuro. Es decir, que es una herramienta de comunicación/intercambio social, un elemento identitario con un valor concreto y un soporte creativo que tiene un valor.

Además de esas tres funciones, cabría preguntarse si, en sí misma, la lengua podría considerarse, además, como un factor productivo. La teoría clásica (tanto la capitalista como la marxista) nos ha venido diciendo que los factores productivos eran la tierra, el trabajo, y el capital. La teoría más actual se ha construido en base a que los factores productivos son el trabajo, el capital y la tecnología. Con un peso muy importante sobre los dos últimos factores. Cabría preguntarse también si la lengua sería también un factor productivo en sí mismo. Es difícil saberlo por su carácter intangible, y queda mucho por investigar, pero lo que ya ha sido probado es que parece formar parte de los tres factores, es tecnología, en cuanto tecnología social de comunicación, como dijimos antes, es parte del factor trabajo ya que es parte no sólo de sus habilidades o competencias, sino del valor de mercado de cada trabajador. Incluso está demostrado que la utilización de una lengua u otra afecta a la toma de decisiones (Albert Costa, 2017). Así mismo, es parte del capital, no del concepto de capital al uso sino del capital social en forma tanto de sustento de confianza: «tendemos a dudar más de la veracidad de los hechos descritos por hablantes con claro acento extranjero

que por hablantes nativos» (Albert Costa 2017), como de amplificador de las redes humanas. Es también un claro marcador social, algo que desarrollaremos frugalmente en el capítulo dedicado al español en los Estados Unidos. Y que posiblemente marque el futuro del español.

Ya sea un recurso o sea un activo, ya sea un super medio y super facilitador en sí mismo, o sea un factor productivo, parece estar claro que tiene su impacto en el desarrollo económico y que tiene un valor.

2.2.1. *El valor de la lengua. Unidad de cuenta. El peso.*

Pasemos a hablar, en primer lugar, de la función que menos nos interesa en este ensayo, como comenté anteriormente, pero que, al menos, merece una mención. *La unidad de cuenta.* ¿Cuál es el valor de mercado de la lengua? ¿Cuánto vale una lengua de forma absoluta en la economía? No pretendemos en este ensayo, en modo alguno, extendernos en este aspecto, no porque no tenga su importancia sino porque no tiene una relación enorme con el hilo argumental de este ensayo y las conclusiones a las que quiero llegar en el último capítulo de este libro. Lo que ocurre es que es necesario mencionarlo. Es un bien complejo de medir porque no siempre pasa por el mercado, de hecho, generalmente no lo hace. No tiene un precio determinado, es un bien público del que disfrutamos sin pagar, que no se desgasta con el uso, y que es más valioso cuantas más personas lo hablen y en más variados ámbitos lo hagan. Y es un bien que es libre, disponible para todos, y aunque no requiere de costes de producción sí los requiere de acceso. Curioso bien, si podemos llamarlo así.

Darle valor económico a un bien tan curioso, a la lengua dentro de la economía y del mercado, es algo tremendamente difícil. En cualquier caso, una de las primeras aproximaciones que se hicieron tenemos el honor de decir que fue a cargo de un español, Ángel Martín Municio (2003). Un trabajo que dirigió y terminó fraguándose en el libro *El valor económico de la lengua española*. Grin también lo hacía en el año 2001. Lo que importa es que el análisis del valor de una lengua se hizo desde una perspectiva absolutamente mercantil y desde la vertiente microeconómica, es decir, el valor para o desde los agentes y sectores económicos, no desde el punto de vista de las relaciones entre países o comunidades lingüísticas. También merece especial mención el libro de Francisco Javier Girón y de Agustín Cañada (2009). Desde esta perspectiva ambos libros cuantifican la importancia económica del español tanto en términos de generación de una parte del PIB de España como ilustran la importancia del idioma en los procesos de generación de producción y empleo. No nos vamos a extender aquí, ya digo, en el método científico que se siguió para contabilizar el valor económico del español sino en su cuantificación final y en todo aquello que abarca. Seguramente el resultado final no diferirá mucho ya utilizemos la metodología de las ocupaciones profesionales o la del procedimiento de productos o cualesquiera otras. El resultado es parecido. Las cifras son el fruto de escoger diferentes procedimientos sobre qué actividades son soportadas por la lengua, es decir, que la lengua forma parte fundamental del producto final. Es decir, cuál es el contenido de la lengua en las actividades económicas. En cualquier caso, la clasificación que podríamos dar es la de Martín Municio, donde dice que se distinguen tres actividades vinculadas a la lengua: la primera, la de aquellas actividades vinculadas a la lengua directamente (editoriales, educación, comunicaciones, servicios culturales...), la segunda, actividades que actúan como de proveedores de esos

productos (papeleras, transporte...) y tercero, todas las actividades de comercialización y distribución de todas ellas.

Pues bien, el resultado final determina que el montante total es que el español es alrededor de un 16% del PIB español y, además, aumentó un punto porcentual en el período 2000-2007 desde 14,6% a 15,6%, generando en ese período en España unos 900 000 puestos de trabajo. Curioso, si tenemos en cuenta que se nos llena la boca hablando del primer motor de la economía española que es el turismo con un 15% aproximadamente del PIB.

Y habría que reseñar dos aspectos fundamentales de estos estudios: la valoración económica del español no ha dejado de crecer durante todos estos años y la industria del español ha tenido tasas de crecimiento y de aportación al PIB por encima de la media de otros sectores. Ahí es nada.

Y tres actividades merecen una atención específica: la de la enseñanza del español con unas cifras que no paran de crecer, y de las que lógicamente no sólo se beneficia España. Siento, en cualquier caso, que si estuviera más dirigido y organizado los beneficios serían mayores para España. Ya que solo uno de cada 50 estudiantes de español lo hacen en España y aún menor es el porcentaje de aquellos que lo hacen dependiendo de empresas o instituciones españolas. El interés en este aprendizaje está relacionado con las mayores posibilidades de promoción a nivel profesional, con las posibilidades de cobrar un extra por dominar este idioma, y por el cada vez mayor interés por la capacidad creativa de la cultura hispana a todos los niveles. Los primeros están muy relacionados con la vitalidad económica del dominio hispánico, especialmente en los Estados Unidos y España en los últimos 30 años. Pero aquí todavía hay un potencial de crecimiento enorme.

Otra actividad que merece nuestra atención sería el de las industrias culturales que representa el 3,3% del PIB. Y esta es de las industrias más olvidadas a nivel tanto privado como estatal. Y su potencial de crecimiento es también enorme.

Otra industria relevante es la de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Solo comentar, que el español es la segunda lengua de comunicación en Internet con un peso del 8% del total mundial con 680 millones de páginas WEB y muy por delante de francés, alemán, ruso o árabe. En cualquier caso, su potencial de crecimiento es elevadísimo, ya que su difusión en este medio no sólo depende del número de hablantes sino también del desarrollo de la sociedad de la información (número de teléfonos y ordenadores por habitante, % de población con acceso a banda ancha, ...). Aquí la posición es manifiestamente mejorable. Es decir, que la lengua tiene un valor en sí misma y forma parte de la economía. Vamos que tiene un peso. Queda dicho.

2.2.2. *El valor de la lengua. Medio de cambio. La palanca*

Sin embargo, sí me gustaría comentar que lo que más nos interesa del valor de una lengua no es el valor en sí mismo, su valor absoluto, *su peso*, que evidentemente cambiará de unas lenguas a otras, –no es lo mismo el valor económico propio del polaco en su economía que el del español– sino el valor diferencial, *su fuerza*, aquello que claramente la diferencia del resto de lenguas. Es decir, cuánto aporta al crecimiento de una economía, y cuánto puede

hacerlo en el futuro si se saben aprovechar sus ventajas. Incluso cuánto aporta al propio crecimiento de la lengua en sí como factor intrínseco. Aquello que hace de *palanca*.

Ese valor diferencial tiene enormes efectos multiplicadores, tanto sobre la economía como factor productivo, como sobre el crecimiento de las empresas y de los individuos, y sobre los grandes flujos humanos, comerciales y de capitales. En resumen, que tiene efectos multiplicadores sobre las migraciones, el comercio internacional y la inversión directa de capital. Es algo que abordaremos en el apartado tres del presente capítulo. Cómo la lengua influye en la multiplicación del comercio internacional y en la inversión directa de capital. Está también demostrado cómo influye en los movimientos migratorios, en cualquier caso, no es algo que ahora vayamos a tratar.

Para verlo otra vez desde una parte teórica y científica, volvamos a las tres funciones mencionadas antes. Si nos centramos ahora en la de herramienta de intercambio social (*la de medio de cambio, la de palanca*) que, de hecho, es la más antigua y poderosa tecnología de comunicación social que ha desarrollado nunca el ser humano, podríamos decir, que ese poder de intercambio o poder económico desarrolla tres grandes ganancias y actúa:

- a) como bien de club que difunde externalidades y, por tanto, permite multiplicar ilimitadamente y en forma de progresión geométrica, el potencial de intercambio de una colectividad ya sea empresarial o de país. Esto es así, porque genera efectos sobre terceros que no son en absoluto contemplados por quien los genera. Es decir, que actuaría algo así como lo hace un virus cuando se propaga, pero evidentemente a menos velocidad. En resumen, dinamiza las transacciones.
- b) como reductora de los costes de transacción (aquellos en los que incurren los agentes para poder llevar a cabo el intercambio comercial)
- c) como amortiguador de la distancia psicológica y cultural, (un concepto que fue creado por la escuela de Upsala en la segunda mitad del siglo XX como ya comentamos) que hace que tanto las empresas como los individuos tengan la tendencia a comerciar más con unos individuos o con unas empresas o con unos países.

Esas tres ganancias cada una actúa en un sentido, como amplificador del mercado de origen, como reductor de costes, y como factor de acercamiento dentro de ese mercado que se amplía. Pero tienen un único objetivo común que es el de servir al mayor intercambio comercial posible que, según Adam Smith, era la fuente de riqueza de las naciones y de los individuos. El librecambismo, al fin y al cabo.

2.2.2.1 Reductor de costes y amortiguador de distancias.

Pero antes de demostrar, a través de varios estudios hechos por diversos autores, ese factor multiplicador de la lengua que genera externalidades, sí que me gustaría entrar a valorar esa doble característica de amortiguador y de reductor de costes que tiene la lengua, hoy ya cuantificado científicamente. Aspectos que me parecen relevantes con relación al hilo argumental que quiero seguir, y con relación a las conclusiones a las que quiero llegar en el último capítulo de este ensayo. Empezaré con dos de ellos, que tienen especial relevancia

para este ensayo: la distancia geográfica y la distancia psicológica y cultural. Todos ellos influyen como factores exógenos en el desarrollo de los intercambios comerciales.

Así mismo, la distancia geográfica y la distancia cultural tiene un impacto enorme, no solamente sobre los intercambios comerciales, sino también sobre el ensanchamiento físico y humano de una lengua. El cual es el reto que clasificamos como número uno en la introducción. Lógicamente las políticas lingüísticas y la propia demografía también influirán en el ensanchamiento físico y humano de una lengua.

Entrando en materia, los primeros estudios que versaron sobre cómo la distancia influía en el comercio internacional entre dos países, o cómo las empresas de un país escogían un determinado país distinto al nativo para ampliar sus negocios, aparecieron a partir de la década de los 60. Fue a partir de las investigaciones de la escuela de Upsala que cogieron una dimensión diferente. La escuela de Upsala, además, añadió al concepto de distancia geográfica el de distancia psicológica.

Fueron Vahlne y Wiedersheim-Paul (1973) y Johanson, J. y Weidersheim-Paul, F. (1975) con *The internationalisation of the firm. Four Swedish cases*. Journal of Management Studies, y Johanson, J. y Vahlne, J. (1977) con *The internationalization process of the firm. Model of knowledge development and increasing foreign market commitment*. Journal of International Business Studies, los investigadores que dieron considerable énfasis al papel tanto de la distancia geográfica como de la psicológica para explicar el patrón de comportamiento de los intercambios internacionales y la inversión directa extranjera. Usaron un modelo parecido a la teoría física de la gravedad de Newton, de hecho, desde ese momento se llaman modelos de gravedad. **Los modelos afirman y demuestran que dos países mantendrán unas relaciones económicas tanto más intensas cuanto mayor sea su tamaño, y menor sea la distancia tanto geográfica como psicológica que los separa.** El modelo de Upsala predice, además, que la empresa incrementará de forma gradual sus recursos invertidos en el país, a medida que vaya adquiriendo cada vez más experiencia de las actividades realizadas en ese mercado.

Aunque el modelo ha ido mostrando sus limitaciones a medida que ha ido avanzando la tecnología y se han hecho diversos estudios más profundos, algunos hechos por los propios autores. Gracias al avance de las herramientas econométricas e informáticas puestas al servicio de la teoría económica, esos estudios demuestran el mayor peso de otras variables. La distancia geográfica tiene su valor, pero, además, lo tienen otras variables, lo cual ha hecho que se haya abierto un nuevo subcampo de investigación, en el que como digo, se incluyen otras variables. Y, además, ha suscitado un renovado interés en el mundo académico, no solo gracias a los buenos resultados obtenidos con el uso de estos modelos de gravedad, sino también por la mejora de sus bases teóricas. Introdujeron además un concepto que se viene a llamar gradualidad, según el cual, una empresa cuando quiere empezar a trabajar con un mercado extranjero sigue una serie de etapas graduales, las cuales se podrían desgranar de la siguiente manera:

- 1.-exportación de prueba o esporádica no regular
- 2.-exportaciones regulares a través de agentes enviados desde la filial
- 3.-exportaciones regulares a través representantes en el país de destino o distribuidores
- 4.-establecimiento de una sucursal comercial propia en el país extranjero.
- 5.-inversión directa de capital ya sea a través de centros de innovación o de producción.

Estas fases dependen, tanto de las barreras de entrada, como de los costes, como de los resultados de vender en ese país. Cada etapa representa una gradualidad, y un mayor grado de compromiso que depende de diversos factores.

Como decíamos, la distancia geográfica, aunque tradicionalmente ignorada por la ciencia económica en sus construcciones teóricas, –a pesar de las muy antiguas investigaciones de Von Thünen (1851) y sus teorías de la localización– ha vuelto a ser reconsiderada por los grandes economistas de la nueva ola, Krugman, Venables o Fuyita, entre otros, y ha dado un protagonismo especial a esta variable. Es más, hablando en concreto del comercio internacional, Frankel (1997) enumeró tres razones por las que la distancia tiene su peso específico como variable explicativa esencial:

a) la distancia actúa de la misma manera que las empresas que se mueven en enormes mercados, y que debido a ello pueden vender en grandes cantidades. Y, por tanto, fabricar a gran escala generando economías de escala. La distancia hace lo mismo, *genera economías de aglomeración*, que sería lo equivalente a esas economías de escala, pero no solo desde el punto de vista empresarial sino también de mercado de producción y de consumidores. Lo cual tiene repercusiones en el número de intercambios comerciales y científicos, y en los costes de producción.

b) la distancia es un factor natural que determina el volumen de comercio, ya probado por la escuela de Upsala, entre dos países incluso teniendo en cuenta el llamado efecto frontera. Este es aquel efecto que hace que comerciemos más naturalmente con nuestros vecinos con los que compartimos lengua y cultura, que con aquellos con quienes no la compartimos.

c) la distancia geográfica es lo que determina lo que se conoce como socios comerciales naturales, lo cual facilita enormemente la mayor integración entre las economías de países, incluso la creación de bloques regionales.

En cualquier caso, y para fundamentar esta argumentación de que la geografía tiene su impacto, y mucho, voy a dar también algunos datos. Coulibaly y Fontagmé (2003) demostraron que los países sin salida al mar a igualdad de otras variables tienen entre un 20% y 50% menos de exportaciones o comercio internacional que aquellos que sí lo tienen. Así mismo, el modelo gravitatorio de Baier y Bergstrand (2001) concluye que el 8% o 9% del crecimiento de los flujos comerciales se debe a la reducción de los costes de transporte muy asociados con el comercio. Así mismo, demuestra que casi el 70% del aumento de comercio entre dos países se debe al aumento real del PIB de alguno o uno de los dos países involucrados en ese comercio bilateral sin restricciones. Es decir, que si estamos anclados a economías grandes, lo que viene algunas veces determinado por razones físicas y geográficas, ello hace que nuestro comercio bilateral crezca y nuestra economía también. Así mismo, Suárez Burget, de la Universidad Jaume I de Castellón, demostró, algo que parece obvio, que cuanto mejor sea la red regular de transportes aéreos y marítimos, menores serán los costes de transporte, y que estos serán menores en función del volumen de comercio, el valor unitario de la mercancía, la conectividad, la calidad del servicio de transportes y la distancia entre los países. En definitiva, **la distancia geográfica** no es un asunto menor, es una variable explicativa clave para explicar el comercio entre dos países y entre empresas. Así como **el tamaño** de las economías que estén en juego.

No obstante, ya en 1966, Linneman consideró que reducir el concepto de distancia a sólo lo geográfico o a una cuestión de costes era algo quizás demasiado simplista, y amplía el concepto de distancia a aspectos culturales, y a lo que la escuela de Upsala denominó la distancia psicológica. Y esa identidad cultural y psicológica decía que quedaba muy determinada por compartir una lengua común. Es especialmente relevante el estudio de Helliwell (1996), donde obtiene que la lengua común hace que dos países en igualdad de las demás condiciones comercien un 70% más que si no tuvieran esa lengua común.

La distancia psicológica sería el conjunto de factores que obstaculizan o ayudan en los flujos, tanto de información como de comercio, entre la empresa y el mercado o entre el comercio de distintos países. Esa distancia se compondría de diferencias lingüísticas, culturales, políticas, institucionales, de nivel educativo o de desarrollo económico. Determinados modelos demuestran que la entrada exterior de un país tendería a producirse por el mercado/país psicológicamente más próximo al país de origen. Esto es especialmente importante, cuando se toma la decisión de en qué mercados extranjeros penetrar en las primeras fases del proceso de internacionalización, donde lógicamente se optará por aquellos mercados que tengan una distancia psicológica menor con el de origen, hasta ir introduciéndose progresivamente en mercados con una mayor distancia (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). «Una vez adquirida la experiencia internacional, la empresa basará sus decisiones de inversión en otros factores como el tamaño del mercado y en otro tipo de oportunidades y condiciones económicas globales» (Davidson, 1980).

Uno de los modelos ampliados de más peso, y de los más relevantes actualmente, sería el modelo CAGE (Cultural distance, Administrative distance, Geographic distance and Economic distance) desarrollado por el profesor de la Universidad de Harvard y del IESE-Universidad de Navarra, Mr. Pankaj Ghemawat. El modelo es relevante porque incluye todos estos factores. No vamos a entrar en detalle y si esos datos son mayores o menores que los de otros autores, sin embargo, sí que creo que ponen en valor la influencia de todos los factores.



Exhibit 2-2 Effects of Similarities Versus Differences on Bilateral Trade

Dimensions of Distance/Proximity	Determinant	Change in Trade
Cultural	Common language	+42%
Administrative	Common regional trading bloc	+47%
	Colony/colonizer links	+188%
	Common currency	+114%
	Differences in corruption	-11%
Geographic	Physical distance: 1% increase	-1.1%
	Physical size: 1% increase	-0.2%
	Landlockedness	-48%
	Common land border	+125%
Economic	Economic size: GDP (1% increase)	+0.8%
	Income level: GDP per capita (1% increase)	+0.7%

Source: Pankaj Ghemawat and Rajiv Mallick, "The Industry-Level Structure of International Trade Networks: A Gravity-Based Approach," working paper, Harvard Business School Boston, February 2003.

The estimates correct for unobserved thresholds for participation in trade and are all significant at the 1% level but are, in a number of cases, smaller than those reported in many other studies, apparently due to the correction

Para terminar este epígrafe, me gustaría revisar algunos trabajos destacados aparecidos en los últimos años, considerando todas estas variables, y viendo sus resultados utilizando los modelos de gravedad.

Los trabajos de Narbona (2005) y de Suárez Burguet *et al.* (2006) así lo demuestran. En el primer caso, que la afinidad cultural –muy determinada por la lengua– estimula el comercio en torno al 150%, y la pertenencia al mismo bloque comercial tan sólo un 10%. El estudio de Burguet determina que una misma lengua es la variable más importante a la hora de explicar dichos flujos, más incluso que la dimensión económica de los países, que era la otra variable fundamental en los modelos de gravitación. Hablar la misma lengua se traduce en estos casos en un aumento del comercio entre los dos países de un +52%, y supera al incentivo de comerciar con un país grande (+25%).

En algunos modelos, como el de Linders *et al.* (2005b), se amplían esos datos y se dice que compartir una misma lengua, determina un avance en el comercio de un +197%, aunque ese porcentaje venga determinado por un +166% de compartir lazos históricos y culturales con la metrópoli, y solo un 32% del efecto puramente de la lengua.

Es más, algunos autores, como Mélitz y Toubal (2012), lo llegan incluso a diferenciar por tipo de productos, y de hecho determinan que compartir un mismo idioma incrementa el 68% los flujos bilaterales comerciales, y un 124% el de bienes heterogéneos diferenciados.

No deja de ser menos importante, en el estudio de Mélitz y Toubal (2012), la mención que hace del papel que los inmigrantes desempeñan a la hora de mejorar la capacidad de comunicación entre los mercados de destino y origen. Recientemente, en un estudio de parecido sentido, Ispording y Otten (2011 y 2012) concluyen con sus resultados que existe una fuerte correlación negativa entre la distancia lingüística y la capacidad de los inmigrantes para aprender un idioma de otro país.

De los trabajos publicados en los últimos 20 años cabe distinguir también la introducción de una serie de variables que ya vimos en el modelo CAGE de la página anterior, y que no introducía la escuela de Upsala, que son los factores institucionales. Por ejemplo, el estudio de De Groot *et al.* (2003) demuestran que la homogeneidad, calidad de las instituciones y la similitud del marco legal, aumentan el comercio bilateral entre un 12% y un 18%, mientras que los bajos niveles de corrupción suponen entre un 17% y un 27% de comercio bilateral extra entre los socios comerciales.

A sí mismo, el estudio de Noguera y Siscart (2003) incorpora una variable de control más, que es la de lograr una plena unión política. El resultado de su estudio estimula los flujos comerciales entre dos países en más de un 115%. Ciertamente es que este estudio está basado con una muy pequeña muestra de países: Gran Bretaña con las Bermudas y Hong Kong, y Francia con Nueva Caledonia, con un pequeño extracto de China con Hong Kong.

Son también Noguera y Siscart (2003), quienes incluso analizan el efecto del idioma por sectores, viendo que tiene mayor efecto sobre unos sectores que otros. Tiene mayor impacto en los que más utilizan la lengua como materia prima.

Todos estos estudios se centran sobre los flujos comerciales entre dos países. Por último, podríamos decir que el factor cultural y lingüístico, según diversos estudios, es el

que tiene más influencia en el otro vector de internacionalización de una economía, el de la inversión directa exterior. Así se ve en los estudios de Kogut y Singh (1988), Loungani *et al.* (2002). El estudio de Guiso, Sapieza y Zingales (2004a) es el que probablemente da una cifra más concreta, y habla de que esta variable (la lengua) tiene el doble de impacto en la inversión directa que en las relaciones comerciales entre países.

A todos estos datos podríamos añadir otros, y significativas evidencias en relación con la otra forma de interacción económica internacional, la de la inversión directa, como, por ejemplo, los que mencionan Jiménez y Narbona (2011) en *El español en los flujos económicos internacionales*. Así, el hecho de contar con una misma lengua triplica los flujos internacionales de inversión directa (la más profunda de las internacionalizaciones). En tales investigaciones, si se incorporasen otras variables como las institucionales, las proporciones se disparan y el hecho de contar con una lengua común hace que el coeficiente de multiplicación se vaya hasta el **580%**. Es decir, compartir una lengua multiplica casi por siete los flujos bilaterales de inversión directa entre los países.

Si existe un vínculo colonial o relación histórica, el factor multiplicador sobre la IDE es de una +100%. Y la calidad del marco regulatorio tiene un grado de significatividad del 100% en la IDE.

Está claro que la lengua reduce los costes de transacción o hace de factor multiplicador de ambas, del comercio exterior y de la IDE, puesto que reduce: a) los costes de acceso e instalación en el mercado b) de adaptación del producto a las condiciones de la demanda c) y de, lo veremos en seguida en el siguiente epígrafe, adaptación del modelo de gestión y organizativo. Además, reduce distancias.

2.2.2.2. Factor multiplicativo y generador de externalidades.

Hasta ahora hemos visto la relación entre la distancia geográfica, la distancia psicológica, la lengua, y su capacidad amortiguadora de distancias y de reducción de costes (aunque sobre este punto le daremos una vuelta de tuerca en los siguientes dos epígrafes, sobre todo en lo que se refiere al mundo empresarial, especialmente la parte interna de las empresas). Para terminar este epígrafe, me gustaría tocar la primera ganancia que hemos nombrado (factor multiplicativo y generador de externalidades). La hemos dejado para el final debido a que quizás es una ganancia más obvia y aunque hay numerosos estudios que la avalan –y que no vamos a mostrar aquí– con una explicación muy sencilla lo entenderemos todos.

No se puede explicar mejor que lo hacen Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona (2011) en su libro *El español en los flujos económicos internacionales*:

En una red de interacciones lo que cuenta es el número de nodos que la componen. En el caso de la lengua, esa primera medida de tamaño viene dada por el número de hablantes. Y ello, al menos, por dos motivos. Uno es el factor multiplicativo, de carácter potencial, que tiene cada nuevo individuo que se incorpora a la red de hablantes. El cálculo es sencillo: en una comunidad lingüística de n individuos las posibilidades de interacción binaria, es decir, entre cada dos de ellos, es de $n(n-1)$; con lo que cada individuo nuevo añade $2n$ potenciales interacciones a la red. Otra razón, sumada a esta de la importancia del número de hablantes es la capacidad de la lengua para generar lo que en economía se llaman externalidades de red; acumulados efectos indirectos sobre

terceros -en el caso de la lengua, casi todos positivos- que no son contemplados en la función de decisión de quien los genera, lo que hace que la utilidad que un usuario dado obtiene de un bien dependa de forma creciente del número de otros usuarios que la usen que están en la misma red.

La segunda medida de tamaño es la que viene dada por la frecuencia e intensidad de esas relaciones entre los nudos. En definitiva, sería lo que en términos de comercio minorista llamaríamos la anchura y la profundidad de surtido. Hay empresas que maximizan sus beneficios vendiendo el mayor número posible de productos de una categoría (la anchura de surtido), y otras que lo hacen vendiendo la mayor variedad de referencias (en talla, género, color, sabores, tipos, ...) de un determinado producto. Es lo que se llama la profundidad de surtido. La lengua puede tener también esas dos capacidades, esas dos ganancias asociadas a su carácter de red. Cantidad de nudos e intensidad de relación entre los nudos

En definitiva, hemos visto una serie de factores que influyen significativamente, tanto en el aumento del comercio bilateral entre dos países como en la inversión directa. De esos factores muchos están influidos por la lengua (la lengua compartida, la distancia cultural, los lazos históricos y la afinidad, las relaciones personales, incluso el marco legal e institucional o el nivel de educación), y otros, lógicamente no, como la distancia geográfica. Pero todos los que hemos descrito tienen su peso, y su peso cuantificado y significativo. Fijemos eso en nuestra memoria para recordarlo en el último capítulo del presente ensayo.

De esas tres ganancias que se obtienen (*genera externalidades/factor multiplicativo, reduce costes de transacción y amortigua las distancias*) hemos visto y argumentado cómo actúa la lengua de manera global entre mercados o países. Es ahora el momento de considerar estas ganancias centrándonos en las que son propias del mundo empresarial: cómo reduce los costes de transacción, y cómo aumenta las externalidades en relación con las empresas, y cómo es, además, un intangible empresarial y un factor de internacionalización de las empresas.

2.3. La lengua en la operatoria comercial e inversora internacional de las empresas.

Fundamentar el papel que la lengua tiene en los procesos de internacionalización de la empresa, y cómo reduce los costes y aumenta las transacciones obligará, por una parte, a una serie de explicaciones teóricas, y posteriormente acompañarlas de los principales estudios empíricos que, en la literatura internacional, han tratado de medir esa influencia.

El año 1989 es un año que quizás mucha gente recuerde por la gran relevancia política que tuvo: la caída del muro de Berlín. Mayores dudas tengo que ese año tenga una importancia económica semejante en el imaginario global. Sin embargo, la tiene. Es justo el momento en que el presidente chino, Den Xiaoping, pronuncia aquella famosa frase, «no importa de qué raza sea el gato, lo que importa es que cace ratones». Y es precisamente en ese año que China empieza la segunda fase de la reforma económica que había iniciado a finales de los 70, ante la evidencia de que el sistema no funcionaba. Es verdad que el inicio de la reforma fue alrededor de 1978, pero esa primera fase fue muy parca. Implicaba la privatización de la agricultura solo a nivel minifundista, la apertura del país muy limitada a la inversión extranjera (una empresa española ALSA fue de las primeras en aparecer por

aquellos lares), y el permiso a pequeños emprendedores a crear microempresas. Pero el impacto fue muy reducido. La segunda fase de la reforma es la que se inicia en 1989 e implicaba cambios de gran calado, no solo para China sino para el resto del mundo. Esta fase ya implicaba la privatización de la mayor parte de la gran industria estatizada, el levantamiento del control de precios y la entrada a un sistema de oferta y demanda, el fin de las políticas proteccionistas y de las infinitas regulaciones, aunque ciertos monopolios han permanecido y las empresas extranjeras no son libres de actuar en aquel mercado, ya que se les ponen determinadas restricciones. En definitiva, se acababa una economía dirigida y se sustituía por una de cuasi libre mercado.

Pero lo que más importa de todo ese proceso es el cambio que produjo a nivel internacional, por el propio peso de China en el escenario mundial. Ello también tuvo como consecuencia, que llevó a que otros países siguieran un camino semejante, y se unieran al comercio mundial del que prácticamente en aquel momento sólo formaban parte Norteamérica, Europa Occidental, Japón y un reducido número de países. En los últimos 30 años se ha registrado una serie de cambios profundos en los mercados internacionales, como nunca anteriormente los habíamos vivido, y se ha logrado un nivel de interdependencia a nivel global jamás visto. La tan traída y llevada globalización.

Y eso ha llevado a que el proceso de internacionalización de las empresas se haya hecho muy común. Eso sí, hablamos aquí no de comerciar con el exterior de manera puntual, sino que la internacionalización comienza en el mismo momento en que el mercado exterior empieza a ser parte de más del 50% de las ventas de una empresa y, sobre todo, empieza a ser el referente en la toma de decisiones estratégicas.

Y aunque es cierto que ha habido una cierta democratización del negocio internacional, que ha pasado a abarcar a un mayor número de empresas, todavía no abarca a muchas empresas, en especial en España. Es algo que sólo está al alcance de un grupo más o menos amplio, pero bastante selectivo. La mayoría, por no decir todas, de las grandes empresas están internacionalizadas, mientras que sólo algunas de las pequeñas y medianas lo están. Esto es así porque existen unos costes asociados al proceso, algunos irrecuperables, y una reserva mínima de recursos que no todas las empresas poseen. La segunda realidad es que la empresa internacionalizada suele tener mayor productividad, mayor innovación y mejor capital humano. Y ese proceso de internacionalización tiene fórmulas institucionales muy diversas, y, en cada una de ellas, la lengua juega un papel diferente pero esencial.

Para hablar de ello pongamos el ejemplo de España. Es evidente que la lengua no fue la que hizo que las empresas españolas decidieran internacionalizarse. Sencillamente con la entrada en la Comunidad Económica Europea en 1986, se les abrió a todas las empresas españolas un enorme mercado libre de cualquier arancel, lo cual multiplicaba por siete el total de potenciales consumidores que tenían en aquel momento. La internacionalización empresarial y apertura de la economía española, bien es cierto, no sólo vino por esa incorporación a la CEE, sino también por unas condiciones favorables, de madurez económica y liberalización, que no fueron, en cualquier caso, fáciles de lograr. Esa madurez económica y liberalización a L/P eran positivas, pero a C/P hubo que dejar muchos sectores por el camino.

Es cierto, que a quien más favoreció ese proceso fue a las grandes empresas españolas que en el curso de los decenios de 1980, y sobre todo 1990, se beneficiaron de unas condiciones muy favorables. Empresas de sectores regulados, y que habían sido objeto de liberalización, como parte del acuerdo con la C.E.E., y ante la libre competencia que venía de Europa, tuvieron que definitivamente ampliar su mercado si querían competir e incluso sobrevivir. La verdad, hay que decirlo todo, eso coincidió justo en el momento en que los mercados de distintos países de América Latina también se estaban abriendo, algo que, además, era familiar para las empresas españolas, las cuales estaban pasando rápidamente de mercados fuertemente regulados a desregulados. A eso se añade que desde América Latina se facilitó enormemente la entrada de capital extranjero, y más si era español, y que la presencia de Estados Unidos justo en ese momento se estaba reduciendo en América Latina, para aumentar en China. Es decir, el viento de cola fue extremadamente favorable para la internacionalización.

Aunque la lengua no fue una variable determinante para internacionalizarse, sí que fue clave en otro sentido, hacia dónde orientar esa internacionalización, es decir, dónde podían aprovechar mejor las ventajas competitivas. Y lo hicieron, primero, hacia Europa, porque había una libre circulación de mercancías, y, dentro de Europa, fundamentalmente en aquellos mercados culturalmente similares y, en segundo lugar, hacia Latinoamérica por la lengua y las similitudes culturales. Y estas empresas no lograron en América Latina esa rápida expansión porque poseyeran una tecnología rompedora, o unos activos de marca brutales con respecto a otras empresas europeas, sino gracias a otro tipo de activos intangibles: «organizativos, directivos, de ejecución de proyectos, de mejores capacidades de mediación y negociación, de superiores habilidades para llegar al consumidor final, de más cercanas habilidades políticas y de más efectivas capacidades de formación de redes». Todos ellos relacionados con la lengua. Así lo comentan en su libro Guillén y García-Canal (2010). Algunas empresas europeas lo intentaron, pero no pudieron competir con las españolas. La ventaja de la lengua era demasiado determinante.

De hecho, muchos autores (Welch, Welch y Marchan-Piekkari, 2001) comentan que la lengua, aunque siempre importante en la internacionalización de las empresas, es absolutamente decisiva en sus etapas iniciales. Saltar esa frontera lingüística no es fácil porque se hace necesario, tanto hablar la lengua de destino, como imponer una lengua corporativa con todas las consecuencias que ello tiene, como alterar los flujos de comunicación, de información o de conocimiento entre la sede central y las filiales, e incluso entre los empleados de una misma filial. Lo veremos más adelante en detalle. En cualquier caso, si se quiere ser global, la aspiración de cualquier empresa ha de ser la de atravesar esa frontera lingüística. Y la de utilizar una lengua lo más global posible. Por tanto, tener una lengua global o internacional es claramente una ventaja competitiva. Es curioso, además, resaltar que según Selmier y Lien y Oh, (2011) hay determinadas lenguas que tienen más altos costes de transacción que otras, como, por ejemplo, el español y el árabe.

De momento, lo que cabe destacar es que la lengua es un factor fundamental a la hora de modelar el proceso de internacionalización y es claramente un activo intangible y, por tanto, una ventaja competitiva.

Pero no sólo influye en la internacionalización empresarial a nivel comercial, sino que influye en el grado en el que se hace la IDE (la inversión directa extranjera). Un interesante trabajo de Demirbag, Glaister y Tatoglu (2007) nos da la clave cuando dice que «la mayor distancia lingüística entre los países de origen y de destino influirá en la decisión acerca del modo de entrada de las empresas». Es decir, que a mayor distancia lingüística es más probable que el inversor exterior prefiera entrar no comprando la empresa entera, sino haciendo inversiones parciales sobre determinadas empresas. Lo cual, en un estudio de Vidal-Suárez y Lopez-Duarte (2013), se probó como absolutamente cierto para las grandes empresas españolas cotizadas en bolsa. Fueron las que invirtieron en el exterior entre 1989 y 2003. Hay una fuerte evidencia de que la lengua común favorece la plena propiedad de una empresa en el extranjero. Y es absolutamente clave en aquellas empresas de sectores en los que la lengua es la materia prima, como puede ser el de las telecomunicaciones, como queda demostrado en la tesis doctoral de Julio Navío (2012). El español ha facilitado muchas fusiones y adquisiciones, además de servir de ayudante en la difícil tarea de hacer de coach de las empresas locales.

Parece ya probado que los costes de transacción son menores cuando la empresa opera en mercados que comparten la misma lengua, y tiene dos consecuencias importantes. Primero, facilita que la empresa adopte la decisión de internacionalizarse, y, por tanto, crea externalidades de red en esos mercados, ya que los considera más afines. Y, segundo, que la opción escogida para hacerlo dependa de cómo actúa la lengua en esos mercados sobre los costes: los de mercado (la identificación de socios, la definición y redacción de obligaciones contractuales, su negociación, ...) y los internos de la empresa (la coordinación de tareas, supervisión, la toma de decisiones, ...). Y cambia, también, el modo en que se hace la inversión extranjera en el país de destino.

Esa ventaja de la localización es especialmente importante para aquellas empresas que deben de estar en contante relación con las autoridades de aquel país o para aquellas empresas de consumo que están en constante relación con el consumidor final.

Como bien resumen J. L. García Delgado, J. A. Alonso y J. C. Jiménez (2016) en su libro *Lengua, empresa y mercado. ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?* «En suma, además de incidir sobre los costes de transacción, incluidos los de internacionalización, la lengua puede modular las ventajas de localización atribuidas a un determinado mercado. Ambos hechos explican que la comunidad de lengua opere como un factor multiplicador de las transacciones internacionales». Externalidades de red, en suma.

Es por ello, que la lengua es un factor de primer orden en la internacionalización de la empresa porque:

- reduce los costes de transacción y los costes hundidos (los no recuperables) asociados a la presencia y conquista de ese mercado
- potencia las ventajas de la empresa respecto a otros competidores que no tienen esa cualidad, ese recurso
- reduce la percepción del riesgo haciendo que las decisiones empresariales sean mejores.

A modo de resumen la lengua común mejora el conocimiento de ciertos mercados exteriores, reduce la distancia psicológica y cultural haciéndolos más atractivos para la entrada de los productos y además es un valioso intangible para tomar la decisión de empezar a internacionalizarse, de cómo invertir, de cómo moverse en el mercado de destino, y de cómo dirigir la empresa interiormente, lo que veremos a continuación.

2.4. La lengua como activo interno empresarial

Hemos resumido en el capítulo anterior que la lengua es un factor, que quizás no sea siempre de primer orden, pero que tiene un impacto en la decisión empresarial de internacionalizarse tanto de cómo hacerlo, como de dónde, y en las transacciones externas de la firma. ¿Y en las decisiones y transacciones internas? Parece lógico pensar que también, y que actúa, por tanto, como un activo empresarial, porque es un reductor de la distancia interna dentro de las compañías. Y un elemento de esos que decimos que produce externalidades que afecta a la productividad de la empresa.

Y aquí hay diversas ventajas que deben ser enumeradas:

1º) ahorro en la redundancia de la comunicación. Aunque se hable bastante bien la segunda lengua, ya que la pragmática de la lengua es algo bastante difícil de alcanzar.

2º) facilita la rapidez de la comunicación, ya que, si la lengua no es la nativa, se tiende más a utilizar el correo que la comunicación oral.

3º) ahorro de cambio de código, la irritación que se produce cuando empleados tienden a utilizar su lengua de origen, en vez de la corporativa, en presencia de individuos que sólo hablan la corporativa, y, por tanto, a crear sectas internas.

Las soluciones que han adoptado diversas empresas en este sentido son variadas, desde la adopción de una lengua corporativa compartida (aunque sea distinta de la lengua de origen de la empresa), la utilización de traductores o intérpretes, o, la más común, que es la formación o contratación del personal de la compañía en la lengua de origen. Lo cual se realiza con empleados bilingües o con expatriados desde la sede central a la filial o expatriados de las filiales a la sede central o directivos no nativos contratados localmente y con redes de información paralela.

Conviene añadir, como corolario final, aquellos estudios como el de Luo y Shenkar (2006) que conciben a las empresas multinacionales como “comunidades multilingües” en las que la lengua corporativa es escogida como parte de la estrategia de una forma muy deliberada y consciente. En palabras de Fredriksson et ál (2006) «las múltiples fuerzas que coexisten dentro de una empresa multinacional favorecen, por un lado, el uso de una lengua corporativa común, y, por otro, el uso en paralelo de lenguas locales».

Como Luo y Shenkar dicen: «la lengua afecta, al control, a la estrategia y en los resultados. Al control porque afecta a la circulación de la información. Con respecto a la estrategia afecta a que si usas una lengua local estás más adaptado a lo local, pero si usas un idioma de la sede central la capacidad de colaboración a nivel organizativo es mayor. E influye en los resultados porque la información fluye más rápido, de manera más eficaz,

reduce los costes de coordinación, permite captar sinergias más rápidamente, y transfiere parte de la innovación y de la creación de valor a las filiales».

Especialmente relevante es el estudio que hicieron Rebecca Marschan-Piekkari y Denice y Lawrence Welch (1999^a, 2001,) sobre el impacto de la lengua en la estructura, el poder y la comunicación dentro de una empresa, y dos son las conclusiones relevantes: primero, que la lengua impone su propio flujo de comunicación y de redes personales, influyendo en la manera y la amplitud de gestionar la empresa, y, segundo, que la lengua es utilizada como lengua informal de poder e influencia dentro de la empresa. Porque a pesar de que el inglés sea la lengua de referencia en los negocios, y está muy globalizada en las empresas, gran parte de la comunicación internacional, entre unidades de la empresa y empresas externas, seguirá dependiendo de las interconexiones personales, y estas seguirán dependiendo de la lengua.

Por tanto, esa diversidad lingüística de las empresas es algo que debiera ser “organizado” (Janssens et ál, 2004) o “gestionado” (Feely y Harzing, 2003), y ser parte de los planes estratégicos de las empresas, y de los modos organizativos y de gestión de las empresas. Como dice Krishna S. Dir (2005) las empresas deberían empezar a pensar en las lenguas como “cartera de activos intangibles” del mismo modo en que lo hacen cuando hablan de la marca o toman sus decisiones estratégicas o tácticas basándose en el poder de la marca.

Como resumen, comentar un par de frases del libro *Lengua, empresa y mercado. ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?* J. L. García Delgado, J. A. Alonso y J. C. Jiménez: «...la lengua desempeña -dice- un papel fundamental en la formación de la cultura organizativa de la empresa a través de su función en la creación y aplicación del conocimiento, los flujos de información y el funcionamiento de la organización».

2.5. Conclusiones

Como conclusiones de este capítulo podríamos decir que la lengua tiene un trasfondo económico que podríamos dividir en tres aspectos: su propio peso económico en la economía en todas las actividades que directa o indirectamente están relacionadas con lengua, un premio económico por utilizar la misma y un efecto palanca multiplicador sobre las actividades económicas que se circunscribe, tanto a los efectos que produce cuando dos agentes económicos de distintos países entran en contacto, como cuando lo hacen dos países con economías de lenguas compartidas.. Todo ello produce efectos también tanto en el comercio bilateral entre países y su nivel de inversión directa extranjera, como en la internacionalización de las empresas, y en la utilización de la misma lengua dentro de las empresas. Todos ellos efectos positivos. Es ese efecto palanca, el de valor diferencial respecto a otras lenguas y otros factores, el que más nos interesa tanto por lo que lo diferencia de otras lenguas, como por su carácter multiplicador (“palanca”) expansivo, y por su capacidad de reductor de costes.

Ese efecto palanca produce ahorros de costes, tanto de transacción como hundidos, acercamiento de la distancia psicológica y cultural, con el consiguiente ahorro de costes, y modula las ventajas de localización atribuidas a un determinado mercado. Pero incluso

hemos visto el impacto que tiene a nivel interno empresarial que debería hacer incluso que las empresas incluyesen entre sus activos intangibles, además de la marca, las lenguas que habla la empresa. Están cuantificados cada uno de esos impactos, y son factores que, en modo alguno, puede ser secundarios en la toma de decisiones de dónde internacionalizarse, y qué efectos produce sobre los agentes económicos que entran en contacto. Tampoco es menos importante el aspecto que tiene la lengua como premio profesional o marcador social, haciendo que esto tenga impactos también sobre la economía, y sobre el desarrollo de las empresas e individuos. Esto lo tocaremos el capítulo IV.

Hemos hecho una primera aproximación en lo que respecta al efecto de la lengua sobre la economía. Creo que merecería la pena que este mismo tema lo tratáramos de una manera más concreta con respecto al español. Averiguar en países de habla española el impacto que supone o ha supuesto para sus economías y para sus empresas y habitantes. Algo hemos nombrado en el capítulo anterior, pero de manera muy breve. Especial hincapié haremos sobre el impacto que ha tenido sobre la economía española, y sobre el desarrollo de las empresas multinacionales españolas. Y cómo creemos que podemos seguir aprovechando la lengua en el futuro y que las empresas latinas lo hagan también.

III. PAPEL E IMPORTANCIA DEL ESPAÑOL EN LA ECONOMÍA

3.1. Poder de compra del español. Valor económico del español. ¿Dónde?

Vamos a delimitar, de alguna manera, el valor que tiene el español, aunque lo hemos nombrado en el capítulo anterior. ¿Cuánto pesa este boxeador? ¿En qué categoría está? Además de delimitarlo, habrá que ver dónde está concentrado.

El conjunto de los 550 millones de hispanohablantes tiene una capacidad de compra, a tenor de las rentas per cápita por país, que representa un 10% del PIB mundial. Con respecto a España aporta aproximadamente el 16% del valor del PIB y del empleo en España. Y las industrias culturales en España suponen el 3% de tal PIB.

Este es el peso del español. ¿Y qué ocurre con el segundo de los aspectos que son relevantes en una lengua: el efecto palanca? Lo que claramente es el valor diferencial. Lo iremos desgranando a lo largo del capítulo, en el epígrafe dos, pero vamos a ir anticipando los resultados: primero, el español tiene la capacidad de multiplicar por \$ los intercambios comerciales entre los países hispanohablantes y, segundo, lo que es más importante, tiene la capacidad para multiplicar por 7 los flujos de inversión directa.

Es ahí donde reside la fuerza del español, es en ese efecto palanca donde habrá que incidir más sobre todo desde los territorios que en los que la renta per cápita es más alta. Esto es así porque el efecto multiplicador por 7 de la inversión directa es superior al factor multiplicador por 4 del comercial bilateral. Y la inversión directa generalmente se produce en mayor medida desde las economías más potentes.

De este valor del español, 10% del PIB mundial sí que nos interesa ver cómo está dividido ese peso. ¿Cómo se reparte? ¿Dónde está? Es decir, ese PIB que estaría en torno a los 7,5/8 billones de \$, ¿cuánto pertenece a cada país? ¿Quién es la economía más potente? Y aquí podemos llevarnos una sorpresa porque aunque durante los últimos 60/70 años el PIB más potente del orbe hispano ha sido el de España (de hecho, lo ha sido siempre salvo en el breve período que va de 1939 a 1960), según el *First Annual LDC U.S. Latino GDP Report, September 2019* del Center for Economic Research & Forecasting, California Lutheran University en colaboración con la Universidad de California, que incluye numerosos datos del FMI y del U.S. Bureau of Census y de la Oficina de Comercio norteamericana (Gráfico 1 página 34), la economía más potente del orbe hispano actualmente sería la comunidad latina de los Estados Unidos, que tendría un PIB equivalente a unos 2,3 billones de \$. Es decir, sería prácticamente equivalente a la economía de Francia o la del Reino Unido a cierre de año 2017. Justo por detrás de esa economía en el orbe hispano tendríamos la economía de España, luego la de México, y posteriormente la de Argentina y Colombia. Evidentemente estos datos hay que tomarlos con prudencia, ya que la comunidad latina de Estados Unidos no es un país en sí mismo y, sobre todo, no es en absoluto toda bilingüe ni utiliza el idioma habitualmente para comunicarse en un entorno de negocios. Esto hay que tenerlo en cuenta cuando hablamos del PIB del español. Pero ¿y si lo hiciera, si utilizase el español como lengua de negocios en el futuro con los países más punteros del orbe hispano como México, España, Colombia, ... e incluso entre sí como lo hacen los cubanos de Miami? ¿Podríamos

ya considerarlo parte definitivo de ese PIB del español? Sólo entonces yo creo que deberíamos considerarlo así.

Alguien se preguntará que cómo es posible que eso haya ocurrido. Casi podríamos retrotraernos hace 30 años (principios de los 90) cuando la presencia hispana en Estados Unidos no era tan relevante como ahora. El porcentaje de latinos en 1960 era el 6% de la población (Pew Hispanic Center), siendo el 9% de la nacida fuera de Estados Unidos, lo cual se mantuvo bastante estable las siguientes dos décadas. En 1980 la población era de 14,8 millones, 6,5% de la población. Fue en la década de los 80 con un crecimiento del 35% en población y en los 90 con crecimientos del 40% (por un 10% del resto de población) cuando ese crecimiento se hace exponencial pasando a ser el 12% de la población estadounidense en el 2000 y casi el 18% en 2015. En 2000, su PIB era de 495 000 millones de \$. (The Hispanic Council, datos del Selig Center), y por primera vez ya superaba al de México. Pero no vayamos tan lejos, en 2006, hace casi 15 años, había unos 43 millones de hispanos en Estados Unidos y su PIB era de 798 000 millones (un 5,9% del PIB estadounidense) de \$. En una estimación alternativa se hablaba ya de 1,031 billones de \$, alrededor del 7,7% del PIB americano. EL PIB de España de 2006 era de 1,003 billones de euros (1,259 billones de \$) y el de 2008 era de 1,109 billones de euros (1,641 billones de dólares a tipo de cambio de 2008) (World Bank, 2019). Entonces ¿qué ha pasado en estos últimos 15 años? Nos encontramos con que España tiene en 2017 un PIB de 1,162 billones de euros (1,317 billones de \$) y la comunidad latina de Estados Unidos tiene un PIB de 2,350 billones de \$. ¿Cómo es posible que una economía que era bastante inferior a la española antes de la crisis ahora sea casi un 80 % superior en tan corto período de tiempo?

Los motivos son varios y podemos resumirlos en tres. Primero, el efecto del tipo de cambio dólar/euro. En segundo lugar, Estados Unidos ha salido mucho mejor parada después de la Gran Recesión del 2008 que la Unión Europea. Lo dicen muchos economistas, pero además lo demuestran los resultados. El PIB de la Unión Europea en 2007 era de 14,707 billones de \$ a cambio actual). En 2017 era de 14,701 billones de \$ (World Bank, 2019). Prácticamente se tardó una década en recuperar los niveles precrisis. El PIB de USA en 2007 era de 14,45 billones de \$ mientras que en 2017 era de 19,49 billones de \$ (World Bank, 2019). Es decir, se ha pasado de una situación prácticamente pareja a una diferencia del +32 % a favor de los estadounidenses con una renta per cápita un 60% superior a la europea de media.

Las razones son varias, y no las vamos a explicar aquí con detalle, pero la diferente naturaleza de Estados Unidos como país, y de la Unión Europea como simple unión económica ha influido mucho. Estados Unidos realizó una reestructuración bancaria y una política monetaria más agresiva desde un principio, lo que a Europa le costó Dios y ayuda como se suele decir popularmente. Por otra parte, USA usó una política fiscal de peso desde el inicio de la crisis, sin embargo, la Unión Europea no es una unión fiscal (no tiene un presupuesto fiscal y la deuda no se mutualiza). Además de ello, no dispone de una lengua común, por lo que el ajuste interno a todos los niveles es más difícil. Ni existe una unión bancaria, ni se solidariza la deuda de todos, ni se utiliza el dinero de todos discrecionalmente, ni la fuerza laboral puede moverse fácilmente de un estado a otro. Europa prácticamente sólo hizo uso de la política monetaria a través del BCE (lo que fue determinante y su auténtico salvavidas para los países del sur), a pesar de la oposición de los países del norte de Europa. Los mecanismos de rescate monetarios llegaron, pero no fueron ni mucho menos inmediatos,

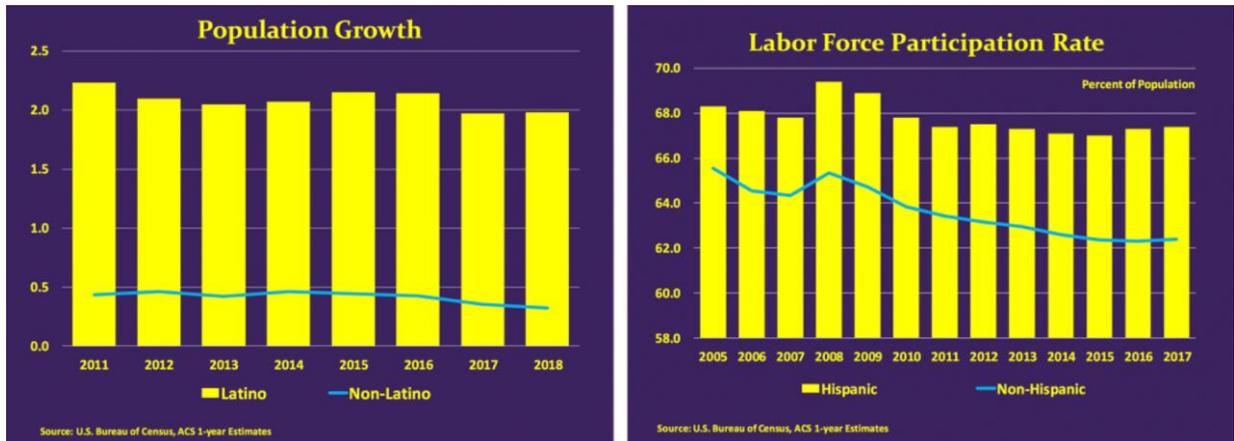
los fiscales especialmente tarde. En cualquier caso, no es el tema de este trabajo. Sencillamente tiene una consecuencia: si perteneces a una economía que ha salido bastante mejor parada de la crisis, pues lógicamente vas a avanzar más rápido, y esto es lo que le ha pasado a la comunidad latina de los Estados Unidos con respecto a España. Y, por supuesto, eso ayudado por un dinamismo digno de admiración de la comunidad latina en Estados Unidos, como veremos en el último capítulo de este ensayo, y que es claramente el tercer factor que ha hecho posible este cambio.

Como digo, y esto lo veremos en el capítulo del español de América, la economía de la comunidad latina de Estados Unidos ha tenido un dinamismo que no ha tenido la de España en dos sentidos: **primero**, desde el punto de vista demográfico (gráfico 3), y, **segundo**, a través de la elevación de la renta per cápita, y no sólo porque Estados Unidos creciera más que la Unión Europea sino también por el mayor dinamismo de esa comunidad, especialmente a través de una mayor participación en el mercado de trabajo (gráfico 4) y de una mayor productividad de trabajo, como veremos más adelante. Veámoslo a través de unos gráficos.

Gráficos 1 y 2



Gráficos 3 y 4



Resumiendo, el 75% del poder de compra del español hoy por hoy se concentra entre México, USA y España. Ahí está ni más ni menos. Y esta concentración del peso no es algo

que debería pasar desapercibido. El futuro de la fuerza económica del español tanto a nivel de peso como de palanca está en esos 235 millones de habitantes y especialmente, a nivel de palanca, en los hispanos de Estados Unidos. Esa capacidad de palanca viene dada, por una parte, por el dinamismo de esa comunidad y, por, otra parte, por los lazos culturales y familiares de esos hispanos con sus respectivos países de origen, y por su poder económico creciente. Sencillamente el otro 60% de la población hispana sólo pesa un 25% en el total de compra. Deberíamos tener esto muy muy en cuenta tanto en nuestras políticas lingüísticas como incluso en nuestras relaciones comerciales, e incluso yo diría diplomáticas en los próximos años. He discutido muchas veces con bastante gente si el inglés se convirtió en la lengua mundial por la influencia del Reino Unido a través de su imperio o por el poder político, económico y científico de los Estados Unidos a nivel mundial. Para mí la respuesta está clara y posiblemente para la mayoría también. Sin embargo, probablemente los ingleses siguen pensando que fue gracias a ellos, y he comprobado que les duele especialmente que se les diga que fue gracias a Estados Unidos. Quizá el destino futuro del español esté más en Estados Unidos que en el resto de los países que hablamos español. Aunque nos duela.

Respecto al dinamismo de esa sociedad, sólo quiero dar algunos datos, aunque me extenderé más en el Capítulo IV, el español en América. Esos datos están extraídos del informe que mencioné anteriormente. De todas las grandes economías, es la 3ª que ha tenido un desarrollo más acelerado en los últimos 7 años (2010-2017) (gráfico 2), sólo por detrás de las tasas de crecimiento de China y de India. Así mismo, sería la economía entre las desarrolladas que creció más rápidamente. Esto viene dado por dos factores: a) su dinamismo demográfico (crece 6 veces más rápido), superior al de la parte no hispánica de los Estados Unidos, y b) su mayor incorporación al mercado de trabajo. Mayor incorporación que se produce por, primero, una población laboral cada vez más grande y joven, y, segundo, por una mayor incorporación de la mujer al mercado laboral. Por otra parte, entre 2014 y 2016, el número de empresas de propiedad latina creció en un 22 por ciento, en comparación con un crecimiento de sólo el 6 por ciento en el número de empresas no latinas en los Estados Unidos. En 2016, las empresas de propiedad latina empleaban a casi tres millones de personas. El mismo informe de esas dos universidades dice en su «Executive Summary», lo siguiente:

«El consumo personal fue el principal contribuyente al rápido crecimiento del PIB de los latinos de 2010 a 2017. Al comparar las tasas de crecimiento anual compuesto, el consumo real de los latinos creció un 72 por ciento más rápido que el consumo de los no latinos durante ese período.»

» Existen importantes impulsores demográficos del PIB latino. Dos que se destacan son el crecimiento de la población y la participación en la fuerza laboral. El crecimiento de la población entre los latinos de EE.UU. es actualmente seis veces más rápido que el crecimiento de la población entre los no latinos. Los latinos, incluyendo tanto a los individuos nacidos en EE.UU. como a los inmigrantes, son significativamente más propensos a trabajar activamente o a buscar trabajo que los no latinos. La participación en la fuerza laboral de los latinos de EE.UU. (LFP) es del 67,4 por ciento, cinco puntos porcentuales más alta que la de los no latinos. A pesar de ser sólo el 18 por ciento de la población de los EE.UU., los latinos son responsables del 82 por ciento del crecimiento de la fuerza laboral de los EE.UU. desde la crisis financiera.»

» La importancia del crecimiento de la fuerza de trabajo no puede ser exagerada. Según los economistas de la Reserva Federal, se prevé que el número de personas que se jubilan en los EE.UU.

aumente más del 15 por ciento en los próximos tres años. La tasa de jubilación alcanzará su punto máximo en 2022 con aproximadamente 345 000 personas que se jubilan cada mes.

» De acuerdo con la contabilidad tradicional de crecimiento, los Estados Unidos necesita agregar más de 300 000 empleos por mes para mantener su tasa de crecimiento promedio histórico posterior a la Segunda Guerra Mundial. Combinado con la pérdida anticipada de casi 350 000 trabajadores por mes debido a la jubilación, los Estados Unidos necesitarán cerca de 650 000 nuevos trabajadores que ingresen a la fuerza laboral cada mes, u 8 millones de nuevos trabajadores agregados cada año, para mantener su posición dominante en la economía mundial y cumplir con los compromisos asumidos con los jubilados del país. En otras palabras, los EE.UU. se enfrenta a una peligrosa escasez de trabajadores. Afortunadamente, los latinos ya están en camino de rescatar a los EE.UU. de esta bomba de tiempo demográfica.

» Los datos también muestran que los latinos tienen un fuerte perfil de salud. No sólo se espera que vivan más tiempo (con menores tasas de mortalidad por causas múltiples), sino que también practican hábitos saludables. Desde una perspectiva económica, apoyar a este grupo demográfico es una inversión clave para controlar los costos de la atención médica y para el crecimiento de la economía de los Estados Unidos en general.

»Dado el fuerte perfil de salud, el robusto crecimiento de la población y la alta participación de la fuerza laboral latina que se detalla aquí, junto con los fuertes aumentos en los logros educativos y el crecimiento de los ingresos y el consumo personal entre los latinos, esperamos que la prima de crecimiento económico que disfrutaban los latinos en relación con los no latinos en los EE.UU.»

Pero además pongamos algo en comparación. Las economías con las que más comercia España son las cuatro más grandes de la Unión Europea más Portugal. Ahí se nos van el 48,2% de nuestras exportaciones y son un mercado potencial de 288 millones de habitantes con un PIB total acumulado de 11,537 billones de \$. Si excluimos al Reino Unido que pronto saldrá de la Unión Europea, ese mercado potencial con el que más comercia España suma unos 8,794 billones de \$. Antes habíamos hablado de que el mercado potencial del español rondaba los 8,000 billones de \$. Pero si a eso le sumamos Brasil que es un mercado que tiene la posibilidad de hacerse potencialmente bilingüe, y tiene unas relaciones culturales y económicas casi iguales que el resto de Hispanoamérica, tanto con España como con los restantes países del orbe hispano, ese PIB potencial cercano al español estaría por encima del que depende de la Unión Europea.

Todo ello es algo que no debería pasar desapercibido, y que siento que debería ser tenido en cuenta. Fundamentalmente debido a dos razones; primero, no parece que la Unión Europea termine siendo nada más de lo que es hoy, una unión económica y una unión monetaria, y, segundo, las relaciones entre Estados Unidos, España y Latinoamérica pueden cambiar a raíz de los innumerables acuerdos de libre comercio que han firmado entre ellos recientemente. Estados Unidos con Latinoamérica (es el área del mundo con la cual Estados Unidos tiene actualmente más acuerdos) y esta con la Unión Europea, a raíz de la firma del reciente acuerdo entre Mercosur y la Unión Europea en julio de 2019, y que entró en vigor en enero de este año 2020. Esos acuerdos pueden cambiar correlaciones de fuerza en poco tiempo. Por otra parte, se me antoja más difícil, por pura intuición, que podamos seguir aumentando nuestra cuota de mercado de venta de productos en la Unión Europea después ya de 35 años comerciando libremente, mientras que el potencial que podemos tener en Latinoamérica o Estados Unidos es infinitamente mayor. Cierto es que la distancia es un

obstáculo (aunque cada día menos con el acortamiento futuro de los viajes en avión y los precios a la baja del transporte de carga aéreo), y ya vimos qué relación tenía comparándola con otras variables como la lengua dónde su influencia no era tan determinante.

Para cerrar este epígrafe, sí que me gustaría comentar algo más sobre el peso de la lengua en la economía. Dos de los miembros del equipo de Martín Municio (2003), Francisco Girón y Agustín Cañada, han revisado algunos datos de aquel trabajo en su libro, *Las cuentas del español, 2009*, y confirman las estimaciones del español en el PIB.

Y en síntesis dicen que entre 2000 y 2007 el valor económico del español pasó de un 14,6% en el PIB español a un 15,6%. Así mismo, determinan que ningún otro sector tuvo semejante incremento en el peso del PIB y que en términos porcentuales eso significó un aumento de más del 40% en esos primeros años del siglo. Las cifras en empleo fueron aún mayores, porque se pasó del 15% del empleo total a un 16,2%. Nuestro factor fundamental de crecimiento reciente ha estado marcado por nuestra pertenencia a la Unión Europea, y la economía de la lengua española ha subido su valor en el PIB un punto porcentual. Yo me pregunto qué ocurriría si además estuviéramos más anclados y con más relaciones comerciales con los países que tienen hablantes hispanos. ¿Cuánto podría ser el peso de la lengua en el PIB? Tenemos mucho que ganar tanto en peso como en palanca.

Tenemos como tres patas de una silla. Los latinos de Estados Unidos computan alrededor de unos 2,3 billones de \$, la economía de España de 1,45 millones de \$ y la economía del resto de países hispanos (evidentemente sin Brasil) que suma 3,69 millones de \$. Es decir, podemos tener dos cabezas tractoras desarrolladas que hagan de palanca (que sumarían el 50% del orbe de la economía que habla español), y “desarrolle” el otro 50% en el que la lengua podría ser factor decisivo. Eso dicen las leyes de gravedad.

Veamos el ejemplo concreto de España tocando tres vectores: el comercio internacional, la inversión directa extranjera de España y la experiencia de las empresas españolas en el exterior. Podremos ver que la economía española ha utilizado la lengua para su desarrollo en Hispanoamérica. Debido al muy diferente potencial de la economía española respecto al resto de economías hispanas, quien más se ha beneficiado de todo ese proceso ha sido España, pero también es cierto que algunas “multilatinas” de Latinoamérica también han sabido aprovechar esa ventaja para crecer y expandirse por el extranjero.

3.2. El español en los flujos económicos internacionales. Comercio internacional. Inversión directa extranjera.

Lo que se pretende en este capítulo ya no es hablar de su valor, de su *peso*, sino de su fuerza, de ese efecto palanca que venimos comentando. Descifrar lo que una lengua común aporta al comercio bilateral entre esos países que la comparten y a los flujos de inversión directa extranjera que genera.

Daremos datos concluyentes al respecto, basándonos en la relativamente amplia bibliografía y las investigaciones hechas. Antes de nada quisiera comentar, como base teórica, que dentro de esas variables que llegan a condicionar el comercio bilateral entre dos países, existen unas que son las de tipo cuantitativo, las mencionadas “dummies”, dicotomía

matemática cero vs uno, (compartir sí o no frontera, religión, antigua relación colonial, pertenecer a un mismo bloque regional) las cuales no plantean mayores problemas, y existen otras que son de tipo cualitativo como la distancia física, cultural, lingüística o institucional entre los países.

Pero antes de abordar esos datos concluyentes de las investigaciones, me gustaría que nos pusiéramos en contexto. El peso de las exportaciones por país a nivel mundial ha cambiado mucho desde 1996. Mientras que en esa época la UE y USA detentaban prácticamente el 66% del comercio exterior mundial, la cifra ha cambiado radicalmente con el paso de los años. La Europa de los 28 detenta ahora el 15,2 de las exportaciones mundiales, USA ha reducido fuertemente su cuota de mercado en las exportaciones mundiales hasta el 10,9% según datos del Parlamento Europeo a cierre del 2018 y China las ha aumentado desde el 3,8% de cuota de mercado del año 1996 de las exportaciones mundiales hasta el 19,6%. Y eso ha cambiado radicalmente las exportaciones mundiales por grupos lingüísticos, mientras que las exportaciones de los países anglófonos se acercaban al 27% mundial en 1996, ha pasado actualmente a una cifra cercana al 15%, por otra parte, las exportaciones de los países que tienen el chino como lengua oficial ha pasado a cifras que superan el 20% y el grupo del español se ha mantenido relativamente estable desde 1996 a 2018 con cifras en torno al 5%.



Pero hay un dato a destacar dentro de esa estabilidad dentro del bloque hispano. Sí que cabe decir que el comercio dentro del bloque hispano ha ido aumentando a lo largo de los años, desde una cifra muy baja en el año 1996 (en torno al 10%) a un 14,5% en el año 2000 y unas cifras que superaban ya el 20% en el año 2008 (CEPAL, 2010). Pero lo que merece la pena destacar dentro del bloque hispano es el ejemplo de España.

En el capítulo anterior veíamos la máxima de las leyes de gravedad del comercio exterior que decía que intensidad y volumen de las relaciones comerciales son directamente proporcionales al tamaño de sus economías e inversamente proporcionales a su distancia geográfica, cultural y lingüística. Veamos qué ha pasado con España en Latinoamérica.

El conjunto de exportaciones a la región en 1996 era de una 4,55%, de un 3,99% en 2007 y de un 5% en 2017 CHELEM (2019). Ha crecido, pero de forma muy lenta,

manteniéndose bastante estables las exportaciones a la UE (en torno al 65%-70%) y a USA con un 4% (actualmente un 4,4%). España en estos años ha basculado sus exportaciones clarísimamente hacia la Unión Europea, a pesar de tener a favor con Latinoamérica su peso económico, su cercanía cultural y su lengua común. Bien es cierto, que es el país de la Unión Europea que mantiene la mejor tasa de cobertura en Latinoamérica en relación con sus compañeros del bloque europeo.

El ejemplo de España puede ser paradigmático porque esta ley no se cumple totalmente y, en principio, no habría sabido o querido aumentar sus exportaciones a la región utilizando la lengua y su mayor peso económico. Merecería una investigación; quizá sea por la distancia geográfica, por la nula experiencia internacional de las empresas españolas en el exterior en el año 1996, quizás por la gran diferencia de renta per cápita con respecto a Latinoamérica o quizás porque el grueso de las exportaciones españolas a la UE ha sido el sector agroalimentario y el textil, en el que América Latina no es débil, mientras que en la Unión Europea sí que eran sectores con gran hueco y proyección para España, o quizás porque la distancia regulatoria o que la calidad institucional era todavía baja, o porque los aranceles en Latinoamérica eran demasiado altos. En cualquier caso, con el acuerdo de libre comercio con el Mercosur del año 2019 la oportunidad para España en sectores en los que ha sabido evolucionar rápidamente en estos últimos 30 años es evidente: energías renovables, bienes de equipo, químico farmacéutico, ...A ver si somos capaces de aprovechar ese potencial con la lengua como recurso primario ahora que van a desaparecer gran parte de los aranceles y que la calidad institucional ha mejorado.

Volviendo al tema central de este epígrafe podemos comentar que en la primera aproximación que se hizo en el *Proyecto Valor Económico del español* de Jiménez y Narbona (2011) ya se trató de explicar el peso de una lengua en los intercambios comerciales y de inversión directa con una pequeña aportación al español. Es en el trabajo de J. L. Delgado, J. A. Alonso y J. C. Jiménez (2015), en su libro *Lengua, empresa y mercado ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?* donde con la utilización de los famosos modelos de gravedad, un panel ampliado de 51 países, una base temporal mucho más amplia y con nuevos conceptos de distancia lingüística, el que nos da unos resultados más claros que ahora enumeraremos. Investigación, por cierto, hecha con 51 países entre ellos España y viendo los flujos comerciales entre España y esos 50 países, 50 países que por otra parte representan el 90% del comercio exterior de España. Creo que el panel es suficientemente significativo. La capacidad explicativa del modelo es muy elevada, de media un 86% de correlación de las variables.

3.2.1. *Flujos comerciales. Relaciones bilaterales*

Los resultados demuestran que en todos los casos el signo esperado de correlación no cambia con respecto a los modelos aplicados con generalidad, y no específicamente al español vistos en el capítulo II.

Todos ellos son datos del libro *Lengua, empresa y mercado* (2016, págs.: 121 a 129 y 210 a 214) Con respecto al comercio internacional estos son los resultados. En este panel

se puede ver que el factor multiplicativo del efecto frontera (compartir frontera), en el caso de España, es de un +100% (+130% en el estudio de Jiménez y Narbona)

Que el factor multiplicativo de pertenecer al mismo espacio económico y concretamente a la Unión Europea, se reduce al +30% (+44% en el estudio de Jiménez y Narbona)

Si nos referimos al factor de compartir variables institucionales comunes, el comercio bilateral aumenta en un +143%

Si hablamos de compartir nuestra lengua común, el español, ese porcentaje sube hasta el +240% (+186% en el estudio de Jiménez y Narbona), y lo que resulta aún más curioso que si se considera la variante *proxy* instrumental del portugués tiene un efecto de estímulo nada, nada desdeñable, de un +96%.

Si consideramos el resto de las variables instrumentales lingüísticas que engloban las culturales el factor del idioma común sería del +99%.

Es decir, que la CNL (common native language) se convierte de lejos en la variable de mayor peso explicativo como determinante de las exportaciones españolas.

3.2.2. Inversión directa extranjera.

Vamos, otra vez, a ponernos un poco en contexto. Los niveles de inversión directa en el extranjero en los países desarrollados han pasado a ser un 85% del total a un 56% en el año 2007 (Jiménez y Narbona, 2011). Los países en desarrollo han ido ganando peso y han pasado del 15% de cuota mundial de recepción de inversión directa del año 1987 al 44% en el año 2008.

De esa inversión directa extranjera, los 4 grupos lingüísticos han visto como su recepción de inversiones extranjeras disminuía su peso relativo a nivel mundial hasta el año 2007. Salvo en el caso de los países anglófonos que seguían manteniendo una cuota de alrededor del 40% mundial. Seguían siendo muy atractivos para invertir. Desde el año 2007 el gran receptor de inversión extranjera ha sido Asia y concretamente China, con unos datos que del total mundial de 1,43 billones de \$, Asia captó un 33% de esa inversión, la mayoría en China. Y como grupo lingüístico su porcentaje en los flujos de inversión directa se mantiene cercano a ese porcentaje de inversión.

Pero mención especial merece el caso de España. De ser un país, durante casi todo el siglo XX, receptor neto de inversiones se convirtió a partir de 1997 en un emisor neto de manera mayoritaria. Inversión que fue exponencialmente alta hasta 2008. Y ¿qué ocurrió aquí? ¿Fue dirigida hacia la Unión Europea como las exportaciones? La realidad demuestra, en este caso, lo contrario. La orientación de los flujos de inversión directa extranjera, de manera mayoritaria, fue hacia Iberoamérica, con una concentración de más del 60% en esa área. Fue especialmente importante en aquellos sectores que la lengua es la materia prima, como las telecomunicaciones, o bien en los que la lengua favorece la gran proximidad y confianza con el consumidor como, por ejemplo, la electricidad, el gas, el agua, la banca, el sector editorial, educativo, ... Para poner en valor ese movimiento, justo en el momento en

que las empresas estadounidenses estaban reduciendo su peso en la región, España, según datos de la UNCTAD invirtió en el período 1992-2003 12 veces más que el promedio de sus tres grandes competidores europeos: Francia, Reino Unido y Alemania. Pero aún fue más abrumador en el período 1997-2007 donde fue 17 veces mayor que esos tres países. De hecho, pasó de no pintar nada en la región a ser el 2º inversor en la región detrás de Estados Unidos (Arahetes y Domonte, 2007). De todas formas, es algo que no tiene parangón en la historia económica en tan corto período de tiempo. Basta sólo un dato, de las 28 mayores empresas europeas con ventas en América Latina, 8 tienen base en España y están a la cabeza del ranking (Javier Santiso, 2008). Y aún hoy esa diferencia de esos dos países es abrumadora sobre el resto. Pero un gran competidor está emergiendo: China.

Y aunque la cuantía es menor, no puede pasar desapercibido que la inversión directa extranjera de los países de América Latina en España supera en dos veces a la que hacen en promedio en los tres países mencionados anteriormente. O sea que la lengua, en este caso, es factor decisivo. Y según varios estudios, fue especialmente importante la lengua, no sólo como materia prima sino como herramienta para transferir estilos de gestión más cercanos y hacer circular la información y el conocimiento de manera más eficaz gracias a la lengua. La realidad de la lengua española confirma lo que de manera general vimos para todas las lenguas en el capítulo 2.

Si usamos este mismo tipo de modelo de gravedad para el caso de los flujos de inversión directa emitida (IDEE) por la economía española en el mismo período (1996-2012) y a los 50 mismos socios comerciales podemos extraer similares conclusiones con respecto a la lengua española.

«La primera conclusión es que todas variables gravitacionales básicas incluidas en la especificación presentan el signo esperado» según comentan los autores.

La segunda conclusión es que los flujos de comercio y de IDE son complementarios, aunque uno va delante del otro con respecto al total de la muestra de países en el caso de España.

Lo que si empieza a quedar claro es que a mayor distancia cultural menor será el nivel de inversión. Hay una correlación en el caso de España.

Con respecto a las variables institucionales se puede observar en el caso español que las que más influyen son primero la calidad institucional del país de destino, y, en segundo lugar, compartir el mismo código y marco legales.

En relación con las variables lingüísticas, se puede apreciar cómo España invierte **15 veces más** en los mercados iberoamericanos que con los restantes países de la muestra.

3.2.3. *La lengua como palanca: el español vs el inglés*

Conviene tocar este punto para poder apreciar la diferente función que el español representa en el condominio hispánico si lo comparamos con la función que el inglés hace dentro del condominio anglosajón. Es decir, los efectos que tiene cada una de las lenguas en los ámbitos en los que son lengua materna.

El libro *Lengua Empresa y Mercado* (Delgado, Alonso, Jiménez, 2016, págs.: 130-137 y 210-214) nos determina que el hecho de compartir un mismo idioma, y añadiendo las variables culturales, aumenta un +132% las exportaciones, pertenecer a un mismo bloque regional un +125% y profesar la misma religión un +62%.

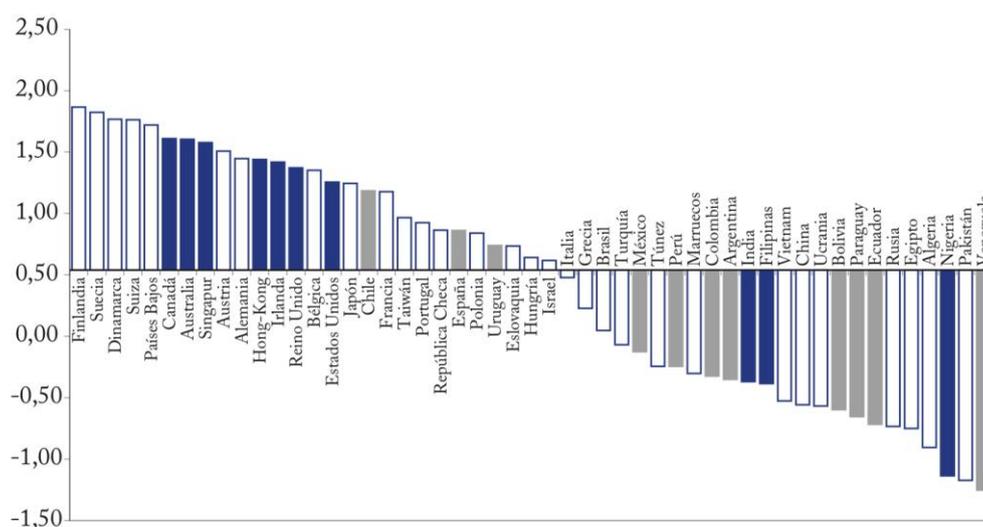
Esos son los datos generales, pero si las exportaciones las circunscribimos dentro del ámbito anglosajón vemos que las exportaciones sólo aumentan un +26% mientras que en el caso del español es de un +320%. Eso no quiere decir que el inglés tenga una menor capacidad que el español como arma económica, sino que dado el nivel parecido de renta per cápita, mayor desarrollo económico, mayor calidad institucional (gráfico 4.1) y una mayor uniformidad entre las culturas anglosajonas y mayor peso económico de sus economías la lengua no alcanza un factor tan determinante.

Y ¿qué ocurre con la inversión directa extranjera si comparamos el inglés y el español? Pues que el efecto es similar al comercio internacional. El español multiplica por 24 (Jiménez y Narbona, 2011) los flujos entre países hispanohablantes mientras que entre los anglosajones solo lo hace en un +35%. Quizás la cultura aquí también influya mucho.

Los países hispanohablantes vienen de una historia distinta y esto hace que el factor lengua tenga un componente infinitamente mayor además de que hace de mayor barrera para aquel país o empresas que no hablen español. Eso sí, como veíamos antes, es algo que ha influido en el aumento de comercio dentro de los países. Un factor lengua que desgraciadamente y con lo que respecta al comercio internacional no ha sabido aprovechar plenamente España. Aunque sí lo ha hecho respecto a los niveles de inversión directa en el extranjero que ha sido realmente espectaculares y donde sí ha sabido aprovechar la lengua como instrumento económico.

Gráfico 4.1.

Calidad institucional de los países de la muestra, 2012



Fuente: Elaborado con los datos de Kauffman et ál. (2014).

3.3. El español como factor de internacionalización de las empresas españolas de los últimos 30 años (1990-2010). Una indagación empírica.

Me gustaría para terminar este capítulo, reseñar la indagación empírica a través de una encuesta que hicieron en su libro Delgado, Jiménez y Alonso, (2016) sobre los temas reseñados anteriormente. Ya que los datos anteriores son datos macroeconómicos reales introducidos en un modelo matemático y econométrico como consecuencia de una profunda investigación. Pero y ¿qué ocurriría si tomamos una pequeña muestra de empresas y les realizamos una encuesta?

La encuesta parte de la base de datos que el ICEX tiene de las empresas españolas. Y podemos reseñar algunos datos todos extraídos del libro mencionado anteriormente. El 85% de las empresas que exportan tienen menos de 50 empleados, pero de las que invierten en el exterior sólo el 29% tienen menos de 50 empleados. El 75% de esas empresas se proyecta a Europa y un 52,5% de las empresas lo hace en América Latina y un 17% en Brasil. Se ha ido equilibrando el porcentaje de empresas que venden a América Latina versus Europa, pero los volúmenes son todavía muy inferiores.

Con respecto a la inversión extranjera exterior, la muestra dice que de las empresas españolas que invierten en el exterior un 70% lo hace en Europa Occidental y un 78% en América Latina (con la mayoría de la inversión repartida entre México y Brasil).

Sí que es curioso que en los datos de esa encuesta el 56% de las compañías exportadoras españolas no aprecian ventaja alguna al hecho de exportar a países de habla hispana, probablemente porque la tecnicidad de los productos no haya sido demasiado alta, aunque el 44% sí que considera que ese factor tuvo relevancia. Sin embargo, el porcentaje de empresas que dice que la lengua tuvo importancia en su proyección internacional a nivel de IDE es del 52% (sube del 44% al 52%). Es decir, que como ya vimos en los datos teóricos que salen de los modelos de gravedad, la lengua tiene más importancia en los procesos de IDE que de comercio bilateral, aunque no tanto como cabría esperar dados los resultados del modelo.

Los datos de la encuesta confirman los datos de la investigación, que se sigue una secuencia gradual, se empieza con los mercados más próximos tanto geográfica como lingüísticamente para sólo después desplazarse e invertir, salvo en el caso de las empresas del IBEX. Y aunque es un proceso gradual, el 48% de ellas lo hace en un plazo de 5 años, pasa de exportadora a instalada.

La encuesta también nos dice que al 64% de las empresas, el idioma no ha supuesto en absoluto una barrera para su proceso de internacionalización y exportación, que podían suplir con empleados bilingües. Sí que ese porcentaje pasa a ser del 48% cuando hablamos de IDE.

Una información complementaria es cuando se les pregunta si el hecho de que en un mercado objetivo exportador se hable una lengua distinta del español supone un problema mayor que si hablaran español, entonces el 41% confirma esa dificultad a la hora de comerciar, y el 47% a la hora de instalarse.

Entonces podríamos preguntarnos por qué si los datos de la investigación con datos reales y con los modelos econométricos son tan concluyentes por qué no lo son, o al menos tan concluyentes, cuando se realiza la encuesta. Quizá porque no lo consideran un factor de primer orden o por qué no van a variar su estrategia por la lengua. En cualquier caso, está lejos de ser un factor irrelevante. Cuando a las empresas se les pregunta por cuánto es el coste que supone para ellos no tener el español como lengua común comentan que eso supone en el 48% de los casos un 0,5%, pero el otro 52% comenta que entre el 1% y el 3%, llegando al 5% las que piensan que es más del 5%. Son costes elevados si tenemos en cuenta que algunas empresas tienen % de beneficio que rondan entre el 3% y el 5% de sus ventas. Son un coste importante y una ratio que son elevados respecto a su facturación. Esta cantidad es aún mayor si uno quiere instalarse en el extranjero. Y son los costes mínimos, sin tener en cuenta los costes hundidos. La mayoría de esos costes vienen de la adaptación del producto, el marketing y el asentamiento de la marca. Siendo el coste de asentamiento y familiarización con la marca el más elevado. Quizá no sean tan conscientes de esos costes o ya los tienen incorporados a su estrategia de internacionalización.

Por supuesto, ninguna de esas valoraciones toma en cuenta los costes asociados en relación con la transferencia de conocimiento, circulación de la información y transferencia de los modos de gestión. Esto es especialmente importante si tenemos en cuenta que la alta dirección de la empresa española (y en general todas) siguen optando absolutamente por el uso del español como idioma de trabajo al estilo de como lo hacían las empresas americanas cuando se internacionalizaron. Un 95% de las exportadoras lo hace así y un 93% de las instaladas en el exterior, aunque lógicamente tienen empleados que hablan inglés. Pero ya sabemos que los idiomas no son nuestro fuerte. De hecho, esta es la principal razón, como lo fue en su día con las empresas americanas en Europa, que dan las empresas españolas para utilizar el español como lengua corporativa, es que: a) lo habla la mayor parte de los directivos (65,66% en las exportadoras, 80,65% en las instaladas) y no todos hablan muy bien inglés, podríamos añadir. De todas formas, conviene considerar que un 16% de empresas contestan que también se escoge así porque es la 2ª lengua internacional. Y también por una razón de costes. Esos costes asociados al uso de diferentes lenguas en el seno de una empresa que van desde el 0,5% a más del 5%. Costes que, como decíamos, tienen que ver con la transmisión de órdenes, toma de decisiones, cohesión de los equipos, cohesión de los equipos directivos

En cualquier caso, aunque en principio el idioma no se considera una gran barrera por parte de las empresas para comerciar o invertir en el exterior, la respuesta cambia si se hace la pregunta a la inversa. Es decir, si se les pregunta si el uso del español en el mercado de destino facilita la actividad internacional de la empresa, las respuestas son abrumadoras. Un 79% de las exportadoras responde afirmativamente y esa cuota llega al 84% en el caso de las instaladas, como podemos ver en el Anexo I Gráfico 24. Es decir, que son conscientes de la importancia del español.

IV. EL ESPAÑOL EN ESTADOS UNIDOS

4.1. El español en el mundo y las lenguas en Estados Unidos

Como veíamos en un gráfico de la introducción, y según los datos del Instituto Cervantes en su informe de 2019, *El español, lengua viva*, los dos grandes países que por número de estudiantes están aprendiendo español son Estados Unidos y Brasil, con sustancial número de estudiantes en otros cinco países: Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Suecia, y con un crecimiento exponencial en China, aun cuando su número (31 154) es todavía muy reducido si lo comparamos con el resto de esos países.

La cifra de hablantes en Europa es alta, más de 32 millones lo habla, (sumando grupo dominio nativo sin España y Grupo Competencia limitada), según el informe del Instituto Cervantes (2019). Es decir, sumando los nativos de España, habría más de 79 millones de habitantes que lo hablarían de alguna forma, es decir, casi el 18% de la población de la Unión Europea actual. A eso habría que sumar los más de 5 millones que lo están estudiando en estos momentos. Es una cifra considerable, aunque ahí la ganancia de la lengua en el plano económico, quizás, no sea tan alta, puesto que llevamos comerciando 35 años a pleno rendimiento, y la lengua no ha sido obstáculo. De hecho, España está plenamente integrada en el bloque, ha habido abundante IDE española en Europa, y, además, tenemos superávit comercial con tres de los cuatro grandes países de Europa, por lo que no veo mucha ganancia. Dejando de lado Europa, los dos grandes países donde se aprende español son Estados Unidos y Brasil con 8 y 6 millones respectivamente. Dicho de otro modo, casi el 40% de los estudiantes de español en el mundo están en Estados Unidos o casi un 90% están en el mundo occidental entre América y Europa. Si a eso añadimos que en Estados Unidos hay más de 41 millones de hablantes de dominio nativo y casi 16 millones de competencia limitada, creo que las cifras son esclarecedoras, y se ve donde se habla más español en el mundo.

El foco lo centraré sobre las Américas. Desde el círculo polar ártico hasta la Antártida hay cientos de lenguas, y muchas de ellas oficiales, pero sólo cuatro tienen categoría internacional (aparecen en los tratados o asociaciones internacionales): el inglés, el francés, el portugués y el español. De ellas, sólo una está ampliamente extendida de Norte a Sur: el español. Sólo hay dos grandes países donde el español no es oficial, o al menos en todo el territorio. Uno es Estados Unidos y el otro Brasil.

No me voy a centrar en Brasil porque, primero, ha emprendido un camino no hacia el bilingüismo, pero sí hacia una política de apoyo total al español. Y, segundo, debido a la cercanía lingüística del portugués, especialmente la variante brasileña, con el español, y a la cercanía cultural, no veo grandes ganancias de focalizarnos sobre Brasil. Aunque no se puede perder de vista, porque ha decidido comerciar con Mercosur en español.

Lo voy a hacer en los Estados Unidos. Porque como decíamos en la introducción el ensanche cualitativo, que es el que más le interesa a la lengua española, va a depender de que sea usado en cada vez más ámbitos y con más frecuencia. Y ahí son claves los 57 millones de latinos de Estados Unidos, para que la utilicen fuera del círculo cercano. Los restantes hablantes de la lengua, ya lo hacemos. Lo interesante es que esos hablantes de herencia la utilicen con más frecuencia, en más ámbitos, y que lo hagan con sus vecinos hispanos del sur a nivel comercial.

4.1.1. Las lenguas en Estados Unidos. Visión histórica

¿Y cuál es la situación en estos momentos? ¿Cómo ha sido en el pasado? ¿Qué experiencias tenemos? ¿Qué resistencias existen? ¿Qué corriente positiva fluye? ¿Cuál es el futuro? ¿Merece la pena invertir aquí? ¿Tiene esa área poderío económico, viendo como hemos visto que ésa parece una clave fundamental para la expansión de las lenguas y su supervivencia?

Si hacemos un repaso histórico, podemos comentar varios aspectos que considero importantes. Uno de ellos es la relación de EE.UU. con la variedad de lenguas que coexisten en su territorio: las amerindias o nativas, y las importadas por las sucesivas oleadas de exploradores, colonos e inmigrantes. Otro, es la propia historia del español en este país.

La relación de los Estados Unidos con las diferentes lenguas que han pasado por el territorio, podemos resumirla en una sola palabra: asimilación. Y asimilación total y absoluta al inglés.

Hay tres motivos principales por los cuales las lenguas distintas del inglés, que es la de los padres fundadores de la nación, no hayan perdurado. Y eso a pesar de los relativamente amplios, y bien proporcionados porcentajes de población de distinto origen y nacionalidad, que componen la sociedad norteamericana. La razón principal es que es el primer Estado-Nación de la historia, aquel que se construye con una base política, (no dinástica, histórica, étnica o lingüística) de ciudadanos libres que quiere dotarse de una nación nueva, y la manera de comprometerse con esa nueva lealtad y olvidar las anteriores, es, a través, en gran medida, del idioma. Porque preservar el idioma materno podía ser fuente de sospecha, de no haber perdido la vieja lealtad. Sería una base de la identidad nacional. Homogeneidad para salvaguardar ese experimento nuevo que se estaba desarrollando en 1776. Francia lo haría en 1789. Basta con leer los comentarios que escribía Benjamin Franklin para darse cuenta de esto: «...porque rápidamente serán tan numerosos que nos germanizarán a nosotros en vez de que nosotros los anglifiquemos a ellos...» (Rumbaut, 2009). La segunda razón de peso es que, desde su inicio, a Estados Unidos prácticamente no le ha hecho falta relacionarse con nadie. Desde el punto de vista económico ha sido tan autosuficiente que no ha tenido necesidad de relacionarse con el extranjero. Por último, siempre ha existido un sentimiento en la sociedad norteamericana de haber sido un lugar refugio. Y eso provocó siempre un aislacionismo, que solamente rompió la entrada en la Primera Guerra Mundial. Y esa posición de la lengua, como amalgama y argamasa de la identidad nacional, siempre ha formado parte de la historia de los Estados Unidos. Gran parte de sus temores a desaparecer como nación, siempre han venido del multilingüismo y la multiculturalidad. La intensidad de esa oposición podemos observarla hoy, dónde actualmente 27 estados han proclamado el inglés como única lengua oficial. Pese a todo, Estados Unidos nunca ha hecho del inglés (la lengua hegemónica) su lengua oficial.

Haciendo un repaso histórico, si nos centráramos en las lenguas nativas, aunque se les permitió hablarlas a los pocos nativos que quedaron después de la expansión hacia el Oeste y el Pacífico, realmente lo que existió fue como una Política lingüística de Asimilación, puesto que no se les permitió que fuese enseñada en las escuelas. Bien es cierto, que como me dijo una vez un estadounidense blanco, «tampoco los nativos tenían escuelas ni había una tradición escrita». Aunque claro, esas lenguas nativas perdieron gran parte de su valor instrumental cuando toda la población fue educada en inglés. Su uso se restringía al ámbito familiar.

Luego llegaron las lenguas de los primeros exploradores, los españoles y los franceses. Fueron ya las primeras lenguas extranjeras que establecieron raíz en el territorio,

a través de asentamientos y misiones. Luego trataremos el tema. Posteriormente llegaron los ingleses, y, además de exploradores fueron colonizadores, y la lengua inglesa se asentó absolutamente. Las colonias crecieron y crecieron, desde esa primera llegada del Mayflower a Boston en 1620, y no dejaron de llegar inmigrantes durante un siglo. La gran diferencia es que los inmigrantes que llegaban ya no eran en su mayoría anglosajones, sino que eran de otra tribu germánica: los alemanes.

El debate en torno a las lenguas en Estados Unidos se remonta incluso antes del nacimiento del país. Ante la creciente población alemana que estaba llegando a las colonias, ya en 1753, Benjamin Franklin no sólo expresó sus temores de que el alemán se convirtiera en lengua oficial, sino que, además, se opuso radicalmente a que fuera usada en la administración o cualquier otra institución oficial como ya mencionamos en el comentario de la página anterior. Esa resistencia hacia cualquier lengua siempre ha existido.

Cuando el país se independizó en 1783, la lengua de la administración era el inglés, sin embargo, una altísima parte de la población seguía hablando alemán, se estima que alrededor del 50%. Debido a que los padres fundadores de la nación querían a Pensylvania dentro de la Unión, y ante la mayoritaria población alemana en ese estado, había un riesgo de que ese estado no entrara en la Unión, si solamente el inglés se hacía oficial, por lo que decidieron no hacer oficial ninguna de las dos en la Constitución. De hecho, en 1795 hubo una votación para introducir ambas lenguas, el inglés y el alemán como cooficiales en la Constitución Americana y los postulantes (que eran alemanes) perdieron por un voto. Y aunque siguieron llegando oleadas de inmigrantes alemanes, de hecho, se estima la descendencia alemana en torno a unos 40 millones del total de la población de Estados Unidos, el alemán nunca más volvió a ver la luz. Ni el sueco, aunque hubo tímidos intentos de instaurarlo en Minnesota y Wisconsin, ante la fuerte inmigración nórdica en esos estados. O el holandés en Michigan. Ni siquiera un mínimo resquicio para el bilingüismo, aunque hubo momentos que se enseñaba en las escuelas. Hoy parece increíble oírlo, pero el propio Benjamin Franklin adujo, sin ninguna prueba científica de cierto valor, a pesar de ser uno de los grandes científicos de la historia, que el bilingüismo afectaba negativamente al desarrollo de la inteligencia. Los Estados Unidos eran todavía un país débil, su PIB era menos de un tercio del británico, con miedo a perder su trabajada independencia, y que, además, volvió a entrar en guerra con el Reino Unido en 1813 sólo 30 años después de su independencia. Sus dirigentes políticos, ante la fragilidad de lo que se estaba llevando a cabo, posiblemente querían un país lo más compacto posible, y vieron la lengua como un instrumento para compactarlo.

Más claro no pudo ser el presidente Theodore Roosevelt cuando aseguró que en el país «solo hay espacio para una lengua». «Sólo tenemos sitio para un idioma en este país, y es el inglés, porque queremos que el crisol de nacionalidades haga a nuestra gente estadounidense, de nacionalidad estadounidense y no huéspedes de una pensión políglota». Que tal contundencia venga de un presidente puede resultar sorprendente, aunque hay que entender también que Estados Unidos, desde la llegada del Mayflower en 1640 hasta 1860, creció en población a una media anual superior al 35%. De ahí en adelante, la proporción anual bajó, sin embargo, no así el volumen: en 1860 la población era de 31 443 321 de personas, en 1900 76 212 168, en 1950 151 325 798, en 2010 308 745 657. En 2020 se estima que tiene 330 millones de habitantes. Claro, no sé si un país que dobla su población cada 50 años desde hace casi dos siglos, y que tiene tasas de inmigración permanentemente altas, puede hacerlo si no mantiene una única lengua y una asimilación total. Este es un punto

que creo que no debería pasar inadvertido para los que quieran que haya una “segunda lengua” en los Estados Unidos, y no provocar miedos en la población anglosajona blanca.

A partir de los años 60 del siglo pasado, coincidiendo con el movimiento de los derechos civiles, se aprobaron varias leyes que garantizaban el acceso de los ciudadanos a documentos públicos esenciales -como las papeletas de votación- en otras lenguas diferentes al inglés. Pero se quedó prácticamente en nada. Luego, podríamos decir que los Estados Unidos han recibido inmigrantes de distintas razas y lenguas, y nunca ninguna lengua ha conseguido mantenerse, o siquiera, al menos, ser hablada por las siguientes generaciones. Todas se extinguen en la tercera generación. No en vano, se le conoce popularmente a Estados Unidos como “el mayor cementerio de lenguas vivientes”. Así que es curioso lo del español, no sólo crece por el efecto inmigración y otros efectos, sino que hay población nativa que quiere aprenderlo. Las perspectivas y los datos que teníamos del español allí, hasta ahora, no son muy diferentes del resto de lenguas que han pasado por Estados Unidos: muerte segura a la tercera generación. Pero esta vez, quizás, la historia pueda estar cambiando. Hay argumentos de peso y razones para ello.

4.1.2. El bilingüismo en los Estados Unidos.

Hubo un período permisivo (1700-1880), fue un período relativamente tolerante donde el espíritu de la Ilustración pervivió y algunos estados federales autorizaron la educación bilingüe.

Luego hubo un período restrictivo (1880 a 1950). Fue una etapa contraria a la inmigración, por la posible infiltración de ideologías extremistas y ajenas al capitalismo, y se veía la lengua como un medio para tal fin. Si, además, tenemos en cuenta que la primera ola de inmigrantes, inglesa y alemana fundamentalmente, ni le interesaba ni quería perder el control sobre el país, ante la llegada de nuevos inmigrantes del sur, centro y este de Europa, se entiende la existencia de un caldo de cultivo contrario al bilingüismo. Y en 1906 eso quedó claro con la Ley de Naturalización, por la que los inmigrantes debían aprender a hablar inglés si querían convertirse en ciudadanos naturalizados con todos los derechos. Ya en 1923, treinta y cuatro capitolios norteamericanos votaron por la educación exclusivamente en inglés. Fue claramente un período de regresión. Fue una época dura debido a que a partir de 1923 todo el mundo se vio obligado a aprenderlo por ley, y, además, a partir de 1929, y ante la inmensa crisis económica, los inmigrantes que se quedaron optaron por ser asimilados para no ser rechazados en el mercado laboral. Está constatado que hablaban inglés en sus casas, y prohibían el uso del español o cualquier lengua entre sus hijos, buscando que se asimilaran rápidamente, y no fueran discriminados.

Luego llegó el período oportunista (1950-1980), en el que Estados Unidos, después de la Segunda Guerra Mundial, se dio cuenta de que tenía una insuficiencia en la enseñanza de lenguas extranjeras, teniendo en cuenta que existiría un mundo cada vez más global. El intento no resultó, pero finalmente el movimiento de Derechos Civiles de los 60 forzó la creación de una Ley de Inmigración. Dicha ley, por una parte, terminaba con el sistema de cuotas por nacionalidad de la Ley de 1923, y, a su vez, dio paso a la enseñanza bilingüe de nuevo. Fue una ley parca, y no cubría aspectos como la educación. Ese bilingüismo, sí que se vio favorecido por la llegada de la disidencia cubana después de la revolución castrista de

1959. Y que, por el contrario, sí que recibió todo el apoyo del Gobierno Federal en un fenómeno curioso que merece un capítulo aparte. Posteriormente, y debido a ese movimiento de Derechos Civiles en 1968, por fin, se aprobó la Ley de Educación Bilingüe para promover asistencia a familias marginadas de minorías lingüísticas con dificultades de adaptación, y especialmente a las hispanas. Pero no fue una ley muy promovida por las autoridades, y se fue quedando en tierra de nadie. Si ha habido un motor de ese bilingüismo han sido los constantes fallos judiciales a favor del bilingüismo en los Estados Unidos. Ese bilingüismo tenía cinco tipos de programas, y uno de ellos incluía el del desarrollo o mantenimiento de la educación bilingüe. Se trata de proteger la lengua materna, a través de su uso pedagógico y vehicular, tanto antes de dominar el inglés como cuando ya lo hacen. Fue un período de avance, a pesar de ser oportunista, y de los continuas críticas y ataques. Críticas que basaban su argumento en que, como consecuencia de la educación bilingüe, los estudiantes que aprendían español tenían peores rendimientos escolares. La realidad demostró que no.

El período despectivo, a partir de los 80, ha sido extraordinariamente destructor. Casi al mismo nivel que el que se produjo en el período restrictivo. Todo lo que se había ganado en 30 años, respaldado ya por evidencias claras, de que la experiencia bilingüe no sólo era perjudicial, sino que además era positiva a nivel cognitivo, se vino abajo con la llegada de Ronald Reagan al poder, y el posterior mandato de Bush padre. Fueron 12 años de auténtica regresión. Sus argumentos nos pueden dar dos claves de a qué tipo de resistencias se ha de enfrentar el español, y cómo debe vencerlas e integrarlas. En 1981 el presidente Reagan declaró: «Es completamente equivocado, y va en contra de los conceptos americanos, tener un programa de educación para preservar sus lenguas nativas, porque nunca va a conseguir que ellos se adecúen al inglés, y así puedan salir al mercado de trabajo y participar de él». De aquí resaltaría, «va en contra de los conceptos americanos», y «así puedan salir al mercado de trabajo y participar de él». En el siguiente capítulo lo trataremos, pero quedémonos con esos dos conceptos: el español podría desintegrar la identidad americana, y no tiene un uso instrumental, y, además, dificulta que se integren en el mercado de trabajo. Luego veremos que ni lo uno ni lo otro.

Otra frase en la misma dirección, incluso más despectiva, fue la que pronunció el adalid del pensamiento más conservador de los 2000, Newt Gingrich, en una convención de la Federación de Mujeres Republicanas en 2007: «Debemos reemplazar la educación bilingüe con la inmersión en el inglés, para que las personas puedan aprender el lenguaje común del país, y para que aprendan el idioma de la prosperidad y no el idioma para vivir en un gueto». La perspectiva era diferente, esta vez se trataba de decir que el español no sólo no servía para nada, sino que anulaba la prosperidad. Que su ámbito se reducía a un gueto pequeño. En definitiva, que no tenía valor instrumental. La verdad sea dicha, luego lo comentaremos, es que esta ha sido una categorización que ha calado entre los inmigrantes. Si no me sirve, por qué lo voy a mantener.

4.2. Historia del español en Estados Unidos. Una historia de ida y vuelta.

Hablar del español en Estados Unidos merece un epígrafe aparte. La primera cuestión, de la que hablaremos en este epígrafe, es la persistencia del español en lo que hoy es el suroeste y oeste de Estados Unidos. Haremos un repaso desde la llegada del español, allá por el siglo

XVI, y sus conflictivos orígenes, hasta su turbulenta historia posterior. La segunda perspectiva sería el bilingüismo, y el aprendizaje nativo, tanto como lengua de uso como de alfabetización. Con el mismo enfoque del Suroeste, pero centrándonos en Florida, y concretamente en los cubanos de Miami, abordaríamos la tercera perspectiva. Fundamentalmente porque es una historia bastante diferente, y aporta un punto de vista iluminador de cara a las conclusiones del último capítulo. La cuarta perspectiva sería el español como vehículo de adaptación entre migrantes de primera y segunda generación. Posiblemente nos perdemos temas tan relevantes como el relacionado con el mestizaje: el spanglish o el español de Puerto Rico o el de las grandes urbes americanas, pero considero para el hilo argumental, que esas cuatro perspectivas son suficientes para dilucidar por dónde debería ir el español en los Estados Unidos.

4.2.1. Orígenes y persistencia en el suroeste. Lengua originaria.

Si hay algo que puede caracterizar al español en sus diferentes etapas en suelo norteamericano es su resistencia a la desaparición, aunque ha estado a punto de hacerlo. Una evolución que ha tenido avances y retrocesos. Procesos que vamos a describir centrándonos en la zona que tiene más hablantes de herencia actualmente, la que va desde el Misisipi hasta la costa del Pacífico en California. Todo el suroeste de Estados Unidos.

Y empezamos por aquí por dos razones: primero, en esta zona de los Estados Unidos, que formó parte del Virreinato de Nueva España, primero, y, después, de México, podríamos decir que el español es lengua originaria -y con mucha anterioridad al inglés- de una proporción de la población y del territorio que hoy forma parte de Estados Unidos. De hecho, podríamos decir que el suroeste de Estados Unidos es una región que forma parte de otra mayor. Una región que incluye parte del norte de México, y que comparte un mismo espacio geo-ecológico y de fauna común. De hecho, en algunas clasificaciones de las variedades del español de América, en los llamados dialectos mexicanos, se incluyen también las variedades del español del sur de Estados Unidos, particularmente las originarias de Nuevo México, Texas, Arizona. Es como toda una región a nivel lingüístico, cultural y geográfico.

Y, en segundo lugar, es donde la lengua se ha mantenido, con mayor o menor volumen, hablándose ininterrumpidamente, desde la llegada de los primeros exploradores y misioneros españoles a principios del siglo XVI. Y es necesario explorar los acontecimientos históricos con el propósito de entender la lucha permanente que han llevado los españoles o mexicanos de origen del Virreinato de Nueva España, y luego de México. Porque, a raíz de la anexión de su territorio por parte de los Estados Unidos, fueron capaces de mantener el aprendizaje, la alfabetización y el uso del español resistiendo la presión de las políticas de asimilación. Algunos lo consiguieron, la mayoría se rindieron. Porque ello nos puede dar una respuesta a alguna de las preguntas sobre el futuro del español en Estados Unidos. Es una historia de resistencia, y no parece que los que lo hablan ahora vayan a tirarla por la borda.

El inicio de esa historia viene de cómo, las dos lenguas que aterrizaron en territorio norteamericano casi al mismo tiempo, el inglés y el español siguieron caminos diferentes. El inglés vino de la mano de un sistema de expansión territorial en forma de colonias. Unos

voraces colonos que no dejaban de expandirse a pesar de las reticencias del imperio británico. Mientras que el sistema de expansión español era, por encima de todo, un sistema de “salvación de almas”. Salvar a los pueblos indígenas a través del cristianismo. La llegada de súbditos españoles no era masiva, entre otras razones, porque la emigración era mayor hacia todo el sur del río Grande. Y sobre todo se evangelizaba a los indígenas en sus lenguas. Con eso era suficiente. Sí que es cierto que la conquista española extinguió algunas lenguas y comunidades nativas, pero no fueron la mayoría. La lengua española era sobre todo utilizada como medio de comunicación trasatlántica con la Corona, como lengua de la Administración, y de los incipientes primeros negocios. Diversos datos atestiguan que la alfabetización en español, en dominios españoles primero, y mexicanos después, era de un tercio de la población, mientras que en la parte inglesa el 60% de la población estaba alfabetizada. La población en el territorio no era española y era escasa. No es que hubiera una escuela institucionalizada mejor en el lado inglés. Sencillamente, la Biblia en los dominios anglosajones era en inglés, en los hispanos en latín. Eso influyó mucho. La población de Nueva Inglaterra era casi urbana, y se hacían abundantes negocios en inglés, la del sur era rural. El español no era ampliamente utilizado. El inglés sí.

Pero a pesar de esa falta de educación institucionalizada a través de la Biblia, como muestran Meléndez y Lomeli (2012) fueron «miles las cartas, memorias, cuentas, folletos, diarios, folclore, coloquios, corridos, canciones, relaciones y crónicas que surgen de la población del suroeste norteamericano».

Después, en un periodo de 50 años, los que van desde 1783 hasta 1821, los dos imperios inglés y español tienen que liberar sus colonias. Aquí la historia cambia porque, según la tradición colonizadora americana, los voraces colonos siguen expandiéndose y llegan a la frontera este de Texas en 1821. Justo en el momento que esa zona se ha independizado de España. Una zona que era la frontera norte y este de México en ese momento. Era un territorio lejano del poder central mexicano, despoblado, y no fácilmente defendible ante el previo repliegue del ejército español. El cual ya se había ido mayoritariamente a defender la Florida en las guerras seminolas. Así que el gobierno mexicano optó por proporcionar amplios derechos colonizadores a esos colonos anglosajones. A cambio México pidió que se convirtieran en ciudadanos mexicanos, se hicieran católicos, y aceptasen la prohibición de importar esclavos. Esos requisitos fueron papel mojado, y lo que ocurrió es que México tenía ya al enemigo en casa. Los colonos que arribaron estaban todos alfabetizados. Cuando fueron mayoría lograron la independencia en 1835 y fundaron la República de Texas. Diez años más tarde se unieron a los Estados Unidos. Y siguieron su expansión hacia el Oeste con la guerra de intervención de 1847, lo cual les hizo quedarse con otro trozo más de tierra. Luego vino la compra de Nuevo México, y la mitad de la población mexicana, que estaba desigualmente alfabetizada, pasó por la fuerza, en un escaso período de 8 años, a formar parte de Estados Unidos. Como quien dice, pasaron de la noche a la mañana a ser extranjeros en su propia tierra y en su propia casa. Algunos no tenían el español como lengua materna y fueron fácilmente asimilados. Otros no.

Y en ese momento nos encontramos con dos procesos: la consolidación del inglés como lengua hegemónica y el continuo movimiento entre los “hispanohablantes” de un lado y otro de la frontera como si ésta no existiera, ya que las familias seguían manteniendo contactos y la nueva nación necesitaba migrantes. Una nación que no podía prescindir de esa

parte de la población como mano de obra, por una sencilla razón, fue el período más acelerado de progreso económico que ha tenido nunca una nación en toda la historia económica, el período que va desde 1820 a 1870 en los Estados Unidos (*Contours of the World Economy, 1–2030 AD*, Angus Maddison, 2007). Pasó de tener un PIB de 12.548 millones de dólares de 1990 en 1820, a uno de 98.374 millones de dólares en 1870. Y a uno de 517.383 en 1913. Para muestra un botón: España (sin Latinoamérica) en 1821 tenía un PIB de 12.299 millones de dólares de 1990 (igual al americano). En 1870 su PIB total era de 19.556 millones.

Durante ese período de anexión, el gobierno federal exigió a todos los mexicano-americanos, chicanos en el futuro, aprender el inglés en detrimento de las lenguas locales y de sus culturas. Se produjeron matrimonios mixtos, y el español perduró y resistió. Los matrimonios mixtos se acabaron con la llegada del ferrocarril en 1880 y de una oleada de mujeres anglosajonas. Las escuelas públicas de lo que hoy es Arizona, Nuevo México, sur de Colorado y Texas solo enseñaban en inglés. A pesar de ello el estado de Nuevo México, donde la población era mayoritariamente española y mexicana, estableció un sistema de educación bilingüe pero no obligatorio, que a partir de 1943 fue claramente en detrimento del español. En cualquier caso, ya alrededor de finales del siglo XIX, se producían movimientos agresivos en contra del español en Nuevo México, con una feroz resistencia por parte de algunos de sus habitantes, los cuales se negaban a perder la lengua que habían conservada intacta durante casi 300 años fuera de España.

¿Y qué ocurrió en toda la región (extensible a California) durante ese siglo y medio, desde 1850 hasta hoy en día? Siguió habiendo un desplazamiento de mexicanos desde el actual México al norte de la frontera, en lo que consideraban todavía su casa. No había español en la escuela, o de manera muy tímida, pero sí que lo había en las casas y en los periódicos. En 1870 todos los diarios de aquella época de esa amplia región, con pocas excepciones, fueron escritos en español, o la mitad en español y mitad en inglés. (Alonso, Durand y Gutiérrez, 2013). Desde 1850 hasta 1950 hubo no menos de 84 periódicos sólo en Los Ángeles (192 en California) que eran publicados en español. Sin embargo, con el auge de la industria cinematográfica el español desapareció, y como dice la canción “Video killed the Radio star”. Aunque esa realidad ha vuelto, y parece que para quedarse. A finales del siglo XX, y en estos primeros 20 años del siglo XXI, ha vuelto a haber periódicos y medios de comunicación en español en todo el Suroeste, especialmente en California.

A lo largo de todo ese proceso de anexión y asimilación y resistencia, sin embargo, se ha ido pasando por distintas fases que han ido siempre acompañadas de un fenómeno que ha sido concomitante a ese devenir histórico e intermitente, aparecía y desaparecía: el bilingüismo. Como no podía ser de otra forma, había habitantes que seguían considerando que su lengua materna era el español y exigían ser educados en esa lengua. ¿Cuál fue la respuesta del Gobierno Federal al respecto?

4.2.2. *El bilingüismo en español en los Estados Unidos.*

Las políticas relacionadas con la educación bilingüe en Estados Unidos hemos visto que han tenido una evolución cambiante, de idas y venidas, cambiando según la ideología,

los movimientos migratorios o hasta de manera oportunista en función de los conflictos militares o políticos. Dadas las políticas destructoras a finales del siglo XX (1980-2000) y las políticas restrictivas a partir del año 2000 no parece que vaya a ser fácil traer de vuelta la Ley de Educación Bilingüe del 68.

En cualquier caso, la sección 601 del Título VI de la última Ley de Educación Superior estipula que «La seguridad, estabilidad y vitalidad económica de Estados Unidos en una era global compleja depende del conocimiento de las regiones del mundo, las lenguas extranjeras, asuntos internacionales, así como una base de investigación fuerte en esas áreas, tanto de los expertos americanos como de los propios ciudadanos estadounidenses». Entonces, ¿cómo se equilibrará esa necesidad con el sentimiento de una parte de estadounidenses que son contrarios a esa tendencia y se proclaman los “guardianes” de la lengua inglesa y de la identidad nacional?

El español tiene ingentes retos y amenazas que superar en Estados Unidos. Primero, estudiosos como Samuel Huntington dan cultivo a argumentos del tipo de que los latinoamericanos se niegan a abandonar el español y se niegan a aprender el inglés, cuando cualquier tipo de reciente investigación lo desmiente. Será también un arduo trabajo separar el uso del español, el uso de algo instrumental que tiene un valor, de las políticas lingüísticas tanto restrictivas como despectivas, y de la asociación de la lengua con menores índices de educación y mayores índices de criminalidad, como están tratando de asociar ciertos sectores de la sociedad estadounidense. A pesar de los enormes sentimientos antiinmigrantes en buena parte de la sociedad americana, hay resquicios para la esperanza de que las cosas pueden estar cambiando porque no toda la sociedad es así.

No está claro si el español conseguirá vencer esa barrera: lograr que se convierta en un elemento propio de la cultura estadounidense. Para ser una lengua viva el idioma debe ser hablado y vivido por los nativos de origen, en sucesivas generaciones en muy variados ámbitos, no solo en el familiar o el de cercanía próxima, y por todos los estratos de la sociedad. Para ello el bilingüismo o la educación en tu idioma nativo es clave. Es en las escuelas donde la erosión del idioma se produce por la no alfabetización en español, incluso cuando los padres son nativos de lengua española, porque en muchos casos ni tienen la cultura ni tiempo para enseñárselo. Que además eso se haga de forma estructurada y continuada es determinante, ya que no puede confiarse tal futuro a las constantes decisiones judiciales apoyando tales iniciativas, si no hay un apoyo a nivel estatal o local

Afortunadamente hoy la gente, por fin, ha empezado a reconocer el valor del bilingüismo en el entorno empresarial en un mundo cada vez más competitivo y global. Esa percepción está cambiando y se puede predecir una presencia continuada del español en Estados Unidos. Y más allá de esas ventajas profesionales probadas, ya está demostrado a nivel científico, con una literatura académica muy extensa, y está ampliamente aceptado en nuestros días (incluso por sus detractores), que la educación bilingüe desarrolla y aumenta el pensamiento cognitivo, y es, sin duda, una clara contribución a la interculturalidad. Hoy son ya innumerables los institutos de enseñanza secundaria que enseñan español en los Estados Unidos. Aun así, la enseñanza de español sigue estando entre las carencias y necesidades, como materia, en muchos de los estados. Hay una clara necesidad, habiendo más demanda que oferta, pero no sólo por parte de los hablantes de herencia, sino por muchos

anglosajones, ya que se percibe el español como un claro activo. Hay una larga lista de espera de padres anglosajones, ansiosos por inscribir a sus hijos en estos programas bilingües en institutos de San Francisco, Arizona, Nuevo México, Utah y Carolina del Norte. Ciertamente es que todo se mueve a nivel local y no hay una ley nacional. En cualquier caso, se ven signos prometedores, tanto nacional como regionalmente, de que la educación bilingüe “is back”. Y creo que vale la pena lucharla porque, al fin y al cabo, es parte de la historia de esa región desde la primera llegada de europeos. Es una lengua que tocó suelo norteamericano hace 500 años, y que ha pasado por distintas fases, pero que merece ser enseñada en la escuela. Es parte del legado cultural estadounidense. Su objetivo debería ser aumentar ese capital intelectual y cultural de los estudiantes, tanto de habla hispana, como de los que no lo son.

Además de ese valor económico del bilingüismo, y de amplios estudios que demuestran su valor cognitivo, ya hay numerosos estudios en suelo norteamericano, (Collier y Thomas, 1995; Greene, 1998 Krashen y Biber, 1987, Rolstad et al., 2005, ...) que avalan la existencia de una correlación positiva entre los programas bilingües en español con una mejor capacidad de aprendizaje del inglés para los hablantes no nativos. Según Rumbault (2014) «el bilingüismo equilibrado reporta una ventaja significativa en Estados Unidos tanto en términos de menor abandono escolar -muy alto entre los hispanos- como de salarios más altos y mayor prestigio en sus ocupaciones». Los bilingües hispanos (Santibañez y Zárate, 2014) tienen bastantes más probabilidades de ir a la universidad. Además, (Agirdag, 2014) los bilingües hispanos equilibrados ganan bastante más que los hispanos monolingües.

Por otra parte, que una sociedad bilingüe tenga ventajas económicas, cognitivas e interculturales, es decir, tenga un claro valor instrumental para sus individuos, es uno de los argumentos de más peso contra aquella idea de cierta parte de la sociedad, la que piensa que hablar otra lengua en Estados Unidos es aislarse, formar parte de un gueto, o que no tiene ningún valor instrumental, sea la lengua que sea. Y más teniendo en cuenta su valor en una sociedad global. Muchos parecen entenderlo ya. Lo cual no quiere decir que sustituya al inglés, porque ni es algo real ni factible ni, en modo alguno, deseable. El inglés tiene una posición de lingua franca en el mundo, como se ha podido ver en este trabajo, que para sí la quisiera el español, y que se sustenta fuertemente sobre muchos pilares. Ese miedo es totalmente infundado.

Hay motivos para la esperanza, además de las ventajas económicas y cognitivas del bilingüismo que ya nadie refuta, está el hecho de que se nota un movimiento de la sociedad civil, sólo posible cuando ya ha cogido cierto volumen de hablantes. Es decir, un activismo personal y particular en lograr que eso vaya adelante: por parte de los padres y las comunidades latinas que ya no sienten miedo de hablarlo en la calle, y sienten orgullo de su lengua, por parte de los profesores y administradores locales que salen en defensa de ese bilingüismo, por parte de instituciones hispanas como el Pew Hispanic Center. Todo con el apoyo legal de subvenciones federales y locales. Es ese movimiento civil el que me da más esperanzas, ya que no viene impuesto por una ley (aunque sería necesario), sino que surge de la misma gente y generalmente cuando el movimiento se produce de abajo a arriba, termina siendo imparabable y ya no tiene marcha atrás. Más si cabe cuando eso tiene un claro beneficio económico y una prima laboral.

Es verdad que existen obstáculos como comentan Crawford y Krashen, (2007: 38) «Si los padres hablan la lengua materna en casa, los niños la adquieren más fácilmente. Pero si los niños escuchan la lengua materna únicamente de sus padres, es probable que haya límites en su progreso». Es lucha por el bilingüismo es importante. Así mismo, comentan que existe la posibilidad de que exista el fenómeno “vergüenza lingüística” aunque posteriores estudios hechos a partir del 2000 y que engloban estos últimos 20 años muestran que esa “vergüenza” que existía al principio ya no existe o es muy minoritaria. Estos autores comentan cómo el emigrante de segunda generación, ante una ambivalencia étnica y para adaptarse más rápidamente al país de acogida, generalmente elige la lengua de destino.

Resumiendo, hemos visto que hay amenazas y resistencias al bilingüismo, sin embargo, tenemos también enormes luces debido a la amplia población hispana en Estados Unidos, a una inmigración continuada, combinado con una alta tasa de natalidad; si, además, esa enseñanza bilingüe en las escuelas avanza, si los latinoamericanos siguen hablándolo en su círculo familiar o de amigos, si las cadenas de televisión latinas siguen teniendo la extraordinaria audiencia que están teniendo ahora, si existe una prima económica o un valor de uso (que parece claro que ya lo hay), todo ello será la palanca para hacer que el español se asiente, y perdure en Estados Unidos de una manera como nunca lo ha hecho ni el español ni ninguna otra lengua. Y pase a ser una lengua propia de una parte del país. Si además de eso sabemos que el porcentaje de bilingüismo es más fuerte entre los sectores menos cultos y los trabajadores de la agricultura (por la sencilla razón de que no tienen con quién hablar inglés), y si según demuestran Hakimzadeh y D´Vera Cohn, 2007: 17, la mayoría (53%) de los latinoamericanos con niveles más altos de educación (53% en secundaria y 67% en universitaria) se describan a sí mismos como bilingües porque lo necesitan para trabajar podemos llegar a predecir la presencia continuada del español como lengua social en Estados Unidos, ya que habrá un uso constante de la lengua.

En cualquier caso, va a depender de dos factores exógenos claros: las demandas del mercado, es decir su uso profesional, y la política estatal. La cual viene condicionada, por una parte, por esa demanda del mercado, y por otra parte que no sea vista como una amenaza nacional. Respecto a este último punto merece la pena hablar en el siguiente epígrafe.

4.3. El español de la Florida. Emigración cubana.

Si nos vamos a otro de los grandes argumentos (posiblemente el más manido y utilizado de todos) que cierta parte de la sociedad estadounidense utiliza contra la educación bilingüe o contra la utilización de lenguas extranjeras o segundas lenguas dentro de los Estados Unidos está el hecho de que argumentan que es un peligro para la propia sociedad norteamericana. Que estaría en peligro su capacidad de fundirse y de tener un sentimiento común e inquebrantable como nación. Y que de alguna forma la lengua ha sido el aceite de esa fusión, y vehículo clave para lograr esa armadura compacta, que algunos (fundamentalmente de la parte conservadora de la sociedad) ven en la sociedad estadounidense, la que ha hecho posible, que a pesar de doblar la población cada 50 años y de tener durante casi dos siglos niveles altísimos de inmigración, la armadura siga todavía compacta. Ese es su argumento.

Sin embargo, pongamos el ejemplo de los cubanos de Florida y concretamente de Miami. El caso no es solamente importante como ejemplo de cómo convencer y transformar esa resistencia, por parte de los sectores más conservadores de la sociedad estadounidense, sino que es muy importante en sí mismo por varios factores, entre ellos el bilingüismo. Y la verdad, su visibilidad y capacidad ejemplificante supera la dimensión demográfica de sus 2 millones de habitantes. Al final no dejan de ser el 5% de la comunidad latina, pero su influencia es muchísimo más grande. Son varios los factores.

Sin lugar a duda, los cubano-americanos, como les gusta ser llamados, son los principales generadores de crecimiento económico de la comunidad latina. Segundo, su perfil socioeconómico les ha permitido crear un cuerpo relativamente grande de profesionales y empresarios, y tener posiciones de liderazgo tanto dentro de toda la comunidad latina como a nivel general en la sociedad norteamericana. Para el poco tiempo que llevan en el país, su progreso ha sido infinitamente más rápido que el de la sociedad afroamericana, por poner, un ejemplo, fácilmente entendible, o el de los católicos en Estados Unidos. Tercero, el autoexilio, como ellos lo llaman, ha hecho que hayan desarrollado un conjunto de instituciones civiles propias, y una cultura política que los distingue claramente del resto de grupos latinos, con una clara orientación conservadora, y una constancia de voto al Partido Republicano. Es más, parece ser un polo de atracción de ese tipo de perfil de inmigración hispana, lo cual tiene una inclinación sobre el tipo de nacionalidades que recibe Florida, donde el porcentaje de colombianos, venezolanos o peruanos es significativamente mayor que el de mexicanos, centroamericanos o bolivianos.

De hecho, en este epígrafe veremos la relación curiosa entre la ideología de esa inmigración hispana, su preferencia y utilización de la lengua española, y cuáles han sido las relaciones de cualquier gobierno federal, independientemente del signo ideológico, en cuanto a los apoyos que recibieron. Porque el caso, no deja de ser curioso. En cualquier caso, pasemos primero a describir esa realidad demográfica y socioeconómica de los cubanos de Miami. Luego haremos una muy breve descripción de la ideología del exilio, e iremos a los datos que nos da la encuesta (IPOR-CRIFU, 2004) sobre cómo utilizan la lengua y qué valor les dan a ambas lenguas, el inglés y el castellano. Porque esto ha tenido y tiene un impacto, tanto en la propia comunidad latina (no sólo la de Florida), como en mucha parte de la sociedad norteamericana.

4.3.1. Los cubanos de Miami. Realidad sociodemográfica.

Los cubanos fueron recibidos de una manera mucho menos hostil que otros inmigrantes, ya fueran latinoamericanos o no. Por una parte, Estados Unidos siempre ha sido bastante permeable a la inmigración por razones políticas. Por otra parte, parece evidente que había una predisposición ideológica desde el gobierno de los EE.UU., al fin y al cabo, eran exiliados de un régimen percibido como enemigo de los intereses americanos.

El gobierno federal de hecho creó una Ley de Ajuste Cubano en 1966 que facilitó mucho el proceso. Y les dio todo tipo de facilidades. Ley que independientemente del color político no fue cambiada, a lo sumo reforzada por cualesquiera que fuera el partido político.

Hubo varias oleadas con cupos migratorios amplios. De 1959 a 1962, 200 000 personas, todas de nivel socioeconómico alto y con hijos, aunque también vinieron 14 000 niños no acompañados. Esa oleada y los descendientes de esa oleada conforman el grueso de la élite de la comunidad cubano-americana actualmente. Es curioso, que aunque todos ellos hablan perfectamente inglés, prefieren ampliamente el español como lengua de la política y los negocios.

La segunda oleada fue la de 1965-1973 que permitía a aquellos ciudadanos ya estadounidenses de ascendencia cubana a ir a buscar a cuantos familiares consideraran oportuno. Migraron 260 000 personas. Los dos vuelos diarios La Habana-Miami venían siempre llenos. Son cubanos con un perfil muy similar al anterior.

La tercera oleada vino por la presión del propio pueblo cubano. Ante esa presión en 1980 el gobierno cubano respondió a la crisis dejando salir a todo aquel que quisiera a través del puerto de Mariel. Llegaron 125 000 cubanos, pero en tan solo 5 meses. Durante la década de los 80 y mitad de los 90 está tendencia siguió con unos 2 000 cubanos al mes entrando en Estados Unidos hasta que una serie de incidentes hicieron que se llegara a un acuerdo por el que Estados Unidos admitiría al menos 20 000 inmigrantes al año. Entre 1995 y 2009 llegaron a Estados Unidos unos 400 000 cubanos. Esta tercera y cuarta oleada tenían dos características esenciales, su nivel socioeconómico ya no era el de las oleadas anteriores, y llegaron a una región metropolitana ya dominada por los cubanos. Una región que era totalmente bilingüe y bicultural, por lo que su necesidad de adaptación era nula. De hecho, podían sobrevivir sin el inglés.

Lo curioso de todo esto, es que al concentrarse un volumen de población tan alto (alrededor de 1 200 000 emigrantes cubanos) en un área (condado de Miami-Dade) que en 1960 tenía 900 000 habitantes, transformó definitivamente el condado. Hoy son 3 000 000 habitantes en un área metropolitana de casi 6 000 000 de habitantes donde más del 60% de la población es hispana y totalmente bilingüe.

Las características de esta población difieren bastante del resto de la comunidad latina. Algún aspecto hemos comentado y aquí van algunos más. Es una población que está muy concentrada geográficamente, casi un 70% en Florida, aunque también existen comunidades de cubanos en Nueva York, California y Texas. El 60% son nacidos en el extranjero, mientras que en la comunidad latina la media es de un 37%, y en el suroeste de un 30%. Sin embargo, y esto es lo curioso, el 55% de ellos tienen nacionalidad estadounidense por sólo un 26% de los nacidos en el extranjero en la comunidad latina. Como grupo su edad media es mayor. El promedio del ingreso familiar es similar a la media de la comunidad latina (42.000\$) pero por debajo de la media del anglosajón blanco (51.000\$). Las tasas de pobreza de los cubano-americanos son inferiores a las del resto de latinos, con una tasa similar a la del resto de americanos 18%. La tasa de graduados universitarios es del 25%, lo cual dobla la media de la comunidad latina, y se acerca a la del estadounidense no hispano que está en un 30%. Y entre los nacidos en el país la tasa de universitarios se eleva al 39%, y su progreso social es más rápido que el del anglosajón medio. Y aquí viene un dato interesante, más del 52% dijeron que su verdadera patria era Estados Unidos por solo un 34% del resto de la comunidad latina. La mayoría del otro 48% consideran tanto Cuba como Estados Unidos sus patrias.

4.3.2. *Aculturación lingüística en español. ¿Cómo ocurre? ¿Por qué?*

En cualquier caso, uno de los datos más interesantes para este ensayo es que dado que la cifra de inmigrantes fue tan desproporcionada con respecto a los habitantes nativos hizo que el enclave se conformara de una manera distinta y que se convirtiera en un enclave étnico, aunque algunos les gustaría llamarlo guetto. Pero lo que Estados Unidos denomina un enclave étnico es la ocupación de un espacio por una mayoría de nativos o inmigrantes de una lengua o cultura, que conforman un espacio que es autosuficiente, es decir, que hay una variedad de empresas e instituciones lo suficientemente amplia como para que no se salga de ese espacio étnico, ni de esa lengua en la vida cotidiana (al estilo de los nativos americanos y la industria del juego en Nevada y Arizona).

En este caso, el idioma del enclave, 60 años después, sigue siendo clarísimamente el español. Varios estudios dicen que en gran parte debido a la gran influencia de los medios de comunicación. Pero hay otras razones. En cualquier caso, suficientes años para ver qué ha pasado con la manida tercera generación. Un 75% de las empresas del condado de Miami-Dade están hoy en manos de cubano-americanos. Y la definición de enclave étnico podría aplicársele perfectamente. Esto a nivel práctico tiene una ventaja, que la adaptación del inmigrante es instantánea, pero en este caso la lengua actúa como un bien de club, casi por entrar en los círculos donde se habla permanentemente español, se está aceptando la ideología del exilio. Se utiliza la lengua para vincular a esa comunidad y protegerlos de aquellos otros que no comparten esa ideología, además, minimiza al extremo el contacto con los anglosajones y los aísla de la cultura anglosajona. Esta integridad es posible por dos razones: la gran variedad de empresas en todos los ámbitos, y la variedad de instituciones civiles que hace que haya una “integridad institucional” (Pérez, 1992). Una actividad empresarial que llegó a los medios de comunicación para influir en el exilio, y se convirtió de paso en un gran canal de comunicación de masas en castellano.

Quizás alguien se pregunte por qué en este caso ha triunfado y en otros casos anteriores no lo hizo (con el alemán, el sueco, el holandés, ...). Las causas son varias: primero, esos emigrantes conservaron la lengua a toda costa para proteger su identidad y su cultura, entre otras razones porque siempre pensaron (los de la primera y segunda oleada) que antes de finalizar el siglo volverían a su tierra. Y evidentemente, no querían perder su “*cubanía*”. Miami, era sencillamente su hogar temporal. En segundo lugar, precisamente porque estaban seguros de que algún día volverían, crearon instituciones civiles paralelas que hicieran “funcionar el otro gobierno” y la sociedad civil en Miami, a favor de la causa, y preparados para volver. En tercer lugar, esas primeras oleadas sabían que, aunque su deseo fuera volver, lo que probablemente ocurriría es que, para sus hijos y sus nietos, ya nacidos en territorio americano, Cuba ya no les fuera un lugar tan cercano y no quisieran volver. El miedo a perder a esos hijos y nietos antes de volver les aterraba, y decidieron empujar, por decirlo suavemente, a utilizar el español en casa. Ese podría ser el caso del excandidato republicano Marco Rubio, hijo de emigrantes cubanos de primera oleada. Y se fueron creando instituciones y empresas, y la población llegó un momento que casi igualó a la anglosajona. De hecho, en 1973 una ordenanza convirtió al condado en bilingüe. Hubo un retroceso porque el 51% de población, anglosajona, llegó a anular el decreto en 1988. Sin embargo, la inmigración, no paró y no paró y no paró, y finalmente en 1993 la enmienda fue derogada. En el condado de Miami-Dade, el español sigue siendo oficial actualmente.

Pero y ¿qué ha ocurrido con esos hijos y nietos de los inmigrantes? La experiencia debería decir que el idioma debería desaparecer a la tercera generación, pero en este caso de los cubanos no ha ocurrido. ¿Por qué? La razón puede estar en el que primero hizo sonar “la voz de alarma”, Samuel Huntington, el autor de *Choque de civilizaciones*, que en 2004 “alertó” sobre el hecho de que Miami, era dentro del top 10 estadounidense de áreas metropolitanas, la primera en la que se discrimina a los hablantes monolingües nativos en inglés en el mercado de trabajo. Aunque más bien, habría que decir, que lo que ocurre es que se discrimina también a los hablantes monolingües nativos en español si no saben inglés. Es decir, en esa área metropolitana o eres bilingüe o no tienes nada que hacer. No es que exista una prima laboral, que existió allá a finales de los 90, sino que ahora o sabes los dos idiomas o tus posibilidades de insertarse en el mercado laboral se reducen drásticamente. Es decir, que esa aculturación se produce precisamente porque existe una recompensa laboral por utilizar el idioma. Y así tenemos a anglosajones que también se han convertido en hablantes de español, no de forma nativa, pero suficiente para hacer negocios o tener un nivel independiente.

Así tenemos una curiosa conclusión, que la aculturación lingüística del país de destino no es en absoluto excluyente de la conservación de tu lengua y cultura de origen y que las lealtades pueden no solo estar repartidas, sino incluso, como hemos visto, más a favor de la patria de destino, pero eso sí conservando la cultura de origen. Pero hasta tal punto es esa lealtad por la patria de destino que, a pesar de la fuerte inmigración hispana a Florida, el estado sigue siendo un bastión conservador del Partido Republicano, y ha hecho decantar elecciones como en el caso del expresidente Bush Jr o en el caso del actual presidente (junto con otros estados). Y no parece que los Marco Rubio y compañía tengan mayor problema por integrarse en la sociedad y los círculos de poder estadounidenses en sólo una generación. Quizá si los apocalípticos del “English only” se dieran una vuelta por Miami-Dade y Florida, su pensamiento cambiaría. Ser estadounidense hasta el tuétano sí, fusionarse en un solo crisol no. ¿Qué problema hay con eso? Y también podemos observar que, si existe una prima económica y una utilización laboral, el bilingüismo educativo no cobra tanta importancia, aunque sigue siendo clave.

4.3.3. Realidad económica. Puente entre culturas y economías.

Así mismo, de este interesante enclave algo más nos ilumina. Empecemos con una pequeña anécdota. Vayamos de vuelta al año 1960. Miami, era la 15 área metropolitana del país, no es que fuera irrelevante en el país en aquel momento, pero era sencillamente un área media, una Dublin, una Copenhague, a escala europea de hoy en día, casi centrada en lo turístico, o casi diríamos de provincias, algo así como lo que es Alicante hoy en día en España. Su renta per cápita estaba por debajo de las grandes áreas del país. Todavía recuerdo una conversación con un excompañero de trabajo de origen francés en 2001 y debido al trabajo de su padre, él había residido en Nueva York una buena parte de su vida (en los 80). Recordaba que él había estado 3 o 4 veces en Miami. Y le pregunté por Miami. «Sí, está bien, ... bueno para ir de vacaciones, no ocurre nada allí. Por supuesto, no es Nueva York, pero ni siquiera Boston o Filadelfia, por nombrar dos». La verdad es que me dijo que no había vuelto desde los 80. Un día, hace relativamente pocos años, y dado que por su trabajo se vio obligado a residir en

Buenos Aires se hicieron “una escapada”, él y su familia, a Miami, y me comentó por WhatsApp que no podía creer lo que había visto. Supongo que recibió el mismo impacto que la primera vez que un servidor estuvo en Shanghai en 2007, y me costaba asimilar que, en un espacio tan corto de tiempo, la ciudad hubiese evolucionado tanto, a raíz de fotos de Shanghai del año 1990. Parecía materialmente imposible de que eso fuera posible.

¿En qué se había convertido Miami? Efectivamente, el área metropolitana de Miami ha pasado de ser un área sin demasiada relevancia a uno de los motores o grandes nudos de la economía del país. Es la 7ª área metropolitana del país en población, ha superado a Filadelfia y Boston, ha casi multiplicado su población del área metropolitana por 6 y no deja de crecer a dos dígitos desde hace muchos años, junto con las restantes áreas del suroeste. La economía de Miami no ha dejado el turismo, pero se ha vuelto enormemente diversificada. 1.400 compañías multinacionales están radicadas en el área. Es el 9º puerto por volumen de contenedores del país. Se ha convertido en un centro financiero de primer nivel con la localización de 100 bancos con la más alta concentración de bancos internacionales de la costa este exceptuando Nueva York. Existen 64 consulados extranjeros, 23 oficinas extranjeras comerciales de comercio y 32 cámaras binacionales de comercio extranjeras. Es, sin duda, un centro de la industria musical de primer orden y el primero a nivel hispano. Numerosas multinacionales tienen allí el cuartel regional general de sus negocios en Latinoamérica. Y podríamos seguir dando datos y más datos de su tremendo empuje y evolución. Pero sobre todo de cómo su economía se ha vuelto enormemente atada y dependiente, tanto del mundo hispano como de Latinoamérica. No en vano ya es llamada popularmente en los Estados Unidos como “The Gateway of the Americas” o “Capital of Latin America”. No dispongo, y no he leído investigaciones que demuestren (como existen en el caso de España vs Latinoamérica) la relación que pueda existir entre que Miami haya emergido como lo ha hecho en estos últimos 50 años, con el hecho de que sea un mercado bilingüe, y de cómo ha podido influir la lengua y sus relaciones con Latinoamérica. Pero parece bastante obvio que sí lo es. ¿Por qué no lo han hecho Atlanta o Nueva Orleans? El caso de Miami parece bastante obvio, pero intuitivamente podría decirse lo mismo de Dallas (área metropolitana número 12 en 1960) o Houston (área metropolitana número 17 en 1960) o incluso Los Ángeles que era la número 2 pero poco más que Chicago. Los Ángeles pronto estará en disposición de disputarse el primer puesto con Nueva York. Dallas es hoy, sin lugar a ninguna duda, el área número 4 del país por población y la 5ª por PIB. Si sigue aumentando a ese ritmo de dos dígitos, pronto se comerá a Chicago en población y a Boston en PIB. Y no es el petróleo, el petróleo ya venía fluyendo desde mediados del siglo XIX. Houston es hoy la 5ª por población y la 7ª por PIB. Pero es que Phoenix ni siquiera aparecía entre las 25 mayores áreas metropolitanas del país en 1960. Actualmente es la 10ª. No puede ser casualidad que todos los estados del sur estén emergiendo. Probablemente esa emigración tiene que estar influyendo, y seguro que su relación con Latinoamérica tiene mucho que ver con ello. Y la lengua posiblemente esté influyendo también. Es ese “efecto palanca” que reduce costes, amortigua distancias, y produce efectos multiplicadores y externalidades el que parece que ha influido en esa explosión de Miami.

De hecho, parece como si el “efecto Miami” hubiera tenido un efecto en el suroeste y sobre toda la comunidad latina y hubiera sido un faro. Miami superó ampliamente a Dallas y a Houston en población en los 80 y principios de los 90, pero a partir de ahí esas dos ciudades han emergido como colosos a la vez que llegaba más y más inmigración latina.

Aunque lógicamente la aculturación ha sido totalmente distinta. Daría la sensación de que muchos latinos viendo lo que ocurría en Miami, dijeron: “Sí se puede”.

4.3.4. *Lengua e ideología. Y preferencia de uso de la lengua.*

Para acabar hablemos de esa encuesta de Cuba (IPOR-CRIFIU, 2004), que se ha venido llevando a cabo anualmente desde 1991, y que muestra la relación de la preferencia del uso de la lengua entre los cubano-americanos y su ideología del exilio. Según comenta Guillermo Grenier en su ensayo *Enclave, ideología y preferencia lingüística entre cubano-americanos*, la encuesta llama ideología del exilio a una ideología que tiene cuatro características principales: «1) primacía de la patria y amor a Cuba, 2) hostilidad inflexible al Gobierno castrista; 3) la emotividad, irracionalidad e intolerancia en todo lo que tiene que ver con ese discurso, 4) una lealtad política manifiesta al Partido Republicano». Y en este caso, según comenta el autor, ha tenido mucho que ver el hecho de que la lengua es la herramienta para comunicar “el evangelio del exilio”. Los cubano-americanos más propensos a la ideología del exilio prefieren los medios en español porque todos tienen esa ideología, aísla a los cubanos de interferencias externas en relación a este tema. De hecho, los que leen en inglés se separan un poco de esa ideología del exilio. Como dice el autor: «lo más importante para nuestro análisis es la equilibradora fuerza de la preferencia lingüística en la predicción de la ideología del exilio». Quien habla español constantemente, y sólo ve medios en español todos los días, es furibundamente anticastrista y vota al Partido Republicano. Si no hablas el español con constancia, y recibes las noticias en inglés, esa lealtad baja a la mitad. Es curioso, y merece la pena resaltarlo, porque ahí ciertas políticas anti-español han desaparecido, y no parece molestar mucho que la gente hable en español. Y el apoyo del Partido Republicano ha sido constante desde principios de los 90 especialmente en esa primera y segunda oleada de inmigración.

¿Y cómo se han trasladado esas dinámicas a la segunda y sucesivas generaciones? Pues estas generaciones, así como las oleadas tercera y cuarta de inmigración, han conservado la lengua, pero por otras razones. Como señala Guillermo Grenier en su ensayo «se podría esperar que el aislamiento del enclave, junto con la densidad de sus vínculos sociales, reforzarían la memoria cultural cubana, y facilitarían la transmisión del español como una lengua pública y privada, con su valor como capital cultural». La realidad es otra. A las nuevas generaciones nacidas en Estados Unidos, y a la 3ª y 4ª oleada de inmigración, ese mensaje ya no les llega tanto, especialmente a los nacidos en Estados Unidos. Además, esa segunda y tercera generación son mucho más propensos a sentirse e identificarse como estadounidense que cualquier otro tipo de estadounidense de segunda generación de cualquier raza. Entonces, ¿por qué siguen hablando español? ¿por qué lo conservan? La encuesta dice que tienen una extraordinaria confianza en que hablando español además de inglés tendrán una progresión laboral sin un gran esfuerzo académico. Es decir, progreso si estudio, pero puedo progresar tanto o más si no estudio (estudios universitarios) porque el español me da esa ventaja. Y si tengo ambas (estudios universitarios y el español) cosas soy imparables. Y eso para ellos es determinante.

La comparación entre la emigración cubana y mexicana es muy útil. Determina hasta qué punto es importante lo que se llama como “contexto de recepción” (Portes y Rumbaut,

2006), porque cuando se enlazan las políticas humanitarias con la inmigración, los ayudas e incentivos a la educación y a la inserción laboral, y la concesión de derechos ciudadanos, se logra una asimilación exitosa y una mayor ascendencia social, como ha sido el caso cubano. Entre los cubanos que han recibido una favorable recepción, los índices de criminalidad no pasan del 5% y están por debajo del anglosajón blanco. Sin embargo, por ejemplo, entre los dominicanos que han enfrentado tanto pobreza como una fuerte discriminación racial, tales índices se acercan al 20%.

Concluimos este epígrafe reafirmando que ciertos factores internos parecen ganados (demografía, natalidad, medios de comunicación, orgullo por hablarlo en la esfera familiar y pública), y que va a depender todo más de factores exógenos: el bilingüismo (aunque parece que la lucha va a ser permanente y se convertirá en un factor interno), la prima laboral, y la resistencia de ciertos sectores de la sociedad estadounidense. Si hay prima laboral, el bilingüismo se terminará aceptando porque nadie querrá perderlo. Ya sea por la vía pública o privada. Por tanto, parece que una de las claves para que el español se mantenga es su prima laboral, su demanda en el mercado americano. Y con el ejemplo de los cubano-americanos, parece claro ver que esa prima existe, y va por la vía de las relaciones más intensas con América Latina, como ha demostrado el “efecto Miami”. Así mismo, el “efecto Miami” ha demostrado que se puede ser estadounidense hasta el tuétano y no dejar de lado tu antigua cultura y lengua.

Y para ese segundo factor exógeno, que creo que es la resistencia de cierta parte de la sociedad americana, creo que habría que darles otro argumento de peso. El geógrafo y experto en economía pública Richard Florida lo menciona en su libro *Las ciudades creativas, 2009*. Relaciona de forma lineal la diversidad (de género, raza, lengua, inclinación sexual...) de ciertos enclaves con su capacidad para ser más creativos y, por tanto, tener mayor productividad. Cada vez son más los estudios que lo confirman, y a nivel local podemos nombrar a la neurocientífica Mara Dierssen, del Centro de Regulación Genómica de Barcelona, y una de las mayores expertas a nivel mundial en Síndrome de Down. Aun no siendo la diversidad su puro campo de especialidad, como neurocientífica de primer nivel, ha relacionado como la diversidad tiene un impacto sobre la plasticidad y la creatividad del cerebro. *El cerebro artístico: La creatividad desde la neurociencia* (Materia, 2016). Siguiendo estas teorías las ciudades más diversas, como son Los Ángeles, San Francisco, Phoenix, San Antonio, Nueva York, Houston, Miami, ... serían aquellas que tendrían mayor productividad y capacidad de progresar. Creo que merece la pena nombrarlo ante las resistencias de ciertas partes de la sociedad norteamericana.

4.4. El español como puente intergeneracional entre migrantes de diferentes generaciones

No por breve este epígrafe deja de aportar valor a la argumentación que venimos siguiendo. En esta parte, me propongo resumir el conocimiento presente que se tiene respecto al papel del español en los procesos de asimilación de migrantes de primera y segunda generación. Parece obvio que la adaptación a un nuevo medio social viene bastante determinada por la lengua que se habla y la lengua de destino. Razón por la que vamos a analizar cómo utilizan los migrantes hispanos en Estados Unidos las dos lenguas, el inglés y el español. Antes

vayamos con una pequeña explicación de cómo ha sido utilizada la lengua entre los migrantes que llegaban a Estados Unidos.

Esa capacidad de los Estados Unidos de ser capaz de doblar su población cada 50 años, incorporando migración de muy diversos países, y mantener el tremendo éxito social, político, cultural y económico, en su conjunto, es algo inaudito y rara vez visto en la historia. Quizás solamente durante el Imperio Romano. En cualquier caso, ese proceso no ha estado exento de problemas, y de una muy alta discriminación étnica y racial. Los descendientes de los inmigrantes alemanes fueron vilipendiados durante décadas por políticos tan relevantes como Franklin, y, sin embargo, ahora son la población más numerosa en Estados Unidos. Y entre ellos hay muchos que comparten, hoy en día, las opiniones de Franklin, pero con respecto a los migrantes procedentes de Latinoamérica. En cualquier caso, esa migración ha sido producto, mayormente, de un efecto demanda por el dinamismo de su economía. Ciertamente, que existe un componente oferta, que es la atracción que existe por formar parte de esa sociedad, pero el componente demanda es el más importante. En síntesis, menciono esto porque el mercado de trabajo ha tenido un enorme efecto sobre esa migración, y ello ha supuesto una interacción continua entre los trabajadores con aquellos que los emplean y los agentes del estado federal. «La consolidación de los sindicatos, la creación de la infraestructura física para sostener la vida tanto urbana como rural y la renovada participación cívica en un contexto de pluralismo étnico y racial han sido importantes logros del sueño americano» (Patricia Fernández-Kelly, 2013). Y para las autoridades, la argamasa de todo eso, no podía ser otra cosa que el idioma. Era algo así como un contrato social en el que los migrantes se comprometían a dejar atrás su lengua, y a cambio obtenían una serie de beneficios sociales que no tenían en sus países de origen. Todo ello se ve aderezado porque confluyen en el mismo momento, por un parte, la llegada más masiva de inmigrantes a Estados Unidos a finales del XIX y principios del siglo XX, con, segundo, los debates más exacerbados en relación con el bilingüismo. Había una tradición literaria “científica” en Estados Unidos sobre la falta de conocimiento en inglés y bajos niveles de inteligencia, pero, en ese momento, se le adorna con la existencia de una relación causal entre ambos, y ello tiende a reforzar el prejuicio público. Y realmente lo que ocurría es que los grupos de migrantes, los exámenes y las calificaciones a los que los sometían no eran producto de su inteligencia, sino de su posición social en su país de origen. Lo importante aquí es que se vio el bilingüismo como un factor que retardaba el aprendizaje del inglés, y, por tanto, la capacidad de asimilación social, y de adquirir membresía en la sociedad norteamericana. Y nadie había hecho un esfuerzo tan grande de migración para quedarse atrás.

Todo eso empieza a cambiar a partir de los años 60 del siglo XX, donde, por primera vez, varios autores, llegan a la conclusión, con estudios de una muy sólida base científica, que el aprendizaje simultáneo de dos idiomas facilita la capacidad cognitiva, el desarrollo más amplio de capacidades analíticas y mayores logros escolares. (Pearl y Lambert, 1962)

En el contexto crecientemente pluralista que prevalece en la actualidad en Norteamérica tal conclusión es altamente significativa ya que se relaciona con lo que Portes y Rumbaut (2006) llaman “la aculturación selectiva”, es decir, procesos según los cuales los hijos de inmigrantes retienen de forma deliberada elementos del acervo cultural paterno y materno como medio de adaptación exitosa en el país receptor. Contrariamente a supuestos anteriores favorecidos por teorías de asimilación en el siglo XX, las vías más eficientes y rápidas para la asimilación social y económica entre los hijos de inmigrantes comprenden la manutención de patrones de vida y esquemas culturales

del país de origen, incluido el idioma paterno (Portes y Zhou, 1993; Portes y Rivas, 2011) (Patricia Fdez-Kelly, 2013)

Es algo así como si alguien que vive en un país de ingreso bajo pensara que su decisión migratoria, y de compromiso con un país de ingreso alto, fuera mayor y más motivante si le dejaran mantener su cultura. Sin menoscabo alguno de la firme voluntad de aprender el idioma de destino, como factor clave de movilidad ascendente, y membresía en la sociedad de destino. Es más, según demuestran Portes y Rivas (2010), es precisamente el abandono de reservas de valores originarios, y normas de sus países de origen, lo que influye en la movilidad social descendente o nula. Y es el mantenimiento lo que produce una mejor movilidad social.

Con respecto a los 57 millones de hispanos una gran mayoría son ciudadanos de nacimiento. Hay un 10% que ha nacido en el extranjero y tienen ciudadanía americana y hay un 25%, aunque nacidos en el extranjero, que reside legal y permanentemente en el país, pero sin ciudadanía lo cual no les permite votar y otros privilegios asociados a la real ciudadanía. De esos, existen 12 millones que están en situación ilegal (no tienen residencia ni ciudadanía), muchos de los cuales llegaron siendo menores a los Estados Unidos.

¿Y cómo utilizan todos ellos el español? Según informes del Pew Hispanic Center (2004) en segunda generación hay un 47% de bilingües, que en tercera generación baja al 22%. Podría pensarse que existen una tendencia clara a que desaparezca, pero también hay que hacer notar que los emigrantes de reciente llegada, a partir de los 90, tienen una tendencia a mantener su idioma de manera más intensa y frecuente en el uso, algo que viene determinado también por la concentración de hablantes de herencia en el suroeste. Así mismo, se produce un efecto distinto entre los de primera y segunda generación ya que para los de primera generación el idioma dominante es el español en un 72% vs 4% el inglés. En segunda generación el español ya solo es dominante para el 4% y hay un reparto a partes iguales (48%) entre bilingües y dominante inglés, pero el idioma con la primera generación sigue siendo el español. En la tercera generación es el inglés el que se hace dominante (78%) por un 22% de bilingües. La influencia de tener 3 a 4 abuelos nacidos en el extranjero o ambos padres nacidos en el extranjero marca bastante que el idioma se conserve en casa con un 85% de prevalencia del español como lengua hablada (Encuesta IMMLA, Rumbaut al. 2005)

Así mismo, el estudio de Portes y Rumbaut (2006): 237 pone de manifiesto que, aunque el inglés se convierte en idioma dominante, el bilingüismo en tercera generación está asociado a altas aspiraciones en la educación, alto nivel de autoestima y bajos niveles de depresión. Varios estudios etnográficos como demuestra Fernández-Kelly (2008) en su estudio demuestra que a mayor uso del español entre los de segunda y tercera generación existe un mayor logro académico y social. Es decir, que existe una alta relación entre el avance social, la prima económica y el mantenimiento del idioma. Tanto del estudio de Portes y Rumbaut como los estudios del Pew Hispanic Center como del estudio de Richard Alba et al. (2002) se desprende que: 1) el bilingüismo predomina entre los de segunda generación, 2) la reversión al inglés es especialmente fuerte en la tercera generación y 3) la persistencia del español más allá de la tercera generación es especialmente fuerte en las zonas fronterizas, principalmente en Texas y Arizona que mantienen lazos ancestrales de proximidad física con México, al igual que lo que ocurre con Miami. Es decir, que a falta de

la prima económica existe esa prima de puente entre culturas. A ello habría que añadir que en la sociedad americana se está produciendo un cambio en la filosofía social que se caracteriza por una “creciente aceptación de formas de vida y expresiones idiomáticas procedentes de otros países” (Alonso, 2004). Ahora mismo lo que prima en la sociedad estadounidense, pero especialmente entre los hijos de los inmigrantes es la agregación de su cultura y su lengua a la sociedad americana y al inglés. Ni abandono, ni amnesia, ni ruptura, al contrario, agregación. Y para muestra un botón. Según el informe del Pew Hispanic Center de 2015 el porcentaje de latinos que hablaban español en 2006 era un 78%. En 2015 ha bajado, pero sigue siendo alto: un 73%. Y eso con tasas de inmigración decrecientes.

Esta sociedad del suroeste es transfronteriza, mantiene unos lazos, económicos, culturales, políticos y de relaciones sociales muy amplios con la sociedad de origen. Ello es debido al avance y abaratamiento de las telecomunicaciones, y del transporte. Esto es un factor muy importante de apuntalamiento, ya que esas relaciones transfronterizas intensas eran casi imposibles de mantener hace solo 50 años.

Quizás es esa herencia la que hace que, según Alba y Nee en *Remarking the American Mainstream*, pág. 223, el porcentaje de inmigrantes latinoamericanos que se resisten a hablar sólo inglés en casa, es sustancialmente más alto que los inmigrantes chinos o coreanos. Cuando en el caso de la segunda generación entre un 85% y un 90% de los latinoamericanos siguen hablando español en casa por sólo un 30% de los chinos, cuando en la 3ª generación el 50% de los latinos lo hacen en comparación de sólo un 10% de los chinos de tercera generación, es que hay un atisbo de esperanza y hay una memoria histórica y cultural.

Podemos aún añadir otro dato revelador, de un estudio de Fraga, et al. (2006) en el que demuestra que las tendencias lingüísticas revelan el mantenimiento del idioma en la cuarta generación con una utilización solo ligeramente menor que en la tercera generación, y en el que el 91,3% de la cuarta generación contestaba en inglés a la encuesta y todos (incluso los que contestaban en español) tenían un dominio sólido del inglés, con casi dominio absoluto del mismo. Y un 60,5% demostró tener un dominio absoluto del español.

4.5. Los medios de comunicación en español.

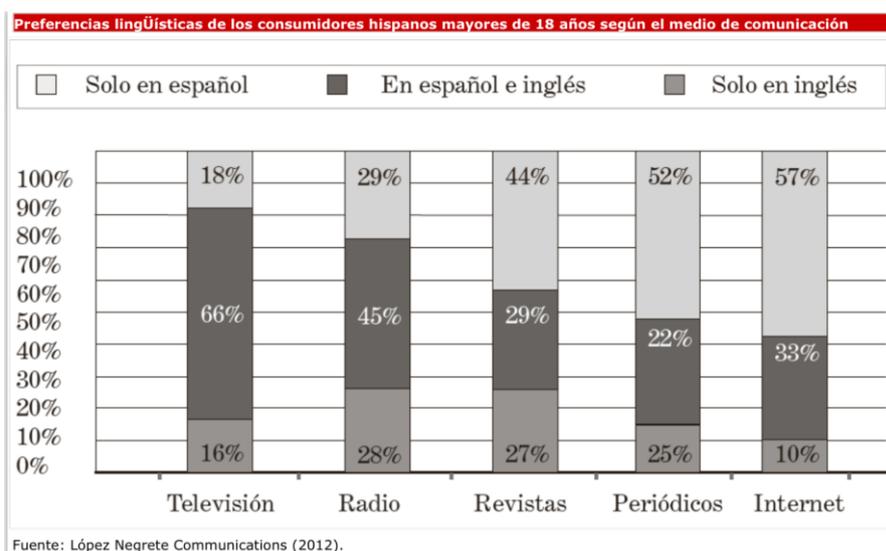
Otro de los factores que puede tener una especial relevancia con respecto a la preservación del español en los Estados Unidos es el papel de los medios de comunicación. Y ese rol va mucho más allá de ver las noticias y el entretenimiento en español, generalmente a través de la televisión. Además, ninguna otra lengua que estuvo cierto tiempo viviendo en los Estados Unidos tuvo a su alcance una herramienta tan poderosa como esta. Una herramienta que además tiene su sede en el seno de los Estados Unidos.

Hay un efecto que lo cambia todo y es Internet, porque absorbe y transforma la forma y el contenido de los otros medios. Ese uso ha sido especialmente significativo entre la comunidad latina de Estados Unidos, incluso por encima de la angloparlante. Y eso ha incrementado sustancialmente la importancia comercial, política y cultural de los medios de comunicación al servicio de esa comunidad, y, por tanto, del español. Y aquí hay que hacer referencia a tres aspectos: 1) la evolución y situación actual de los medios hispanos con el mercado angloparlante, 2) el papel de la Academia Norteamericana de la Lengua Española

(ANLE) y su influencia en la educación bilingüe y 3) el uso del español en los medios de comunicación no hispanos a través de la competencia discursiva en las universidades, partidos, gobierno federal, etc. ...

Respecto al primer punto, hay que comentar, que según el estudio del Pew Hispanic Center de 2011 los medios hispanos continuaban en ventaja sobre los del mercado en general, en términos de crecimiento de consumo, alcance, nacimiento de empresas e inversión. Son destacables los datos de la televisión, que al contrario que los del mercado anglosajón, no sufrieron ninguna merma, y hubo incrementos de títulos y facturación. El número de periódicos hispanos continúa estable con un ligero repunte. Al igual que el número de emisoras de radio hispanas, estable en su número, que se acercan al millar y que son una mina de oro del mantenimiento del idioma, especialmente entre la población analfabeta y los trabajadores del campo, facturando más por minuto que la radio en inglés. Como muestra de estos medios tradicionales solo un botón. En julio de 2013 la cadena Univisión quedó por primera vez como la cadena con más cuota de pantalla de entre todas las cadenas de Estados Unidos, relegando a la conservadora Fox a un segundo puesto y a la histórica NBC a un tercer lugar. Ciertamente es que la audiencia hispana se concentra mucho en esa televisión, mientras que la audiencia anglosajona se reparte entre las otras cinco cadenas generalistas (Fox, NBC, CBS, ABC y CNN), pero no deja de ser significativo y se ha mantenido a lo largo de estos años entre las cinco primeras, y con porcentajes de cuota de pantalla siempre relevantes. La televisión se perfila no solo como el medio más influyente de cara a preservar el idioma, sino también para difundir el sentido de identidad cultural. Las telenovelas están teniendo un impacto especialmente fuerte en este sentido, con alguna de ellas como *Vidas Cruzadas*, extendiéndose incluso a internet a través de la “webnovela”.

En cualquier caso, como vemos en el gráfico, hay una preferencia lingüística clara de la utilización del español entre los consumidores hispanos en todos los medios de comunicación, salvo en la radio y televisión en la que el uso se reparte al 50% con el inglés.



Y ya se sabe, que, si se está en contacto permanente con la lengua, tanto de forma oral como escrita, la lengua no se pierde. Especial relevancia tiene la lectura para la conservación de ese vocabulario y esa gramática, algo muy recomendado por profesores de ELE. Aquí la balanza está claramente a favor del español.

Por lo que respecta al segundo aspecto, la ANLE cada vez tiene más presencia mediática y académica. Es especialmente activa, no tanto en la homogeneización del español que se habla en Estados Unidos, que es tarea prácticamente insalvable por la diversidad de categorías nacionales de los hispanos, y porque es una lengua que se ha horizontalizado, como sí en la presencia de la ANLE en los medios de comunicación, y en su contribución permanente a todos los estudios, trabajos, y obras de conocimiento y difusión de la lengua y cultura hispánicas en los Estados Unidos.

Por último, según Tomás López-Pumarejo (2013): «en Estados Unidos existe por el momento una complicidad entre la cultura de masas, la mercadotecnia, la política partidista y las instituciones de enseñanza en el sentido de que el patriotismo y el emprendimiento son hoy valores menos promovidos que la justicia social o la importancia de las personas». Podría parecer contradictorio viendo la victoria del presidente Trump en noviembre de 2016, pero de alguna forma su victoria es también una respuesta a ese pensamiento único por parte de los medios de comunicación, salvo la Fox. Es un hecho que la cadena de mayor audiencia es conservadora, la Fox, pero el pensamiento generalizado en las otras cadenas incluso las de habla hispana son contrarias a la Fox. ¿Y qué tiene que ver eso con que los medios de comunicación preserven el español? Aunque pareciese que no tiene influencia, la tiene y mucho.

Al final a esas cadenas, y desde la lógica de las ventas y del marketing, les conviene vender y definir a los hispanos como un mercado étnico. Por su tamaño (mayor que el de España) no debería de ser así, pero pensarlo como un mercado aparte del anglófono con una serie de características peculiares, aunque no las tuviera, facilita la segmentación, lo cual organiza la creación y venta de productos especiales para esa comunidad. Es esa mezcla de segmentación y masificación la que hace que se produzcan servicios gubernamentales y educativos que de otra manera no existirían. Además, amplían su radio de acción no solo a los hispanos, sino también a los que están interesados en ese mundo. Y al final esos ciudadanos son votantes, y, por lo tanto, un mercado que se trata de adscribir a un lado de manera conjunta. Eso hace que el uso de los medios de comunicación en español sea tan importante, y como consecuencia preserve el idioma. Todo el mundo sabe que en el futuro ganar las elecciones en Estados Unidos va a depender sobremanera del voto hispano, y es mejor mantener ese voto hispano compacto y adscrito a un lado que diluido. Y ahí los medios de comunicación en español o debates en español en medios anglófonos resultan claves. Y si a eso unimos el creciente y fuerte interés del mercado anglófono por la cultura y la música de masas hispanas, tenemos el caldo de cultivo perfecto para que los medios de comunicación actúen, tanto como preservador como de amplificador del idioma. Como dice Tomás López-Pumarejo: «Contrariamente a los inmigrantes hispanoparlantes del pasado o incluso los no hispanoparlantes, cuentan con un aparato mediático y político capaz de cambiar el destino del país huésped».

Es pronto quizás todavía para afirmarlo, pero yo soy un firme creyente que al final los hispanos se incorporarán, serán partícipes del sueño americano, sin asimilarse al idioma y cultura dominante, y hablarán fluidamente en español pensando predominantemente en inglés. Y los medios de comunicación influirán mucho. El tiempo y los datos darán o quitarán razones.

V. EL FUTURO DEL ESPAÑOL

5.1. El futuro campo de juego: las relaciones entre Estados Unidos y América Latina.

Hemos visto que ampliar el campo de juego del español, el ensanche cualitativo del que hablábamos en la introducción, pasará en gran medida porque los hispanos de Estados Unidos usen la lengua fuera de su ámbito familiar y de amistades. Y eso es así porque la primera “economía hispana”, actualmente, es la de los latinos de Estados Unidos. Para que ello ocurra es fundamental que exista un rédito laboral para quienes utilicen el español. Ese rédito puede significar una prima laboral, mayores posibilidades de ascenso profesional o una ventaja de reputación social debido a la pujanza de cualquiera de las ciencias o artes que el idioma toque. Para que eso suceda, se antoja bastante clave las relaciones económicas que Estados Unidos mantenga con el mundo hispano, y por extensión con Latinoamérica. Primero, porque hará que el español se convierta claramente en una prima laboral para los hispanos que viven en Estados Unidos, como ha sido en Miami. En segundo lugar, puede hacer que, debido a los factores que vimos en los capítulos II y III, la lengua pueda ser un factor determinante del definitivo desarrollo y despegue de la región, en esa relación conjunta Estados Unidos y Latinoamérica, y, por tanto, de una mayor pujanza del español. Por otra parte, el futuro del español como lengua internacional tendrá mucho que ver con lo que ocurra con el español en los Estados Unidos. Como dice José Luis García Delgado en el prefacio del libro *El Futuro del Español en Estados Unidos*: «Dado el liderazgo que este país americano tienen en la vida económica, científica, política o cultural del planeta, la persistencia del español en su seno como lengua viva... constituirá un poderoso factor de respaldo a la fortaleza del español en los escenarios internacionales».

Resumiendo, nadie mirará ya al español de la misma manera si mañana es una clara lengua internacional de negocios, o si un latino hispanohablante (lo cual llegará tarde o temprano) saliera elegido presidente de los Estados Unidos, y no sólo participara en debates o diera sus discursos en español, sino que además se dirigiera a los presidentes hispanoamericanos en español. O si un 35% de la población científica de Estados Unidos fuera hispana, y publicara todo en español además de en inglés. Probablemente todos estaríamos de acuerdo que el prestigio del español cambiaría.

Es la idea de varios autores como Andrew Lynch (2013:77-78) que piensan con rotundidad que el futuro del español en los Estados Unidos (y quizás a nivel mundial) dependerá de muchas variables, pero en gran medida de las relaciones de este país con otros de habla hispana. De cómo sean los acuerdos de inmigración, de sus relaciones culturales y de turismo, pero sobre todo de sus relaciones económicas. Es también mi visión personal. Dependerá también de las relaciones económicas que tenga con China, evidentemente. Si nos vamos al Anexo I (gráfico 25), vemos que casi un 50% (31% en inglés) de las importaciones en los países hispanohablantes se hacen desde países que tienen o el inglés o el chino como lengua de origen. Casi un 65% incluyendo los países de Latinoamérica. Como el desarrollo de los idiomas no es el fuerte de Hispanoamérica, ello determina que los otros países hayan empezado a hablar en español, lo que puede favorecer su expansión.

5.1.1. Una visión histórica a las relaciones Estados Unidos con Latinoamérica.

Hagamos un repaso a esos 200 años de historia común, aunque no compartida, fuera de sus respectivas metrópolis. Con el objetivo de entender cómo es hoy en día esa relación, y si puede haber un mejor y más intenso futuro, después de unas relaciones que, cuando menos, podríamos definir como turbulentas y convulsas, aunque han tenido algún período bueno.

En el período que va desde que Estados Unidos se independiza en 1783 hasta 1829, en que terminan de independizarse las colonias hispanas, podríamos decir que la relación era más que buena. Para los criollos españoles, los intelectuales y la clase dirigente de Hispanoamérica lo que ocurría en Estados Unidos era fuente de inspiración. Desde Estados Unidos ocurría lo mismo. No en vano Bolívar llegaría a Estados Unidos en 1807, donde su admiración por George Washington, a quien llamaba “El Néstor de la Libertad”, se vio acentuada al conocerle personalmente en audiencia privada. No en vano, ambos habían bebido de las mismas fuentes: Montesquieu, Rousseau, Voltaire, ... Más tarde, cuando Bolívar era conocido con su sobrenombre de “El Libertador”, la familia del presidente de Estados Unidos le envió una medalla con el retrato del presidente estadounidense. En Estados Unidos, casi todas al este del río Misisipi, hay cerca de medio centenar de ciudades con el nombre de Bolívar. Cierto es que Estados Unidos no ofreció un apoyo decidido a Hispanoamérica en sus luchas de liberación, pero ello fue probablemente debido a que ni estaba en condiciones de hacerlo, ni podía vulnerar, al menos *de facto*, el acuerdo tácito de paz y amistad al que había llegado con España (en devolución de la ayuda prestada por España y Francia a la independencia de Estados Unidos), como así declaró el presidente Monroe. Posiblemente lo que más prevenía a los Estados Unidos de meterse en ninguna aventura, es que su ejército (sobre todo su marina) no estaba ni de lejos a la altura del británico, el español o el francés. Y su PIB tampoco. El PIB (PPA) en millones de dólares de Estados Unidos en 1820 era de 12.548, el del Reino Unido de 36.232 y el de España 12.299. No parece que Estados Unidos quisiera meterse en demasiados problemas. No en vano, tuvo que hacer frente a una guerra contra el Reino Unido en 1813 debido al continuo hostigamiento de nativos americanos, financiados por el Reino Unido, para evitar la expansión de Estados Unidos, y que otro estado angloparlante le pudiera hacer sombra. En un enfrentamiento curioso, porque los británicos llegaron a quemar y saquear la Casa Blanca.

Aunque, cuando las más importantes excolonias españolas se habían independizado, el presidente Monroe viendo que España ya sería incapaz de recuperar sus colonias americanas, cambió de bando y mostró su apoyo decidido a las excolonias con el envío de un decreto al Congreso estadounidense pidiendo apoyo para las mismas, el cual fue aprobado y firmado por el presidente en 1822. Por lo que podríamos decir que las relaciones durante los primeros 50 años fueron buenas.

Fue en aquel momento cuando el presidente Monroe dictó la famosa “Doctrina Monroe” de “América para los americanos” mandando un mensaje a las tres potencias europeas (España, el Reino Unido y Francia), ante la restauración monárquica en Europa y el imperialismo creciente que estaban teniendo las dos últimas en África, que ni se les ocurriera aparecer por el continente americano. Un mensaje arriesgado porque todavía Estados Unidos no estaba en disposición de defenderse a sí misma. Francia se expandió por África y el Reino Unido por África y la India. Cierto es que se saltaron la doctrina en alguna

ocasión como con las Malvinas, la Guayana Francesa y la República Dominicana (con un serio aviso de Estados Unidos a España), pero las potencias europeas no volvieron por allí. España fundamentalmente porque ya no podía hacerlo.

Se podría decir que la relación, más que correcta y en sintonía con el mismo destino, empezó a torcerse a partir de la independencia de Texas en 1835, y definitivamente con la incorporación voluntaria de la República de Texas a los Estados Unidos en 1845. Lo que siempre había sido parte del imaginario norteamericano, el llamado, “Destino Manifiesto” de que los Estados Unidos tenían el derecho de tener una nación que fuese del Atlántico al Pacífico, estaba empezando a materializarse, y eso iba a llevarse por delante una parte del territorio de México. Empezaba el choque. Y claro el PIB americano ya no era el de 1820.

En 1870 el PIB de los Estados Unidos era 98.374 millones de dólares de 1990, el del Reino Unido era de 100.180, el de España 19.556 y el de toda Latinoamérica 14.921. Estados Unidos seguía siendo un país aislacionista, aunque seguía sin ver con buenos ojos posesiones europeas en América. Todos sabemos lo que ocurrió en 1898. Estados Unidos definitivamente empieza a verse de otra manera en Latinoamérica. Para principios de siglo, Latinoamérica, aunque con 75 años de retraso, empieza su industrialización

Y llega el momento en que Estados Unidos supera al Reino Unido como primera potencia mundial y sale de su aislacionismo en la Primera Guerra Mundial. Y de alguna manera, puesto que el país había salido de su espacio natural, considera también que todo lo que está cerca de su ámbito de actuación, y lo más cercano a los Estados Unidos son los países latinos, dejando a un lado a Canadá, es parte de su seguridad nacional, en la terminología norteamericana.

El período entreguerras (1913-1950) es muy propicio para Latinoamérica en el que multiplica por 7 el PIB de España, dobla el de China y logra ser un tercio del estadounidense. La relación parecía calmarse y estabilizarse. Estados Unidos empieza a comerciar con Latinoamérica y a invertir. Gran parte de la inversión norteamericana en Latinoamérica se produce en ese período. Las relaciones, no siendo parejas, interesaban a ambas partes.

El resto es historia conocida. Latinoamérica se convierte también en escenario de la guerra fría entre la Unión Soviética y Estados Unidos. Es un conflicto además con grandes componentes ideológicos, y ahí la relación cambia definitivamente. Y la Doctrina Monroe adquiere otro sentido. Posiblemente lo hace de una manera radical con la crisis de los misiles de Cuba. Fueron 40 años muy muy turbulentos. En cualquier caso, parece estar claro que esa doctrina se ha quedado más obsoleta que nunca, como señala el “think tank” US Council of Foreign Relations en su informe: *U.S.-Latin America Relations: A New Direction for a New Reality* (2008) donde recomienda centrarse más a Latinoamérica y de otra manera.

5.1.2. Relaciones actuales entre Estados Unidos y Latinoamérica. Y con China.

Latinoamérica en su conjunto nunca ha tenido un período de tanta, al menos aparente, paz y normalidad como en los últimos 30 años. Después de la “década perdida de los 80” y unos inicios titubeantes en los 90, al final se han estabilizado las democracias, hay acuerdos regionales de comercio (muchos de ellos firmados a principios de los 90). Hoy la gran

mayoría de los acuerdos de libre comercio que Estados Unidos tiene con el mundo los tiene con América Latina. Es el primer inversor extranjero en la región. España es el segundo.

Y como dice el informe citado anteriormente: «desde el punto de vista económico, América Latina es actualmente una de las regiones del mundo con un mercado más abierto, y un proveedor mundial absolutamente crucial de energía, minerales y alimentos».

Y evidentemente hay otro factor clave en esa relación y que cambia la visión: China. La presencia de China en Latinoamérica se hace cada vez más visible (aunque gran parte de ella está centrado en Argentina, Venezuela, Brasil, 55% de la inversión, y Ecuador). Según señala la Dra. Lourdes Casanova de Cornell University en su artículo “The Challenge of Chinese Investment in Latin America” como parte del informe económico “World Economic Forum on Latin America”, 2017:

«Con un comercio exterior de 4 billones de dólares, China es el país comercial más importante del mundo. Además de los EE.UU., también es el socio comercial más importante de 100 países, incluyendo Argentina, Brasil, Chile, Perú y Uruguay.»

» Durante la “golden age” de América del Sur, desde finales de los 90 y principios de la década de 2000, la región dio la bienvenida a China como un facilitador clave de su super ciclo de productos básicos. En la actualidad, China ha pasado de ser un simple comerciante a ser un importante inversor, cuya presencia se hace sentir en sectores primarios como la minería, el petróleo, la construcción, la banca y los servicios públicos. Por mucho que todos admiremos el tremendo progreso económico de China, estos cambios han generado una serie de cuestiones que hay que tener en cuenta:

1.-Velocidad y profundidad

» En sólo 10 años, China se ha convertido en un socio comercial e inversor clave en la región. Su presencia se ha sentido más allá del comercio. China ha empezado a utilizar el renminbi en canjes por valor de 70 000 millones de dólares en Argentina, 27 000 millones de dólares en Brasil y, más recientemente, aproximadamente 3 000 millones de dólares en Chile. ...

» En cuanto al capital de riesgo, China ha aumentado sus inversiones a más de mil millones de dólares en 2017, en comparación con sólo 30 millones de dólares dos años antes, según la empresa de investigación Preqin.

2.-Inversiones unidireccionales

» Mientras que las inversiones chinas se sienten en todas partes, las inversiones latinoamericanas en China se limitan a unas pocas empresas, como las firmas brasileñas Embraer y Vale, y el Grupo Bimbo mexicano. Aunque Asia recibe la mayoría (66%) de las inversiones chinas, América Latina ocupa el segundo lugar, con un 12%, seguida de Europa (7%), Estados Unidos (5%) y África (3,5%). De las inversiones chinas en América Latina, Brasil recibió el 55%....»

China está más bien centrada en Asia ya que la mayoría de su inversión extranjera va a Asia: un 66%, pero a América Latina ya va un 12% de la inversión y en aumento. Según datos del U.S. Bureau of Economic Analysis, 2019, un 60% de las inversiones estadounidenses van hacia Europa, un 16% hacia América Latina y un 15% hacia toda Asia Pacífico y un 7% a Canadá. El partner natural de Estados Unidos es Europa, aunque si sumamos Canadá y América Latina tiene casi un 25% de inversión extranjera en el continente americano.

Bastante más que en Asia. El partner natural de China es Asia. India está volcada mayoritariamente en Asia.

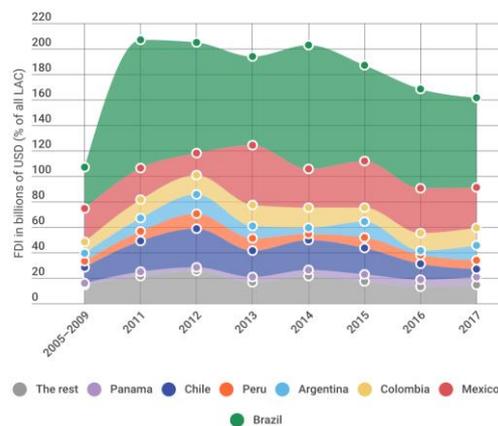
China y Estados Unidos tienen la mayoría de sus inversiones extranjeras en sus áreas de influencia más cercanas ya sean física o culturalmente: China en toda Asia (66%) y Estados Unidos en Europa (60%). Mundo occidental vs mundo oriental. O sea que podríamos decir que, como región en desarrollo, abierta, y en la cual el reparto de inversión extranjera e influencia por alguna potencia dominante no esté tan claro, solo nos quedaría Latinoamérica.

Distinta de esa inversión extranjera estadounidense en China es el déficit comercial. Desde que China entró en la OMC en 2001 y empezó a comerciar con el mundo, el déficit comercial de Estados Unidos con China ha ido en aumento, y la curva ha subido exponencialmente desde 2008. No hay unanimidad entre los economistas si un déficit comercial es inherentemente perjudicial para una economía. Tiene sus pros y sus contras. Depende de varias variables y del tamaño de su economía. Existe más unanimidad en que si ese déficit comercial no va acompañado de inversión extranjera en ese país, se vuelve más peligroso. Y claro la inversión extranjera en China está limitada y además hay que hacer transferencia de tecnología. Lo que parecía que era tan beneficioso hace 20 años, lo de producir a bajo coste, lo de deslocalizar empresas y enviarlas a China a fabricar a bajo costo, ya no parece ser tan interesante por la limitación a invertir, y la obligación a transferir tecnología. Y esto es parte de la agenda norteamericana en materia de economía.

A raíz de los acontecimientos presentes, de las decisiones de la Administración Trump, aunque la agenda para China de los candidatos presidenciales de 2020 no difiere apenas de la de Trump, parece que Estados Unidos quiere tener menos dependencia de China y más inversión en otras partes. Latinoamérica está recibiendo cada vez más inversión en cifras globales, como se puede ver en el gráfico 1 (Fuente: Americas Society Council of the Americas, 2018). Sin embargo, el empuje chino no es a costa de la inversión norteamericana sino de la europea, como se ve en el gráfico 2 con el ejemplo de algunos países. Los Estados Unidos están reforzando su presencia en el área porque saben que es crucial.

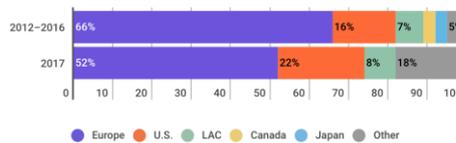
FDI in Latin America and the Caribbean

Foreign direct investment fell 4% to \$162 billion in Latin America and the Caribbean in 2017, compared to a 23% drop globally. The top seven recipients of FDI to the region take in more than \$9 out of every \$10.



Where's the money coming from?

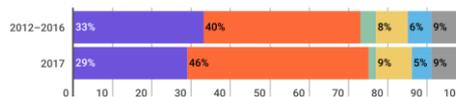
BRAZIL – More than half of the FDI Brazil receives comes from Europe, though Brasilia is less reliant on European money than it was during the five years prior.



COLOMBIA – This country, meanwhile, got more than half of its FDI from Europe in 2017, up from a third during the previous five years.



MEXICO – Mexico was more reliant on U.S. FDI in 2017 than from 2012-2016.



De alguna manera, Europa está ganada para los Estados Unidos, en Asia tienen una presencia no mayoritaria en comparación a China, donde realmente se juega el partido contra China es en América Latina. No puede ser casualidad tampoco que justo ahora en Julio de 2019, con entrada en vigor desde Enero 2020, la Unión Europea haya firmado un acuerdo de libre comercio con el Mercosur.

China ha basado su economía en la exportación y en ir desarrollando poco a poco el mercado interno. Unos 400 millones de chinos ya son parte de la clase media y tienen niveles de vida occidentales. Pero todavía hay grandes partes de la población en zonas rurales. Para el desarrollo de su economía irá incorporando cada vez a más población a niveles de vida occidentales hasta sacar a todo el mundo de la pobreza. Le llevará otros 30 años, pero seguramente lo conseguirá. Las proyecciones de PWC (table B1) y del FMI así lo atestiguan.

Por otra parte, si Estados Unidos quisiera no verse sobrepasado por China necesitaría probablemente doblar su población, mantener ritmos de crecimiento altísimos. Es difícil saber si será capaz de hacer eso, aunque se antoja bastante difícil. En cualquier caso, lo que parece estar claro es que Estados Unidos, como vimos en el capítulo IV, para seguir creciendo a altas tasas, y teniendo en cuenta los bajísimos niveles de desempleo, necesita unas tasas de reemplazo de fuerza laboral que sólo pueden ser cubiertas por una población hispana joven (como luego veremos) y con tasas de inmigración, aunque sea tasas de inmigración dirigidas, en las que probablemente se vaya a un sistema de puntos como en Australia, Canadá y dentro de poco Reino Unido. Por cercanía cultural, física y niveles de vida, esa inmigración sólo parece que vaya a ser dirigida o vaya a venir de Europa o de Latinoamérica, y fundamentalmente desde aquí. Cada vez más y más investigaciones e informes lo dejan claro, los latinos serán clave para el crecimiento de la economía estadounidense y para mantener su competitividad.

Si Latinoamérica es absolutamente crucial para Estados Unidos en términos de frenar a China, en términos de proveerse de mano de obra joven y cada vez más formada y de tasas de natalidad altas, y si, además, es un proveedor crucial de minerales, materias primas y alimentos, parece evidente que tendrá que desarrollar unas relaciones cada vez mejores y más intensas.

Si nos fijamos en el panorama que nos dibuja la consultora PWC para 2050, la capacidad de los Estados Unidos de seguir influenciando el mundo dentro de 30 años, y dando por hecho que va a perder su posición de liderazgo económico en favor de China, posiblemente va a venir muy determinada por el tipo de lazos que pueda desarrollar con sus aliados: los que son base de su origen como nación: los europeos, el mundo anglosajón y ahora los latinos. Y en todos esos factores, el español se presenta como la herramienta más determinante para lograrlo. Está ya probado científicamente ese efecto multiplicador, reductor de costes y amortiguador de distancias de la lengua Y empíricamente no hay mejor ejemplo que lo que pasó con España donde en apenas 12 años fue capaz de ponerse a un nivel similar al de Estados Unidos en IDE en la región. Algo que a Estados Unidos le llevó bastante más tiempo. Por esta razón, la lengua puede servir tanto a tales fines como a servir de puente entre los latinos de Estados Unidos y los latinos de América Latina. La lengua probablemente será el puente y el lazo que los unirá, y el que hará a Estados Unidos posicionarse más rápidamente en la región que cualquier otro competidor salvo España.

Table B1: GDP at MER rankings (at constant 2016 US\$bn)

GDP at MER rankings	2016 rankings		2030 rankings		2050 rankings	
	Country	GDP at MER	Country	Projected GDP at MER	Country	Projected GDP at MER
1	United States	18562	China	26499	China	49853
2	China	11392	United States	23475	United States	34102
3	Japan	4730	India	7841	India	28021
4	Germany	3495	Japan	5468	Indonesia	7275
5	United Kingdom	2650	Germany	4347	Japan	6779
6	France	2488	United Kingdom	3530	Brazil	6532
7	India	2251	France	3186	Germany	6138
8	Italy	1852	Brazil	2969	Mexico	5563
9	Brazil	1770	Indonesia	2449	United Kingdom	5369
10	Canada	1532	Italy	2278	Russia	5127
11	South Korea	1404	South Korea	2278	France	4705
12	Russia	1268	Mexico	2143	Turkey	4087
13	Australia	1257	Russia	2111	South Korea	3539
14	Spain	1252	Canada	2030	Saudi Arabia	3495
15	Mexico	1064	Spain	1863	Nigeria	3282
16	Indonesia	941	Australia	1716	Italy	3115
17	Turkey	830	Turkey	1705	Canada	3100
18	Netherlands	770	Saudi Arabia	1407	Egypt	2990
19	Saudi Arabia	638	Poland	1015	Pakistan	2831
20	Argentina	542	Netherlands	1007	Spain	2732
21	Poland	467	Iran	1005	Iran	2586
22	Nigeria	415	Argentina	967	Australia	2564
23	Iran	412	Egypt	908	Philippines	2536
24	Thailand	391	Nigeria	875	Vietnam	2280
25	Egypt	340	Philippines	871	Bangladesh	2263
26	Philippines	312	Thailand	823	Poland	2103
27	Malaysia	303	Pakistan	776	Argentina	2103
28	Pakistan	284	Malaysia	744	Malaysia	2054
29	South Africa	280	Bangladesh	668	Thailand	1995
30	Colombia	274	Vietnam	624	South Africa	1939
31	Bangladesh	227	Colombia	586	Colombia	1591
32	Vietnam	200	South Africa	557	Netherlands	1496

Sources: IMF for 2016 estimates (updated for Turkey), PwC projections for 2030 and 2050

The long view: how will the global economic order change by 2050?
PwC

Page 68 of 72

Evidentemente América Latina tendrá que poner de su parte, seguir con esa evolución positiva que está teniendo, y que se enfrente con rotundidad a problemas que persisten desde hace décadas como su muy desigual reparto de la riqueza, sus altísimos niveles de violencia, y su baja calidad institucional y altos niveles de corrupción. Signos de esperanza existen como la mejora en sus porcentajes de logro en sus niveles de educación secundaria y sobre todo universitaria. Lo cual puede ser también un factor de mejor integración y prosperidad en la sociedad norteamericana (si siguiese el flujo migratorio), y, por otra parte, la vía segura para que Latinoamérica mejore, por fin, sus niveles de emprendimiento y de progreso económico y social. Para completar esta parte sólo voy a dar unos datos muy breves. La educación superior en América Latina registró incrementos sólo a partir de la segunda mitad del siglo XX. El número de instituciones universitarias pasó de 75, en 1950, a más de 1.500 en la actualidad, que en su mayoría son privadas. El número de estudiantes pasó de 267 000, en 1950, a casi 12 millones, es decir, que la matrícula se multiplicó 45 veces en 50 años. El crecimiento de la matrícula ha llevado a un incremento importante de la tasa bruta de escolarización terciaria: del 2% en 1950, al 19% en 2000 (se multiplicó por 10 en 50 años) al 30% en 2010. Sin embargo, esta tasa sigue siendo inferior a la de los países desarrollados, y tiene un grado de desigualdad ya que el 51% de la matrícula universitaria es en

universidades privadas que tienen un mayor grado de inserción laboral que la pública. En cualquier caso, parece que la época de las oligarquías y los populismos va quedando atrás.

En definitiva, América Latina es crucial para Estados Unidos por ser proveedor de energías sostenibles, alimentos y minerales, y mano de obra joven y bien formada. Y está, más que nunca, interesada en esa área del mundo como un claro aliado y una fuente de comercio bilateral. Para América Latina la relación también tiene beneficios que no tiene con otras regiones. Además de ser proveedor de productos y favorecer sus exportaciones, el hecho de que 1/3 de la población norteamericana sea latina es una fuente tanto de divisas como de interconexión empresarial, y un futuro mercado estable de ingreso alto para las empresas latinas que con monedas más débiles puedan vender a precios muy asequibles para los norteamericanos. Como dice el dicho se juntaron el hambre con las ganas de comer.

La lengua española, argamasa de unión y un pico para crear externalidades, multiplicar efectos económicos y reducir costes y amortiguar distancias. Aunque está claro que para ello será determinante cómo actúe esa fuerza laboral nueva que hay en Estados Unidos y que conserve su lengua. Para acabar el ensayo describámosla.

5.2. Posible persistencia del español en Estados Unidos.

5.2.1. *La prima laboral y el marcador de estatus*

Lo hemos mencionado en más de una ocasión, cualquier lengua que pisó suelo estadounidense se perdió en la tercera generación. Pero ya existen factores en los latinos de Estados Unidos que pueden ofrecer un contrapeso a esa tendencia, aun en el caso de que el bilingüismo institucional en la enseñanza no se implantase, cosa que sí que, aunque incipientemente, se está empezando a lograr. Alonso, Durand y Gutiérrez los mencionan en su ensayo *La persistencia del español en los colectivos hispanos de Estados Unidos* y mencionan muchos factores

el predominio de la familia extendida, el mantenimiento de lazos intensos de carácter transnacional, la fortaleza de sus lazos simbólicos de identidad, la potencia de los lazos endogámicos, las frecuentes visitas de los migrantes a sus localidades de origen, la presencia en Estados Unidos de medios de comunicación de difusión masiva en español, la movilidad ascendente de grupos de colectivos hispanos (los cubanos de forma muy dominante) que han mantenido el español como idioma público (y no solo familiar) o, en fin, el propio proceso de expansión del español a escala global

Ahora bien, todo eso, sin el acompañamiento del bilingüismo (o incluso con él), posiblemente de nada serviría si los propios latinos no vieran en la lengua un recurso valioso para encontrar trabajo, para su ascenso profesional y su movilidad social ascendente o sencillamente para trabajar (como ocurre con algunos cubanos de Miami en la hostelería y algún otro sector en el que se suele utilizar español mayoritariamente). Y la creciente importancia de América Latina, por sus especiales características de proveedor crucial del mundo en determinados sectores, constituye un factor absolutamente clave para que los latinos de Estados Unidos vean la lengua como un recurso útil. Si el país de acogida no solo valora, sino que además da un premio a esas competencias, en forma retributiva y de

prestigio económico, ese valor adicional del activo lingüístico, lo que llamábamos *depósito de valor* en el capítulo II, promueve su conservación.

Esa prima sólo llegará a producirse, cuando una empresa estadounidense, que opere en América Latina, vea que esas competencias son pertinentes. Así en el estudio de Rodolfo O. de la Garza, Jerónimo Cortina y Pablo M. Pinto, enmarcado en el Proyecto Fundación Telefónica (Alonso y Gutiérrez, 2010) investigan de forma precisa este aspecto con datos del censo a partir del 2000, y sus resultados confirman que el bilingüismo está retribuido con salarios más altos. Eso sí no se hace en todos los sectores. El estudio nos revela que hay una correlación negativa en el sector industrial y en puestos de supervisión industrial y en el sector público. Especialmente positiva es en todas las empresas internacionalizadas y que comercialmente trabajan con América Latina.

Alguien podría preguntar y ¿por qué no se comunican en inglés con América Latina como lo vinieron haciendo antes o lo hacen en Europa? Primero en Europa, tendrías que ser plurilingüe por lo que mejor una única lengua y para eso, la de origen. Segundo, en América Latina, la mayoría de la población no tiene un buen nivel de inglés. Tercero, ya está demostrado científica y empíricamente (caso de España) ese efecto multiplicador de la lengua. Si quieres avanzar rápido en la región de destino es mejor que lo hagas en su lengua y con sus claves culturales. Parece que todo son ventajas. Aun así, la empresa se resistiría a utilizar el español, o una lengua más, porque tendría que pagar más a sus empleados e incidir en costes. ¿Por qué lo hace ahora? Hay un dato revelador del estudio que es que la empresa solo toma esa decisión final cuando «el dominio del español por parte del migrante debe ser, así mismo, de suficiente magnitud como para compensar el marcador de estatus que esa lengua tiene». Y aquí es curioso observar que, hasta justamente el año 2000, el marcador de estatus del español era negativo, sin embargo, a partir de ese año, el dominio del español empieza a compensar el marcador de estatus en una incipiente, pero significativa, relación de sectores de actividad (Alonso y Gutiérrez, 2010), y en la sociedad estadounidense. Es por ello que, el 95% de los hispanos en Estados Unidos, cree que conservar y hablar el español es importante para las generaciones futuras y su progreso económico. Los datos del Pew Hispanic Research Center de 2015 lo confirman y dicen que el 73% de la población hispana conservaba la lengua.

¿Y qué ha ocurrido? El estudio no da una respuesta única ya que esto no era el objetivo del trabajo, sin embargo, los autores mencionan como muy probables dos factores: el primero, más enfocado en su valor como recurso y, el segundo, más enfocado a su marcador de estatus. En el primer caso, mencionan el creciente interés de Estados Unidos en América Latina (lo hemos explicado en el epígrafe anterior) por la estabilidad política y crecimiento logrado en los últimos 20-30 años, por la emergencia de empresas latinas a nivel global (a imagen de España), y por la creciente importancia de la economía española a nivel global. El segundo factor viene condicionado por el rápido progreso económico, y mayor prestigio social de los profesionales latinos en Estados Unidos, a lo que yo añadiría, el prestigio ganado por España en Estados Unidos y la Unión Europea.

Por otra parte, había una sensación de marcador de estatus, que flotaba en la sociedad estadounidense, de que quien hablaba español no hablaría bien inglés, o no lo querría hablar bien. Que su uso era muy limitado. Y efectivamente así fue para las primeras generaciones

de inmigrantes, entre los años 1980-2000, en que claramente había una sanción en el salario para quienes tenían un uso limitado del inglés, como demuestran Mora y Dávila (2006a) o Bloom y Grenier (1996) (y no lo hablaban bien porque no podían). Pero ningún emigrante, en su sano juicio, va a anclarse a la lengua de origen en detrimento de no hablar bien el idioma del país de acogida. Porque ya lo acabamos de mencionar, existe un “castigo económico” que nadie quiere, y, segundo, lo demuestran también otros estudios a nivel internacional, como el de la OCDE (2003), en el que se demuestra que existe una correlación directa entre saber escribir, leer y hablar bien la lengua del país de destino, y cobrar al menos un 10% más que los emigrantes que no lo hacen. Era solo una sensación que, finalmente a fuerza de investigaciones y datos, ha terminado de caerse por su propio pie y ha contribuido a que el marcador de estatus del español mejore. Y eso ya ha ocurrido en Estados Unidos.

5.2.2. *El entorno. Distancia geográfica. Distancia psicológica.*

El otro factor clave, además de la prima laboral, es cuando el emigrante mantiene una relación intensa tanto con su comunidad de origen, como con la comunidad que habla tu idioma en el país de destino. Y aquí el avance de las telecomunicaciones, del abaratamiento del transporte aéreo, y de los medios de comunicación han sido cruciales para mantener esa intensidad y frecuencia en el uso. Porque se produce un efecto de dilatación de las situaciones y momentos en los que uno utiliza la lengua. Es como vivir en una situación de inmersión doble que hace que la lengua se preserve. Si además tu marcador de estatus es alto tiendes a utilizarla más. Así mismo, como vimos en el capítulo anterior, es un capital como vehículo de adaptación entre los emigrantes de 1ª y 2ª generación.

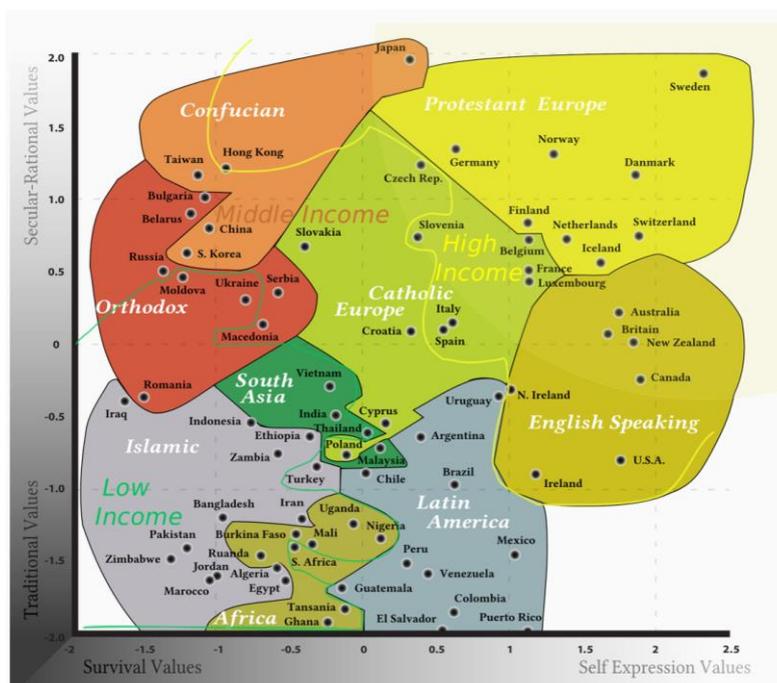
Esos dos factores internos, la prima laboral y el entorno de uso, que el español se ha ganado a sí mismo en estos últimos 30 años, son muy claves en la preservación del idioma en Estados Unidos. Además, hay acontecimientos prácticos que lo refuerzan aún más. En el sector de la agricultura y el de la hostelería la fuerza laboral es mayoritariamente hispana especialmente en determinados estados. Por otra parte, debido a la segregación residencial en Estados Unidos muchos latinos ven que su entorno en la escuela es hispano, aunque sean enseñados en inglés, y tienden a utilizar ese idioma con sus compañeros y amigos. Y evidentemente hay trabas significativas en el mercado laboral, y movimientos “english only”, pero hace ya un par de décadas que se rompió el muro de cristal, y hay un cambio cultural bastante significativo: se ha perdido el miedo a hablar español en la calle.

Por último, hay otro factor que influye en esa preservación del español a nivel interno, y que también depende de los latinos, y es que aun en el caso de que no hubiera prima laboral, o no hubiese una masa de hablantes suficientemente importante en el país de destino para seguir hablando mi lengua, quizás el flujo de emigrantes no pararía, y la lengua se preservaría. Y el flujo de emigrantes viene muy determinado por la lengua. Existen estudios en Estados Unidos como el de Hutton y Williamson (2005), que evidencian la correlación positiva a nivel migratorio entre la lengua del país de destino, y la lengua que hablan los migrantes, o el dominio que tienen de la lengua del país de destino.

Es algo que parece obvio pero que su sustenta también en investigaciones como la llevada a cabo por Alonso y Gutiérrez en 2010 en relación con la migración procedente de

Latinoamérica hacia España. Al haber ya una población de habla hispana del tamaño de España en Estados Unidos, eso puede hacer que su capacidad de atracción aumente. Y no puede calificarse como menor este aspecto. Según estos estudios, hay varias razones por las que un emigrante elige un particular destino para su emigración: coste de acceso al país, oportunidades de empleo permanentes, posibilidades de adaptación lingüística, capacidad de integración social y cultural, y perspectivas de movilidad social ascendente. Parece que Estados Unidos a pesar de sus altos costes de acceso, seguirá siendo atrayente. Seguirá creciendo a altas tasas en los próximos 30 años, (y con una demanda de tasa de reemplazo enorme) lo cual garantizaría las perspectivas de movilidad y progreso económico, y, en consecuencia, las oportunidades de empleo permanente. Si hay un cuerpo de destino en el que mi adaptación lingüística es fácil, y culturalmente me puedo adaptar rápidamente, es más que probable que el flujo no se pare, por muchas trabas que se le pongan. Otra cosa es que el país quiera solo una inmigración formada, por la automatización que se ve venir. Otro tema sería que fuera capaz de absorberlo, pero por las tasas de desempleo que tiene Estados Unidos no parece que eso sea difícil de lograr.

Y curiosamente, la adaptación cultural tampoco es que sea un problema, según el mapa cultural del mundo, según el Estudio Mundial de Valores realizado por los politólogos y sociólogos Ronald Inglehart y Christian Welzel *Changing Mass Priorities: the Link Between Modernization and Democracy* (2010). Al final no parece que los países latinoamericanos estén tan lejos culturalmente de Estados Unidos. Algunos de ellos están más cerca de lo que está España de Latinoamérica o España de Alemania y compartimos un mismo espacio económico y cuasi político. Es evidente que esa cercanía cultural no sólo influirá en la decisión de elegir el país de destino por parte de los migrantes, sino que, además, servirá de factor de aculturación económica para que América Latina mantenga unos lazos comerciales con los países que tiene más cerca cultural y geográficamente, y ese no es otro que los Estados Unidos. Unos valores que como señala Geraldo Rivera (2008) en su libro *His Panic* son bastante más cercanos de lo que pudieran parecer y desmonta el mito de una crisis inexistente, el de la destrucción de Estados Unidos debido a la reciente inmigración.



Una distancia geográfica que también juega a favor de Estados Unidos. En el capítulo II vimos la enorme importancia que tenía en el comercio bilateral la distancia geográfica. El área metropolitana hispana estadounidense **más lejana** a los países hispanos es Los Ángeles con unas 12 horas de vuelo a Buenos Aires. Pero el 50% de la población hispanoamericana (33% de la latinoamericana) se encuentra entre 3 y 6 horas de viaje de las principales urbes hispanas de los Estados Unidos. Algunas de ellas (San Antonio, Houston, Miami) están más cerca de sus congéneres hispanos que de grandes áreas metropolitanas dentro de Estados Unidos. Pekín es la ciudad china **más cercana** a Los Ángeles y está a 13 horas! Y el 85% de la población latinoamericana se encuentra, como muy lejos, a 9 horas de las principales áreas metropolitanas hispanas de Estados Unidos. No existe diferencia horaria o es mínima, lo cual facilita mucho realizar negocios. Son todo factores que juegan a favor del ensamble de América Latina, más con Estados Unidos que con cualquier otra región del mundo. Y ello teniendo en cuenta que, según todas las predicciones que nos aporta el mundo de la aviación, en diez o quince años se podrá volar en la mitad de tiempo. Lo que significaría que el 50% de Hispanoamérica se encontraría entre hora y media y tres horas de las principales urbes hispanas de Estados Unidos, y un 85% de la población hispana se encontraría a cuatro horas y media de esas urbes en el futuro. La cercanía horaria y geográfica serían claramente favorables a ese ensamblaje. Y ya vimos qué importancia tiene la distancia geográfica en el aumento del comercio a igualdad de otros factores. Y la mano de obra china ya no es más barata que la latinoamericana como era hace tres décadas.

5.3. Perfil de los hispanos en Estados Unidos.

Y ¿cómo es esa cabeza tractora? ¿Tiene peso en la economía estadounidense? ¿Es relevante para el futuro de la economía estadounidense? ¿Y para la de América Latina? ¿Qué tipo de población es? ¿Progresará socialmente? Realmente podría ser resumido

5.3.1. Datos económicos

Según el informe *Latino Donor Collaborative report*, de la Latino Futures Research, Junio 2017 sus autores, Werner Schink (Chief Economist of the California Employment Development Department, Chief of California's Job Training Program) y David E. Hayes-Bautista (Economist and Faculty Director for the UCLA Anderson Graduate School of Management's Latino Leadership Institute for Executive Education), nos revelan una considerable información. Este informe inicial ha sido complementado por el *Latino Donor Collaborative report* de la misma institución en colaboración con NERA Consulting Group y el Wells Fargo (10ª empresa del mundo según Forbes, 2019) del año 2019

Hay un hecho, de inicio, ya relevante respecto a lo que ha ocurrido en los últimos 35 años en Estados Unidos. Como dicen los autores:

Durante 35 años, hemos visto converger dos tendencias, primero en California y luego en la nación:

- La generación de la explosión demográfica, en su mayoría no latina, se está retirando de la fuerza laboral, y cada vez más requiere el apoyo generado por los que todavía trabajan.

- La población más joven, en su mayoría latina, está ganando gradualmente una porción cada vez mayor de la fuerza laboral, y su productividad es, y seguirá siendo, un pilar de apoyo para los Baby Boomers envejecidos, en su mayoría no latinos

Respecto a su peso económico ya lo hemos comentado en otro capítulo, pero resumámoslo con las palabras de estos economistas:

«El PIB producido por los latinos en los EE.UU. en 2015 fue de 2,13 billones de dólares.
- Si fuera un país independiente, el PIB latino sería el séptimo más grande del mundo, mayor que el de la India, Italia, Brasil o Canadá. El PIB latino sólo iría a la zaga de los EE.UU., China, Japón, Alemania, el Reino Unido y Francia.
- De las diez principales economías, sería el tercer PIB de más rápido crecimiento. Entre 2010 y 2015 China creció 7,9% de media, India un 6,7% y US Latinos un 2,9% (vs 1,7% de los no latinos en los US)
- El PIB latino de EE.UU. está creciendo un 70% más rápido que el PIB no latino del país.
- Los latinos representaron el 70% del aumento de la fuerza de trabajo de EE.UU. en la primera mitad de esta década.
- A medida que los jóvenes latinos entran en la fuerza laboral y los no latinos de mayor edad la abandonan, el PIB latino representará una porción cada vez mayor del crecimiento total del PIB de los EE.UU., que se proyecta que será el 24,4% del crecimiento total del PIB de los EE.UU. para el año 2020»

El PIB de esta economía latina y el de España Unidos serían como el de Alemania. Es decir, estas dos economías en solitario podrían hacer de cabeza tractora del resto economías latinas ya que poseen el 50% total del peso de las economías hispanas.

Por tanto, la economía latina contribuyó con casi un 20% del crecimiento de la economía de los Estados Unidos aun cuando su % de población es de un 16%. Antes de la crisis del COVID-19 se estimaba que la economía de los US Latinos crecería en el período 2016-2020 una media de un 12,7%, y su peso en el crecimiento de la economía de Estados Unidos al cierre de 2020 sería de casi un 25%.

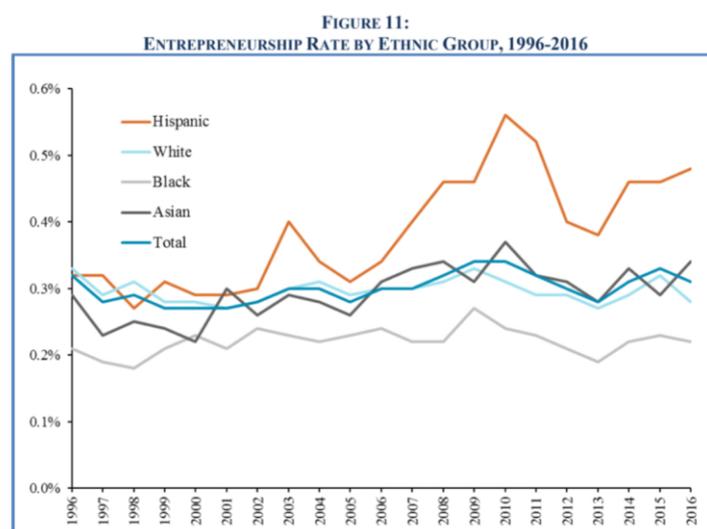
5.3.2. Perfil económico individual

«Los latinos son responsables del 29% del crecimiento de los ingresos reales desde 2005. Representan aproximadamente 10 centavos de cada dólar del ingreso nacional de los EE.UU. y esa proporción está aumentando tanto por el crecimiento de la población latina como por el aumento de los ingresos per cápita

» La tasa de pobreza de los hispanos está disminuyendo más rápidamente que la del resto de la población: La pobreza de los hispanos se redujo en 2,2 puntos entre 2014 y 2015 (del 23,6 por ciento al 21,4 por ciento en 2015) mientras que la tasa promedio nacional se redujo en 1,3 puntos, y los hispanos son el único grupo étnico importante con una tasa de pobreza más baja hoy que en 2007.

» Se están formando más empresas nuevas: Para el 2025, la economía de EE.UU. producirá más de 52 000 nuevas empresas llevadas por hispanos

» La productividad está aumentando: De aquí a 2025, la producción por empleado será mayor en un promedio de 1.245 dólares cada año. Los resultados de nuestra regresión sugieren firmemente que la asociación entre el crecimiento del empleo de los latinos y el rendimiento económico es de naturaleza causal, a diferencia del resultado de una mera correlación estadística temporal.



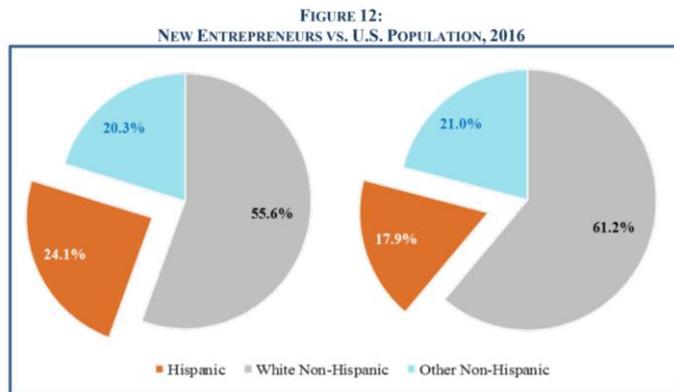
Como vemos su tasa de emprendimiento es mejor que la media. A pesar de tener menos patrimonio que los anglosajones blancos (un 89% menos de media) y un peor acceso a los mercados de capital y con condiciones más duras (al no tener ni avales ni patrimonio).

**TABLE 3:
REGRESSION COEFFICIENT ESTIMATES
HISPANIC VS. NON-HISPANIC EMPLOYMENT**

Year	Labor Productivity	New Business Formation per Capita	GDP per Capita
<i>Hispanic Employment</i>			
T-1	0.138**	0.116***	0.077**
T-2	0.103**	0.117***	0.072**
T-3	0.131***	0.143***	0.079**
T-4	0.133***	0.110***	0.078***
Total	0.506	0.486	0.307
<i>Non-Hispanic Employment</i>			
T-1	0.136	-0.081	0.164**
T-2	0.033	-0.026	0.111
T-3	-0.091	-0.109	0.065
T-4	0.054	-0.054	0.081
Total	0.133	-0.270	0.421

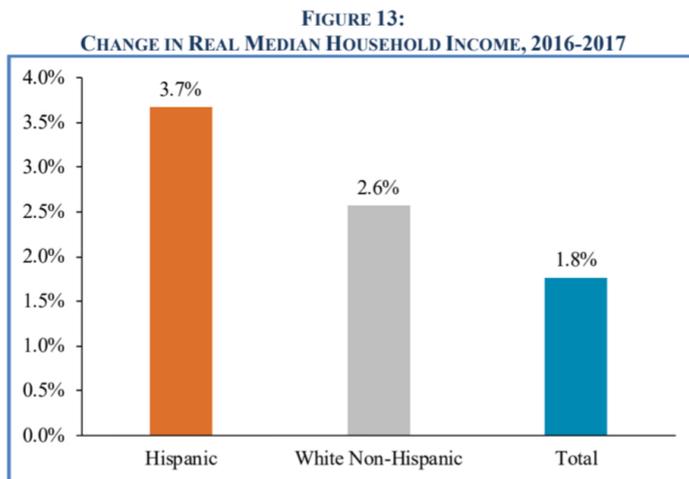
Sources: See Table 1 sources; NERA calculations. Notes: [1] Figures do not sum to totals due to rounding. [2] *** Significant at the one percent level; ** Significant at the five-percent level; * Significant at the ten-percent level.

Su inserción en el mercado laboral es superior a otros grupos de población.



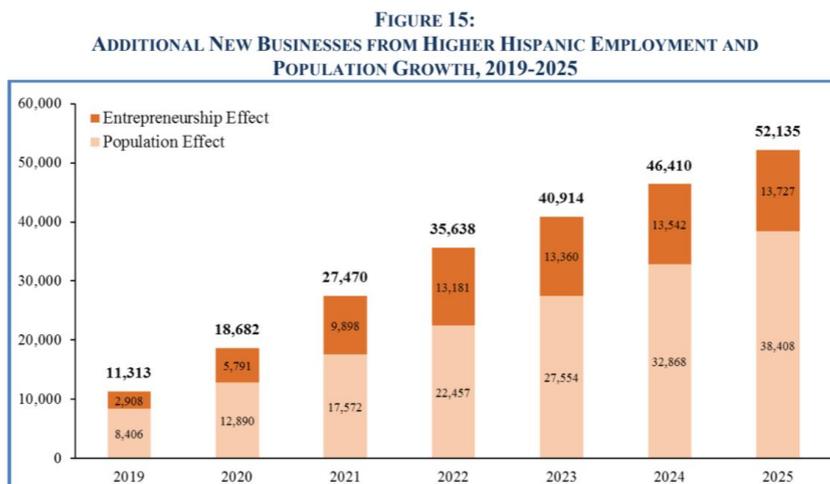
Sources: Kauffman 2017; U.S. Census Bureau.

Sus datos de ingreso medio van creciendo más que ningún otro grupo étnico.



Source: U.S. Census Bureau.

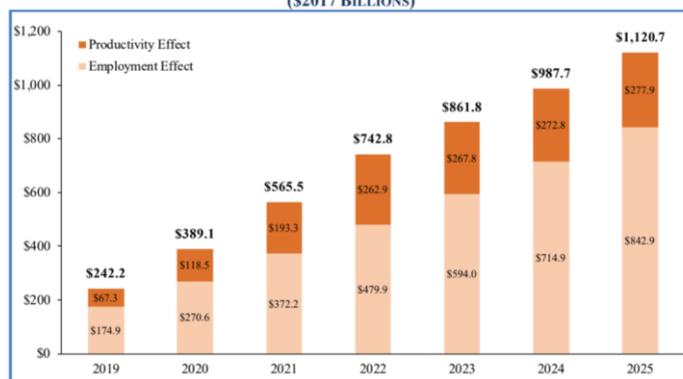
Sus datos de productividad y de éxito en los negocios es difícil que sean mejores



Sources: See Table 1 sources; NERA calculations.

Figure 16 presents a graphical depiction of the GDP results.

FIGURE 16:
EFFECT OF HIGHER HISPANIC EMPLOYMENT GROWTH ON GDP, 2019-2025
(\$2017 BILLIONS)



Sources: See Table 1 sources; NERA calculations. Note: Figures do not sum to totals due to rounding.

Y tenemos algunos otros datos. 4,4 millones de empresas son propiedad de hispanos, y crecen a un ritmo que duplica largamente la media estadounidense (Geoscape, 2017). Son negocios que mueven 700 000 millones de dólares. El porcentaje de nuevos emprendedores es de casi el 25% del total, a pesar de ser el 18% de la población. Sus probabilidades de empezar un negocio son 1,5 veces superiores a la media del país. Y parte de ese empuje es de las mujeres. Un 44% de los nuevos negocios hispanos son de mujeres. Entre 2007 y 2012 los negocios femeninos crecieron desde 800 000 a 1 500 000. Todos los datos económicos indican un extremo dinamismo, y de rápida adaptación al sistema económico norteamericano, como señala también Geraldo Rivera (2009) en su libro *The Great Progression*. Pareciera como si esa inmigración, acostumbrada a vivir en situaciones pésimas, aprovechara la más mínima oportunidad que encuentra para prosperar. Y tengamos en cuenta que esos datos son de un grupo étnico mucho menos formado que los restantes grupos étnicos de los Estados Unidos. ¿Qué ocurrirá cuando esa población tenga un porcentaje de estudios superiores iguales a los de los anglosajones blancos? En cualquier caso, esa ha sido siempre la dinámica del país, una constante inmigración (con un máximo del 15% de foráneos que es cuando ciertos ámbitos de poder estadounidenses parecen empezar a ponerse nerviosos) con ganas, determinación y hambrienta de prosperar. Savia nueva para mantener al país a niveles competitivos altos. Y una diversidad constante que, como hemos visto, es base de la creatividad. Aunque esta vez la diversidad quiere conservar su idioma y su cultura.

No obviemos además que estos datos han tenido una influencia brutal en su marcador de estatus, sobre todo comparándolo con el grupo étnico afroamericano, que era con el que comúnmente era asociado, y que se ha quedado claramente rezagado como 2º grupo étnico.

5.3.3. Datos poblacionales:

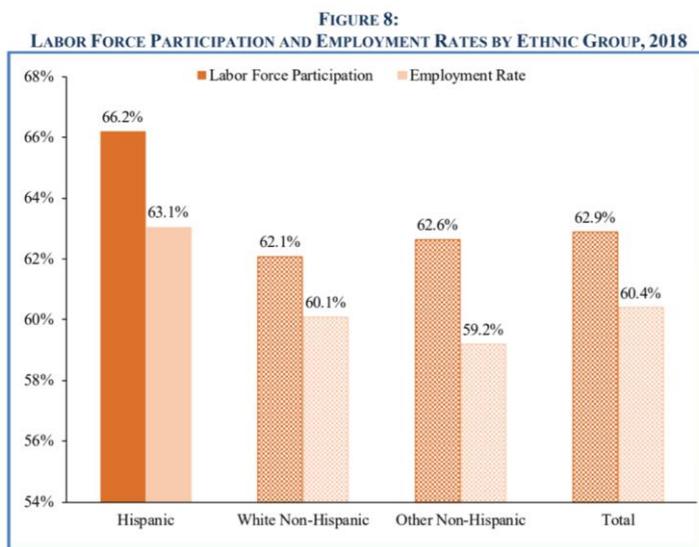
«La población latina de los Estados Unidos en 2015 tenía una edad media de 28 años, mientras que la población no latina era considerablemente mayor, con una edad media de 40 años. Los latinos constituyen alrededor del 25% de los grupos de edad más jóvenes (0-4, 5-9 y 10-14) y algo menos del 10% de los grupos de edad más viejos (65-69 y más). Y un tercio no supera los 18.

» Mientras que gran parte del mundo desarrollado se enfrenta a un estancamiento del crecimiento demográfico y a una distribución por edades cada vez más avanzada, el crecimiento de la población latina mantiene a Estados Unidos joven y en crecimiento. Entre 1990 y 2015, la población latina creció de 22 millones a 57 millones, aproximadamente cinco veces más rápido que la población en general. Para ilustrar este rápido crecimiento, considere que, si la población latina hubiera crecido al mismo ritmo que el resto de los Estados Unidos, habría 30 millones de estadounidenses menos en la actualidad»

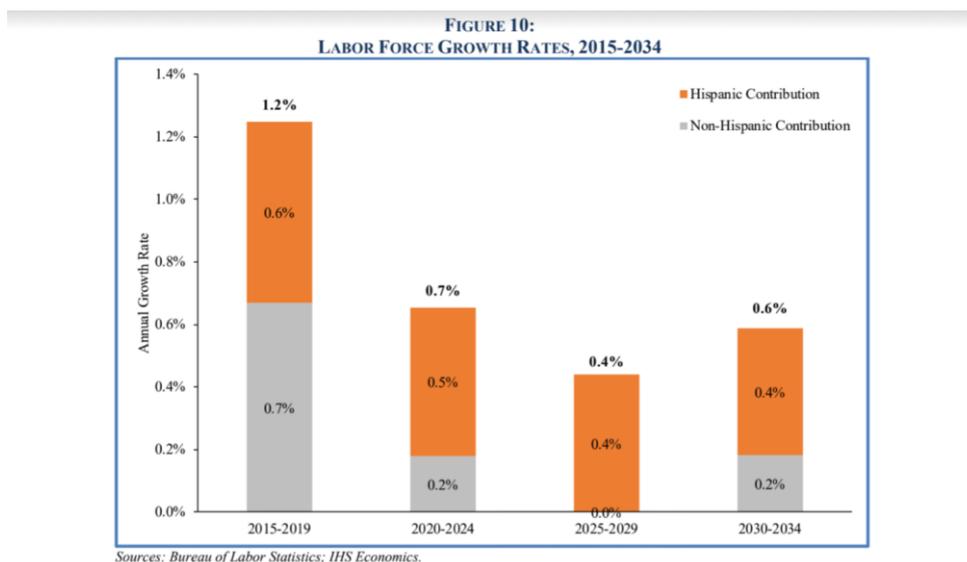
5.3.4. Datos de la fuerza laboral

Entre 2010 y 2015, la población de jóvenes latinos de 16 a 24 años de edad dentro de la fuerza de trabajo creció en 359.633, mientras que la población no latina de la misma edad creció mucho más lentamente, añadiendo sólo 155.160 trabajadores civiles. Así, por cada dos jóvenes latinos que ingresaron a la fuerza laboral civil, aproximadamente sólo ingresó un joven no latino (ello es debido tanto a la juventud como mayor incorporación de la mujer latina al mercado laboral).

Así vemos en el siguiente gráfico que su participación en la fuerza laboral es significativamente mayor que ningún grupo étnico.



Source: Bureau of Labor Statistics. Note: Figures represent the average from January to October 2018.



Y además va en aumento como vemos en el gráfico II (figura 10)

«En el período 2010-2015, la fuerza de trabajo no latina se redujo ligeramente, en 4.036 personas, y la población no latina que no forma parte de la fuerza de trabajo aumentó en 1,57 millones. Al mismo tiempo, la población latina en la fuerza de trabajo creció, en 2,48 millones: más que suficiente para compensar tanto los 0,9 millones de latinos que no forman parte de la fuerza de trabajo como la disminución de la fuerza de trabajo no latina y el crecimiento de la población no latina que no forma parte de la fuerza de trabajo. Los latinos son menos del 10% del total de la población mayor de 65 años. El mayor crecimiento de la población no trabajadora se observó en la población no latina. 2.54 millones de ancianos no latinos se agregaron a la población que no está en la fuerza laboral, en comparación con sólo 376,603 ancianos latinos que no estaban en la fuerza laboral»

La gran mayoría (70%) del aumento de la fuerza de trabajo de 2010-2015 fue debido a la incorporación de los latinos al mercado de trabajo. Los no latinos constituyeron sólo el 30% del aumento.

Los hechos dicen que los latinos son el futuro de la fuerza de trabajo de los Estados Unidos, y esa población es absolutamente necesaria para el progreso de la nación no sólo como fuerza laboral de sustitución sino adicionalmente. Son el 31% de la fuerza laboral en la construcción, 26% en la agricultura, 23% en hotelería y hostelería, 18% en el retail. (Bureau of Labor Statistics, 2019). Tienen porcentajes inferiores a su peso demográfico solamente en los sectores de la tecnología, la educación, la sanidad y las actividades financieras.

En 2010-2015, la fuerza de trabajo no latina se redujo en 4.036 personas (diferencia entre los blancos que entraron y los que salieron). Si no se contaran los trabajadores latinos, la fuerza de trabajo de EE.UU. estaría empezando el declive gradual.

Sin embargo, gracias a la incorporación de 2,48 millones de latinos a la fuerza laboral, la fuerza laboral total creció en ese período, en 2,47 millones. En esencia, los latinos proveyeron casi todo el crecimiento en el segmento de la fuerza de trabajo madura, de 25 a 64 años. Y ello dinamizó la economía.

Pero el retiro de la gran cohorte de “baby boomers” viene ahora. Esa tendencia se va a ver incrementada exponencialmente a lo largo del período 2020-2035. La diferencia entre

los que entran y los que salen ya no será de 4 000 personas, sino que será de millones de personas, y ahí es donde se necesita población joven y esa incorporación como hemos visto va de dos personas latinas por cada una blanca, aunque quizás en el futuro sea mayor por la alta tasa de retiros de hombres blancos en el período 2020-2035.

5.3.5. Logros educativos de los latinos en los Estados Unidos

Como primera aproximación, podemos decir de manera general que los inmigrantes de primera generación, en su mayoría, suelen tener graduado escolar y nada más. La segunda generación suele tener el graduado escolar y la secundaria, y un porcentaje de un 25% va a la universidad. Independientemente de los porcentajes lo que demuestran las cifras, según la encuesta de 2009 de Elizabeth Grieco, presidenta de la Subdivisión de Población Extranjera del Censo Poblacional de los Estados Unidos, es que, «en términos generales, los ingresos y otras medidas de desempeño, como la educación, se incrementan entre la primera y la segunda generación»

En el período 2010-2015, el porcentaje de latinos de 20 a 29 años de edad que no se graduaron de la escuela secundaria disminuyó en más del 30% y ya está igualada a la de los no latinos.

En 2010-2015, la población de graduados universitarios latinos creció un 40,6%. La población de graduados universitarios no latinos también creció, pero a un ritmo más lento, el 13,6%.

La brecha está cada día acortándose.

5.3.6. Ciudadanía e inmigración de los latinos en los Estados Unidos

Este es un tema especialmente controvertido. Ha estado en boca de todos a raíz de la campaña electoral 2016 del actual presidente de los Estados Unidos. Parecería como si se fuese a acabar el mundo y estuviera existiendo una invasión. Sí es cierto que las tasas de inmigración tanto legal como ilegal fueron excepcionalmente altas desde 1990 hasta 2010, también el país los necesitaba, pero los últimos datos contradicen las creencias de cierta parte de la población algo que estuvo muy en boga en esa campaña del 2016.

«Contrariamente a la percepción pública común, el crecimiento de la población latina entre 2010 y 2015 no fue impulsado por la inmigración, sino por el crecimiento del número de ciudadanos latinos de los Estados Unidos. De los 6.376 millones de latinos añadidos a la población de ciudadanos estadounidenses, el 80,8% (5.151 millones) eran nacidos en los Estados Unidos. El otro 19,2% eran ciudadanos estadounidenses naturalizados. El número de latinos no ciudadanos disminuyó en 625.256 durante el mismo período.

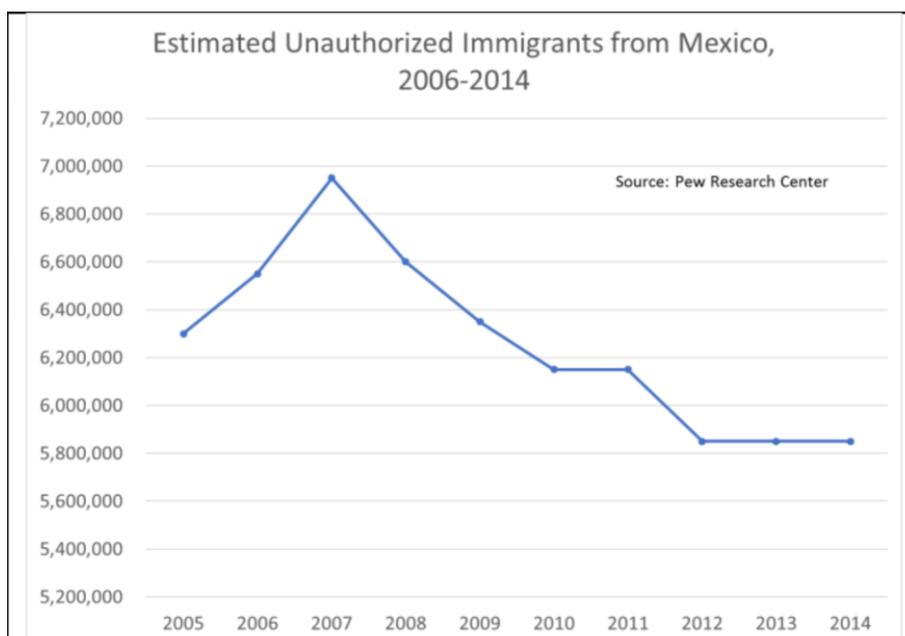
» También en contra de la percepción pública común, el crecimiento de la población no ciudadana de los Estados Unidos está impulsado por la inmigración procedente de Europa, Asia y África, y no de México y América Latina. En el período 2010-2015, la población de latinos no ciudadanos en realidad disminuyó, en 625.256, mientras que la población de no ciudadanos que no eran latinos creció, en 590.893. Se trataba en su mayoría de inmigrantes procedentes de Europa (fundamentalmente), Asia y África.

» En cada grupo de edad de los latinos (0-4, 5-9, etc.), la mayoría de ese grupo está compuesto por ciudadanos de EE.UU., tanto nacidos en EE.UU. como naturalizados. En los grupos

de edad de 0 a 24 años, más del 90% de los latinos son ciudadanos de EE.UU., en gran parte por nacimiento. En el grupo de edad de la fuerza laboral madura latina (25-64 años), alrededor de dos tercios de cada grupo de edad son ciudadanos de EE.UU., y alrededor de un tercio no son ciudadanos.

» Otra percepción errónea común es que los latinos que no son ciudadanos de los Estados Unidos no participan en la fuerza de trabajo tanto como otras poblaciones. De hecho, los varones latinos no ciudadanos tienen una tasa de participación en la fuerza de trabajo extremadamente alta, más del 90% en el caso de los jóvenes trabajadores maduros de 25 a 49 años. Por el contrario, los varones no latinos nacidos en los Estados Unidos tienen una tasa de participación en la fuerza laboral más baja, que oscila generalmente entre el 82 y el 86%»

Suficientes datos contra el discurso antiinmigración. Pero uno de los datos que más puede sorprender son los datos de inmigración desde el año 2007 que voy a mostrar en el siguiente gráfico sustraído del informe del Pew Hispanic Center. La inmigración ilegal fue radicalmente rebajada desde 2007. Se inició durante el mandato del presidente Bush y siguió durante el mandato del presidente Obama desde Enero de 2009.



Y ha sido continuista por parte de la administración Trump. Es curioso que coincidan en ese aspecto. O que quizás este tipo de políticas de calado nacional son más compartidas de lo que pensamos.

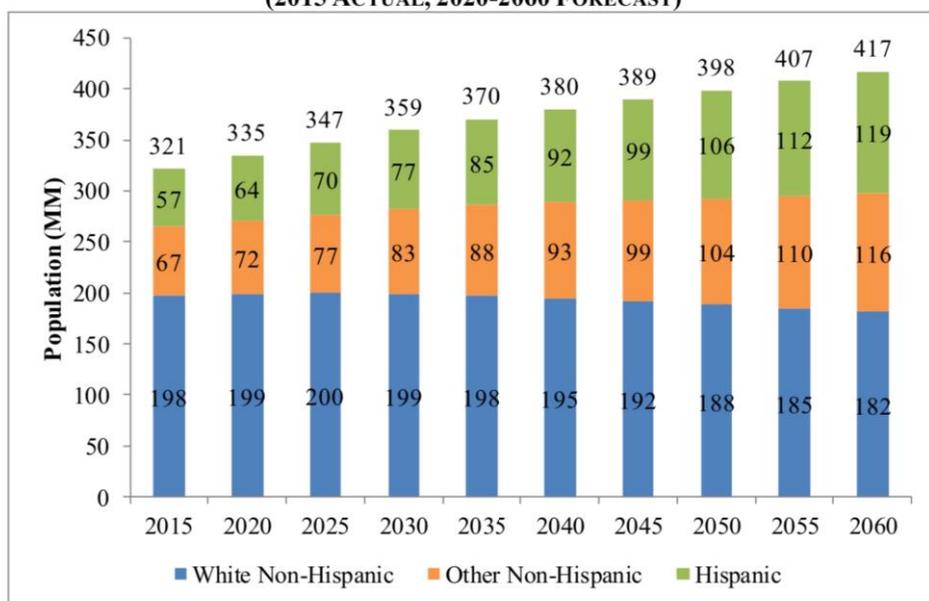
Donde sí que hay una clara diferencia es en relación con la generación “dreamers” (que fueron a los Estados Unidos con minoría de edad y que no tienen todavía nacionalidad ni residencia permanente), donde la administración Obama estaba a favor de naturalizarlos, junto al resto de población que entró ilegalmente en el país. El presidente Obama no pudo, por una parte, por su minoría en el Congreso y, por otra, por la oposición republicana. Esa es la gran diferencia. Pero, aunque ese flujo de migración se parara, es decir, se dejara a cero, lo cual no creo que sea totalmente posible con un desempleo tan bajo y la demanda de sustitución que existe, los datos de proyecciones del US Census Bureau están hechos sin

tener en cuenta ese flujo. Esas proyecciones no toman en cuenta ni siquiera a los “dreamers”, que personalmente creo que en el futuro serán naturalizados más pronto que tarde, lo cual hará aumentar la proporción hispana.

Hay autores que opinan que la lengua española tiene un camino difícil en los Estados Unidos, porque su supervivencia depende de la inmigración, de ese flujo constante, y, por tanto, de que las proyecciones de población de 2050 (de 105 a 130 millones de habitantes latinos en 2050) se cumplan. Algo que, según ellos, ya no va a cumplirse por las políticas contrarias a la inmigración. Y que, frenando ese flujo, la lengua, por tanto, no se conservará. Pero los datos nos dicen que las proyecciones de población están hechas contando con la bajada en el flujo. Las proyecciones, se basan, realmente, en la natalidad de los que son ahora hijos y nietos de los que vinieron de 1990 a 2015. Esto es un argumento en contra de quienes piensan que la población hispana no podrá seguir manteniendo su pujanza en los Estados Unidos. Y, como hemos venido comentando, esa población está empezando a conservar la lengua por su valor instrumental, su mejora en el marcador de estatus, y la relación con su ya cercano entorno. Y además está prosperando económicamente.

Las proyecciones más suaves, las hechas por el departamento del censo de los Estados Unidos hablan de 106 millones en el año 2050 siendo un 25% de la población, pero donde la población anglosajona blanca será menos del 50%. Ese sorpaso se producirá aproximadamente en el año 2045.

**FIGURE 2:
US POPULATION BY ETHNIC GROUP
(2015 ACTUAL, 2020-2060 FORECAST)**



Source: US Census Bureau Population Projections.

VI. REFLEXIONES FINALES

6.1. Conclusiones

Como he venido comentando la vitalidad de una lengua va en función del crecimiento de sus hablantes, de la mayor frecuencia y uso de la lengua en diversos, diferentes, variados y crecientes ámbitos, así como de la importancia económica y cultural de los países o regiones que lo hablen. Es evidente que la lengua española está creciendo en Europa o en Asia, pero en pocos casos de manera nativa, y en Europa escasamente como lengua de negocios.

La vitalidad se encuentra fundamentalmente en toda el área que va desde Alaska al Cabo de Hornos. Ahí es donde crece nativamente, y donde, de forma rotunda, está ampliando sus ámbitos de utilización por muy diversas razones. La mayoría de ellas son de índole económica, con un alto valor instrumental, tanto en Estados Unidos como en Brasil. Además, su creciente marcador de estatus en los Estados Unidos la hace ya atrayente para la población blanca anglosajona. A ello se unen, primero, el atractivo de ser una lengua de sus “orígenes”, Europa, y, segundo, la vitalidad y capacidad de atracción de la cultura latina en los Estados Unidos sobre cierta parte de anglosajones.

Está claro que ese vehículo de cultura y ese vehículo de intercomunicación, tanto lingüística como económica, tiene su impacto. Pero su mayor, impacto, como vimos en los capítulos II y III viene de la capacidad de multiplicar efectos en los agentes económicos, de crear externalidades de red, de reducir costes y amortiguar distancias. Eso al final hace que ciertas economías, las que están en contacto con una misma lengua. Y esa es la labor que creo que le corresponde en estos momentos a la lengua española, de hacer de factor productivo y de interconectar a los latinos de arriba y abajo del Río Grande y de aumentar la prosperidad de todos ellos y por ende del ámbito hispano. Y todo juega a su favor, distancia geográfica con Estados Unidos, distancia cultural, valor instrumental, relaciones entre latinos de Estados Unidos y Latinoamérica, los medios de comunicación, marcador de estatus, ... Además, por primera vez en la historia, se puede aplicar la máxima de las leyes de gravedad, donde más del 50% de la población hispana es de ingreso medio alto y puede tirar del otro 50%. El español aproxima y mucho: más que sumar parece que podría multiplicar.

Ha quedado clara la capacidad de resistencia del idioma en los Estados Unidos en las más difíciles circunstancias. La atestiguan 150 años de subyugación en el Suroeste, desde la incorporación de Texas a la Unión, que no fueron capaces de acabar con él. Aún hoy sigue siendo oficial en Nuevo México. Desde principios de este siglo ha superado la “prueba del algodón”, se ha transformado en depósito de valor, medio de cambio y unidad de cuenta en los Estados Unidos, hasta haber inclinado la balanza a su favor con el creciente marcador de estatus. El “click” se ha logrado. Lo que hace falta es que eso se solidifique.

De que se pueda lograr o no, depende en buena medida de los hispanos en Estados Unidos. «Es cierto que en los últimos y recientes años se ha transitado desde actitudes más abiertas a la diversidad cultural hacia otras más proclives a la defensa a ultranza de la uniformidad nacional» como describe Carlos G. Vélez-Ibañez en su capítulo de *El futuro del*

español en Estados Unidos de la Fundación Telefónica. Pero tan verdadero es que se ha perdido el miedo a hablar el español en la calle, al menos donde son “minority majority”, o que los padres hispanohablantes parecen entender que los valores, actitudes y práctica que ellos adopten influirán mucho en el devenir de la lengua y, a imagen y semejanza de los cubanos de Miami, espoleados por los medios de comunicación, las modernas telecomunicaciones, sus relaciones no cortadas con Hispanoamérica, el valor instrumental incuestionable de esa lengua, y el marcador de estatus positivo de la lengua sean capaces de transmitir esa lengua a sus hijos a la espera de que haya unos programas de bilingüismo absolutamente implantados. Y, sobre todo, no ahondar en ciertas actitudes como el reciente caso de una hispana, la cual era bilingüe, que trabajaba en un restaurante de comida rápida, y se negó a atender en inglés a un cliente en la ciudad de Hialeah, en Florida (ciudad con un 95% de población hispana, el más alto porcentaje en una ciudad americana). Seguro que son casos aislados pero que no ayudan, y crean un cierto temor de la sociedad estadounidense.

Según diversos estudios recientes, la tendencia predominante actualmente para los hispanohablantes, tanto nativos como nacidos fuera de Estados Unidos, ha sido la aculturación, en ningún caso, la asimilación; acompañado, eso sí, de lealtad a la nación que los acoge. Todo ello con el objetivo básico de llegar a ser bilingües y biculturales, ser norteamericanos sin renunciar a su lengua y patrones culturales. Según los últimos estudios, más del 85% de esos latinoamericanos son bilingües o tienen un dominio bastante alto (datos del Pew Hispanic Center, 2004, 2016). La gran mayoría busca negociar ambas culturas y ambas lenguas, un compromiso entre ambos mundos. Ejemplos en la sociedad estadounidense tenemos, como cuando algún americano afirma fehacientemente que la pizza es un invento americano. O la hamburguesa o el árbol de Navidad o Halloween. Es decir, incorporar elementos de otra cultura a la propia. ¿Por qué no puede pasar con la lengua? O al menos que sea un depósito de valor de una parte de la población. Tengo esperanzas en ello. Porque al fin y al cabo es una parte de su acervo cultural.

Si fuera este el caso, yo creo que no debería de ser visto como una amenaza a la hegemonía del inglés o la estabilidad de la sociedad estadounidense o de sus capas anglosajonas que cada vez que la inmigración (más bien diríamos los nacidos en el extranjero porque inmigrantes son todos) supera el 15% de la población, o una lengua empieza a coger cierto empaque, empiezan a aparecer supuestas amenazas o fantasmas. Desde un punto de vista emocional lo entiendo. Desde un punto racional no. Tenemos países consolidados (Suiza, Australia, ...) y nuevos (Singapur, Israel, ...) que son perfectamente estables con porcentajes de población extranjera que superan el 30% y con varios idiomas en su territorio. Con lealtades a una misma nación, pero con culturas diferentes. Esos hablantes deberían ser vistos como una fuente de recursos, como un activo empresarial y económico, y como un activo nacional. También depende de los propios latinos en Estados Unidos no exacerbar ese sentimiento contrario a dos culturas.

Quizás sea una triste realidad que no todas las lenguas y culturas sean valoradas de la misma manera, pero es la realidad. No sólo de la sociedad estadounidense sino de otras. Aunque quizá con más fuerza en los Estados Unidos que en otros países. Afortunadamente el español acaba de pasar el corte de estatus y tiene valor instrumental. Y tiene una población dispuesta a defenderlo. Esperemos que ese valor instrumental vaya a ser utilizado con Latinoamérica. Sin embargo, no se puede desligar el hecho de que ese marcador va muy

ligado a la capacidad de la sociedad hispanohablante mundial de desarrollarse y ser más culta y competitiva. Especialmente que los estadounidenses hispanohablantes se vuelvan más activos en la sociedad civil, en los procesos políticos del país, y, sobre todo, que su emprendimiento y niveles de educación se sigan desarrollando como hasta ahora. Solo entonces podrán encontrar el espacio para entregar al español un mayor reconocimiento. Porque hay que afianzar lo que ha costado tanto ganar, el entierro de esa asociación de su uso con un nivel bajo de educación, niveles bajos de ingreso y un trabajo no cualificado. Vamos lo que mi querida amiga decía que era “lengua de pobres”. Y está claro, no solo los estadounidenses, sino todos, no queremos aprender una “lengua de pobres” sea dicho con todas las comillas posibles. A la vista está qué lenguas queremos que aprendan nuestros hijos para defenderse por el mundo. O que lenguas intentamos aprender nosotros.

6.2. Propuestas

Sencillamente voy a plasmar lo que se recomienda en parte de la bibliografía. Así mismo, sí que me gustaría hacer alguna sugerencia final recopilando lo que ya se dijo en *El valor económico del español* de José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez. Voy, también, a añadir una mínima aportación propia a una política de proyección institucionalizada de proyección del español.

Está claro que la vitalidad económica, política y cultural de las naciones hispanohablantes importan en ese mantenimiento y expansión de la lengua. Será la vía más segura para aumentar el atractivo del español. Porque cuanto más hegemónico es un país menos esfuerzo tiene que hacer por mantener su lengua. En cualquier caso, una política lingüística clara, y con apoyos dentro y fuera del territorio, también ayuda a promover, no solo el uso de la lengua, sino a que florezcan frutos en términos de solidificación y consolidación.

Y ¿qué es una política lingüística clara? Tanto la que se ocupa, por una parte, de todos los aspectos normativos, de su salud y evolución, como del estímulo y aprendizaje a través de diferentes medios. La segunda parte, es que las políticas lingüísticas han de trascender el ámbito lingüístico. Deberían enmarcarse en la promoción de la cultura, y el cuidado y activación de políticas internacionales y diplomáticas. En síntesis, han de promoverse todas aquellas industrias que expandan el español (cine, medios de comunicación, ...). A su vez, hay que activar todos los resortes internacionales, al estilo de como se hace en España, invitando con cierta frecuencia a líderes de la comunidad latina estadounidense a España a conocer el país con los gastos pagados y que sirva de puente con esa comunidad.

¿Qué alcance debe tener esa política? ¿Cómo debe ser? Yo estoy totalmente de acuerdo con el profesor Delgado en que tal política no debe ser que el español sea la *lingua franca* a escala internacional. Son muchos los ámbitos y sectores de actividad donde el inglés no solo se ha impuesto, sino que ha ganado una preponderancia como ninguna otra lengua a lo largo de la historia. Es sencillamente inalcanzable para cualquier lengua, al menos mientras siga teniendo el liderazgo científico y económico. Y tampoco es deseable. El inglés es la lengua de los negocios, la lengua de los organismos internacionales (donde el español

como lengua operacional casi ni se usa). Su dominancia en los ámbitos científico y tecnológico es incontestable. Lo que sí ha de tratar es de ser lengua de comunicación fuera de las fronteras hispanas, siendo complemento del inglés, ni compitiendo ni desplazándolo. Estoy absolutamente de acuerdo con el profesor Delgado. Yo añadiría que sí sería partidario de promover una política que pudieran hacerla oficial en determinados estados de Estados Unidos, pero no que fuera la lengua vehicular de enseñanza, sino que fuera lengua vehicular opcional al 50%, con el inglés manteniendo el curriculum americano. No en el 100% de institutos o colegios sino en aquellos que hubiera más densidad de población hispana. Y nada obligado, todo a libre elección del estudiante y sus padres. Sobre todo, para evitar reticencias. Un poco al estilo de cómo se hace en Quebec.

Y si la política lingüística es pública yo diría que debería ser eficaz y eficiente. Sobre todo, porque es dinero público. Por eso se debería de ser especialmente escrupuloso en cómo se gasta porque es el dinero de todos. Para lograrlo, según mi punto de vista, tendría que implantarse allí donde vaya a dar un más alto rendimiento, es decir, donde haya un factor de interés claro por parte de los agentes económicos, estos le vayan a sacar un rendimiento al idioma, y vayan a utilizarlo en más ámbitos de los habituales. Lo cual hará que su motivación y estímulo a aprender, a hablar y utilizar la lengua sea mayor. Sinceramente no sé si le veo el mismo rendimiento a abrir un Instituto Cervantes en Dakar que en Tucson, Arizona. Es una cuestión tan simple como que cuanto menor sea el coste de acceso, y mayores los beneficios, mayor estímulo va a tener el estudiante en aprenderlo y poder usarlo, y más vamos a ampliar sus horizontes. Aunque evidentemente puede haber otras razones que yo desconozco.

Ese valor es el que debería dirigir las políticas según comenta el profesor Delgado, con 3 criterios: 1º ampliar su valor comunicativo aumentando hablantes (cuantitativamente) y aumentando el conjunto de ámbitos (cualitativamente); 2º reducir los costes de acceso y 3º mejorar la reputación de club.

El primer punto tiene más que ver con la demografía y con su marcador de estatus, pero promover a través de subvenciones, por ejemplo, actos culturales en español o cine en español en las comunidades latinas de Estados Unidos puede ayudar a utilizar más el idioma o promover una política que promueva el español como “*la otra lengua*” de Estados Unidos. O que promueva la utilización porque da acceso al primer patrimonio cultural del planeta (como lugares catalogados por la UNESCO), o porque es la 4ª lengua en premios Nobel, muy cerca del alemán y no excesivamente lejos del francés. Ya que es imposible ganar la batalla tecnológica juguémosla en el campo cultural. Ahí, y sobre todo en Estados Unidos y la Unión Europea, hay mucha labor que hacer. Alguna es sencillamente divulgativa, con publicidad, que entre por los ojos, para que los alumnos elijan el español justo después del inglés. No quiero dejar de comentar la importancia que también puede tener la ciencia, aunque en menor medida. Aunque muy lejos del inglés, es ya la segunda lengua utilizada en producción científica y la quinta en cuanto a índice de impacto (Anexo I, Instituto Cervantes, 2019), con el foco (un 70%) puesto en ciencias sociales, artes y humanidades, y ciencias médicas.

Del segundo punto, es especialmente importante hacer una labor de reducir costes de acceso al club, mediante el acercamiento del idioma. Es verdad que el Ministerio de

Educación colabora con los Ministerios de Educación de otros países para proveer de docentes en español a esos colegios e institutos. Y hay cada vez más colaboración y más países. Sin embargo, echo en falta, personalmente, que haya vías que encaucen que haya más colegios españoles por el mundo. Al estilo de los colegios británicos y liceos franceses en el mundo. Ya sé que nuestra educación no tiene el prestigio de la británica o la francesa. Probablemente, no demasiada gente de otros países iba a querer un Curriculum en español (sobre todo si lo cambiamos cada 4 años), pero sí que se podría lograr algún tipo de colaboración público-privada para incentivar que colegios en otros países, que ahora enseñan en inglés, enseñaran la mitad del curriculum en español, pero no enviando solo profesores sino proveyendo de fondos al estilo de los liceos franceses, y con colaboración económica local y española. O sencillamente que el colegio y sus propietarios fueran locales, y el curriculum fuera local, pero una agencia española diera el visto bueno de que ese colegio cumple los estándares de bilingüismo. Yo no soy experto ni siquiera neófito en el tema, pero siento que se pueden hacer más cosas de las que se hacen. El bilingüismo en español en determinados países empieza a tener su tirón.

Y ya para concluir, creo que saber el potencial que tiene la lengua desde el punto de vista económico, nos puede guiar también en lo diplomático y en la geopolítica. Diplomáticamente nuestras prioridades de los últimos 30 años, yo diría, que han sido Europa, América Latina y Estados Unidos, pero quizá ese orden mañana cambie porque tengamos más intereses en aquella zona del mundo que más crece. Debemos saber dónde están nuestros intereses futuros porque tan hermano nuestro es un chicano como un venezolano, un cubano-americano como un boliviano, o un californio como un ecuatoriano. Como dice el dicho inglés “Gran Bretaña ni tiene amigos ni enemigos sólo tiene intereses, los cuales son cambiantes”. Y a las pruebas me remito, después de una encarnizada lucha de la independencia en 1776 y de la aún más sangrienta guerra anglo-estadounidense en 1813. Luego las cosas cambiaron porque los intereses eran compartidos por ambos especialmente a raíz de la Segunda Guerra Mundial en lo que se empezó a llamar “la relación especial”. Saber dónde deben estar nuestros intereses futuros creo que es importante. En un futuro, el PIB de los latinos de Estados Unidos puede llegar a ser como el de Alemania e Italia juntos, por lo que cualquier tipo de acuerdo, por poner un ejemplo, como el que se estuvo negociando, y no llegó a buen puerto, de libre comercio entre Estados Unidos y la Unión Europea puede ser de gran ayuda para España y debería ser defendido con la perspectiva de España, y no sólo de la Unión Europea, que en algunas ocasiones parecería que solo defiende a una parte del continente. Nosotros tenemos una ventaja competitiva que otros no tienen, la lengua española, usémosla y saquemos provecho de ella. Otros tienen su ventaja competitiva en su mayor capacidad tecnológica, su mayor inversión I+D, otros en su entramado de empresas sustancialmente de mayor tamaño medio que en nuestro país. Nosotros tenemos un activo intangible que es la lengua. Un activo que no sólo es valorado, sino que probablemente aparecerá en los balances de las empresas en un futuro como otros activos intangibles (la marca, el know-how, el talento humano medio de la empresa, ...), como mencionan destacados economistas y lingüistas que se mencionan en este ensayo. Y una lengua que empieza a estar insertada en la primera potencia del mundo. Aprovechémoslo.

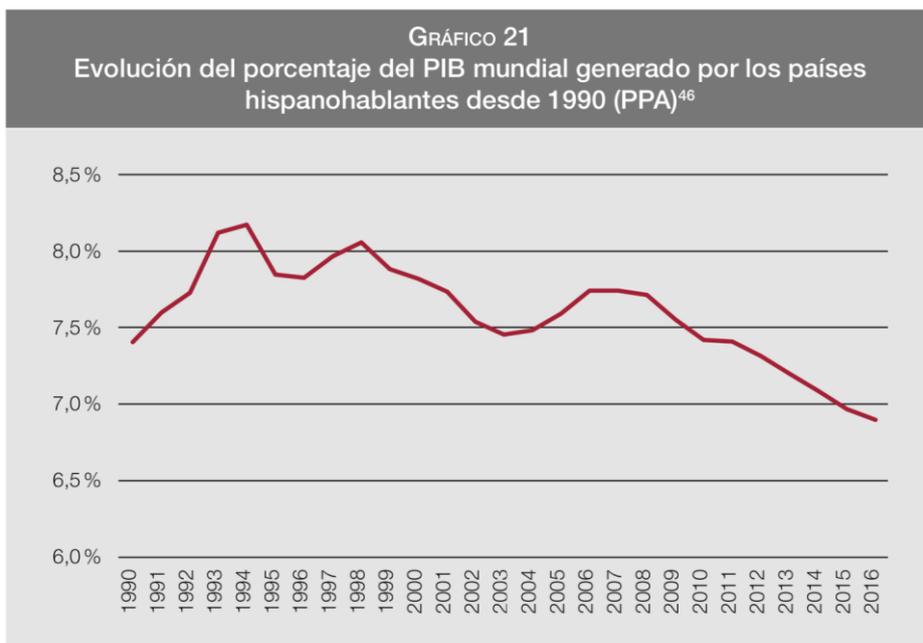
De una economía obsoleta y atrasada hace 40 años hemos sido capaces estratégicamente de enfocarnos en los sectores que más nos convenían para crecer. Sectores algunos que eran menos maduros (energías renovables, química, farmacia,

telecomunicaciones ...). Y algunos maduros también hemos sabido aprovecharlos e innovar (bancario, textil, agroalimentario, construcción, ...). En muchos de ellos, hemos utilizado la lengua muy eficientemente, fundamentalmente en la IDE. Volvamos a hacerlo en los próximos 30 años con una visión, un enfoque, unos objetivos cuantificables y medibles, unas estrategias claras, de forma mucho más dirigida, más intensamente, y en mercados nuevos que son afines y están creciendo. Es nuestra hora, la hora de la lengua española en su cuarta encrucijada. ¡Ándale!!

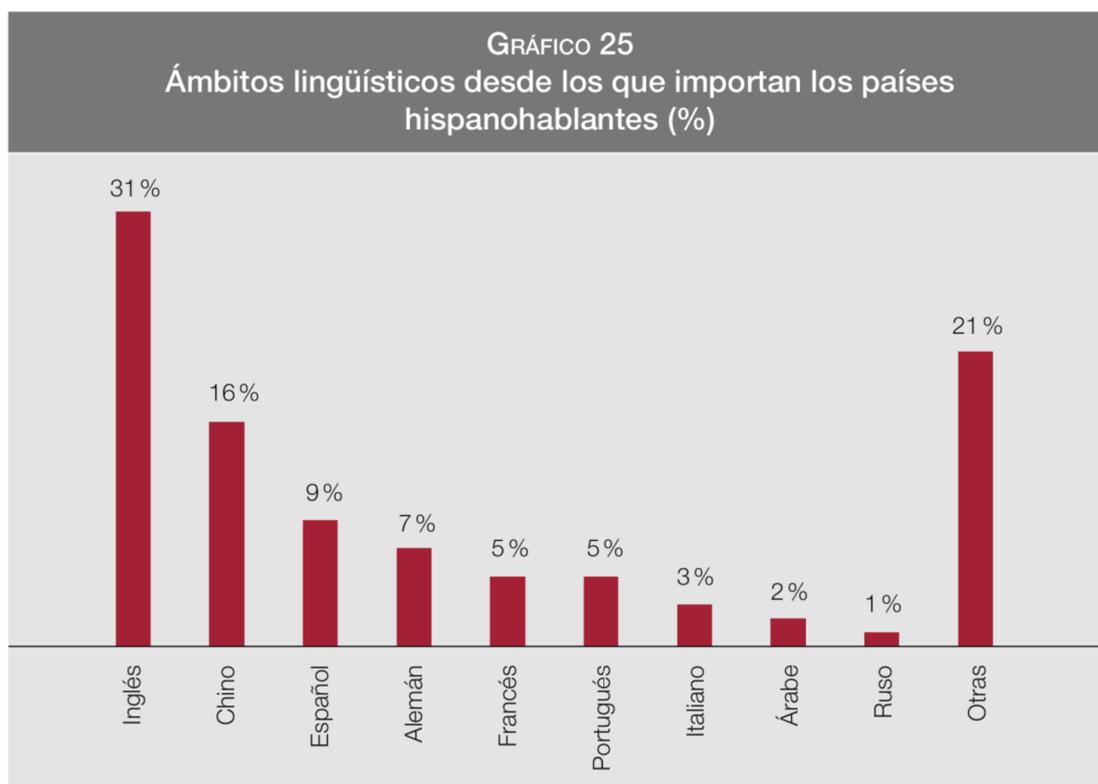
ANEXO I
EL ESPAÑOL: UNA LENGUA VIVA
INFORME 2019
INSTITUTO CERVANTES
GRÁFICOS



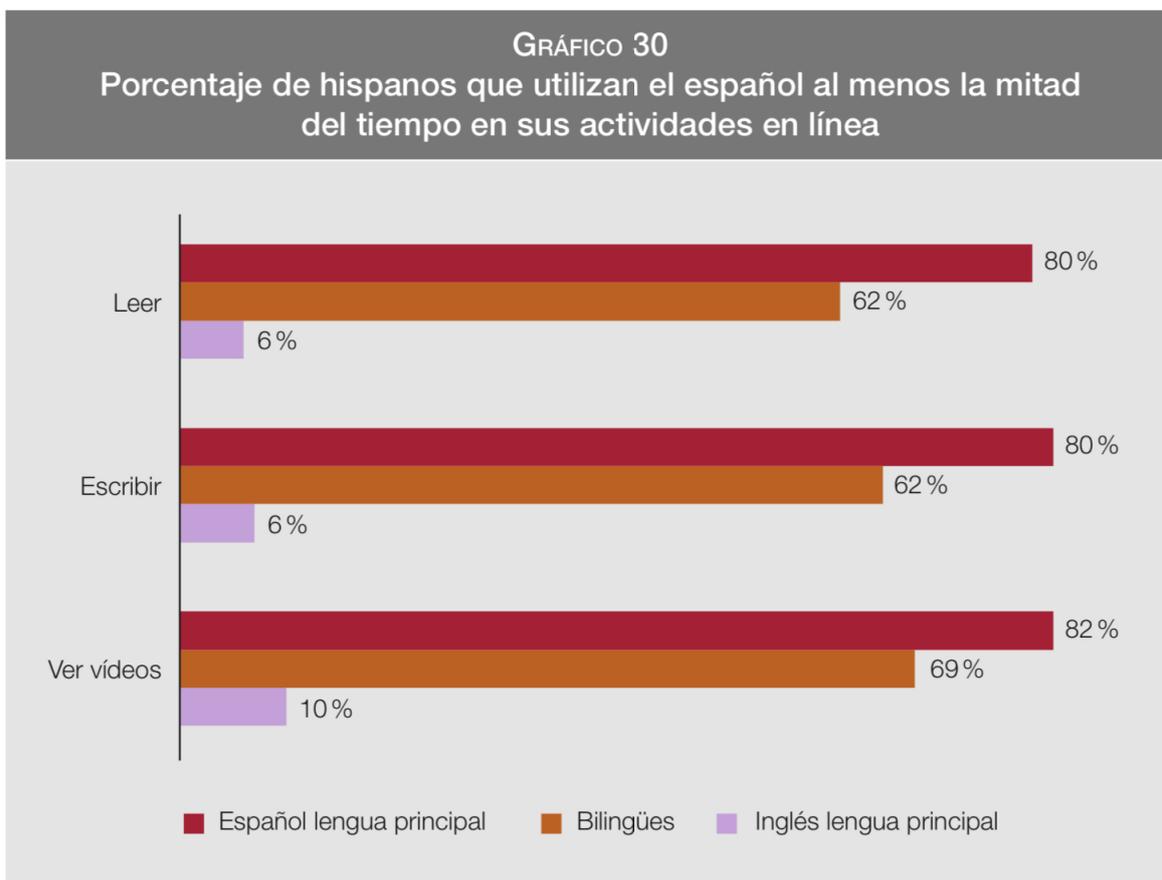
Fuente: Alonso, García Delgado y Jiménez (2015: 176). Encuesta a la base de datos del ICEX. Respuestas: exportadoras, 1.729; instaladas, 63.



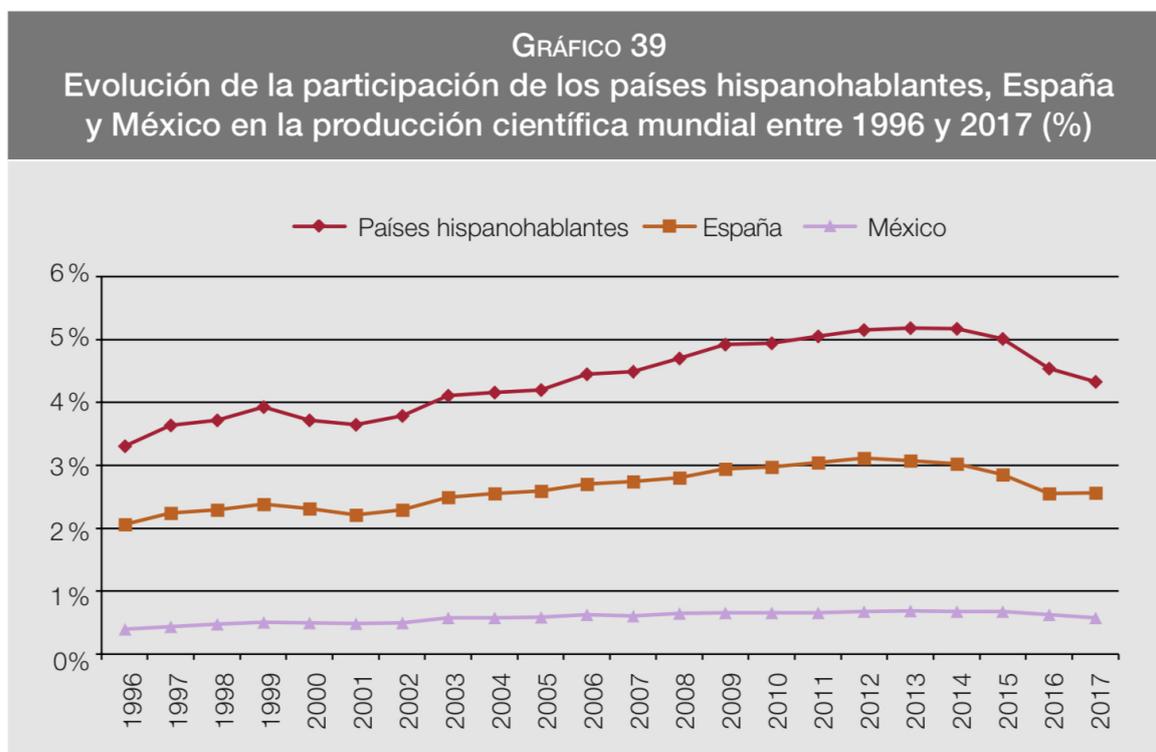
Fuente: elaboración propia a partir de datos del Banco Mundial (2018).



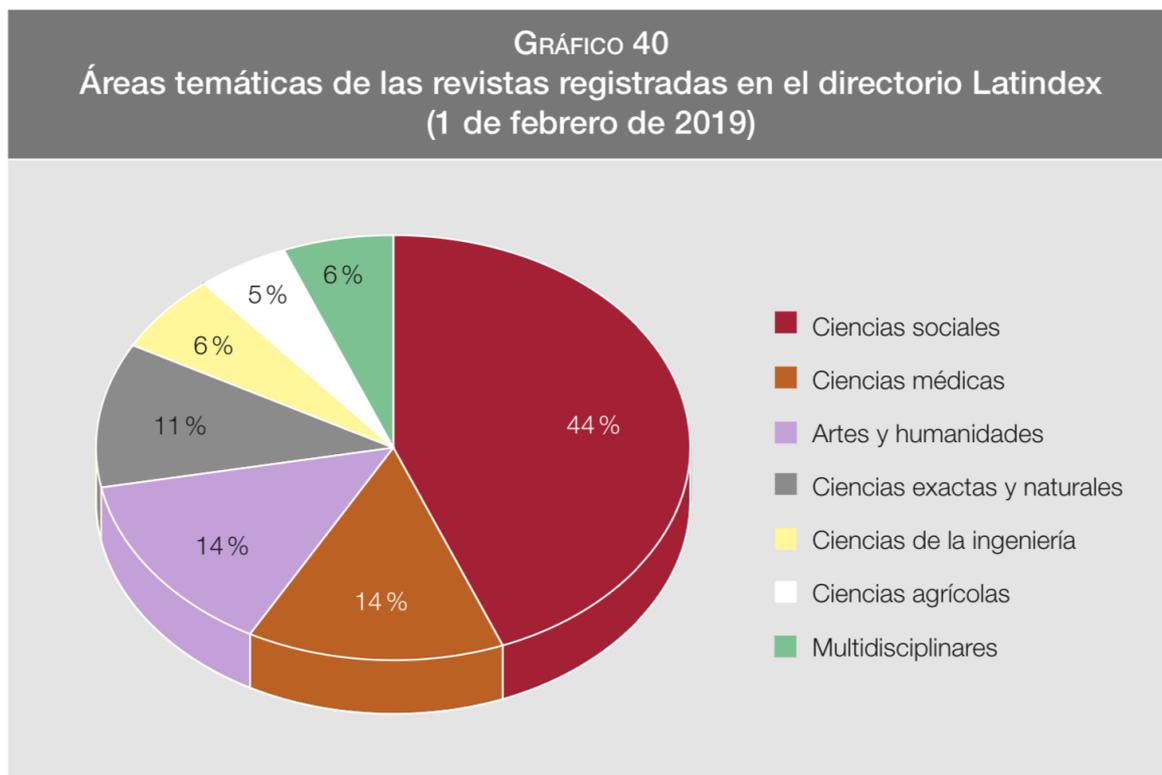
Fuente: Fernández Vítors 2019b.



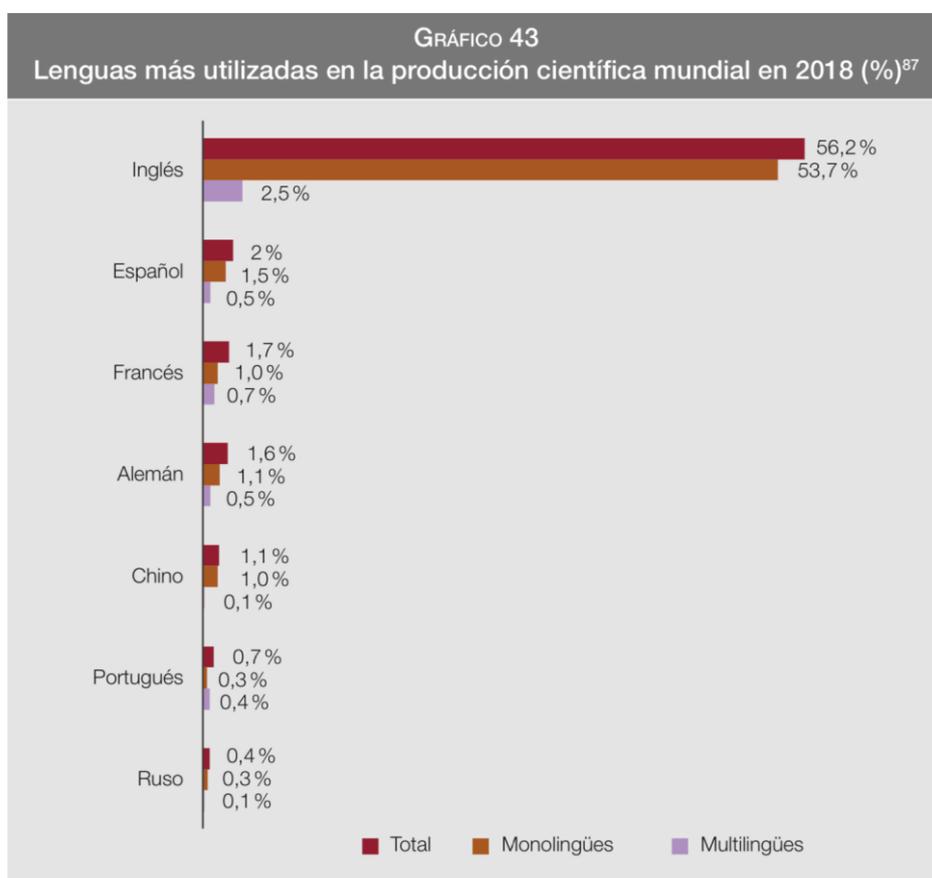
Fuente: Facebook IQ, 2016.

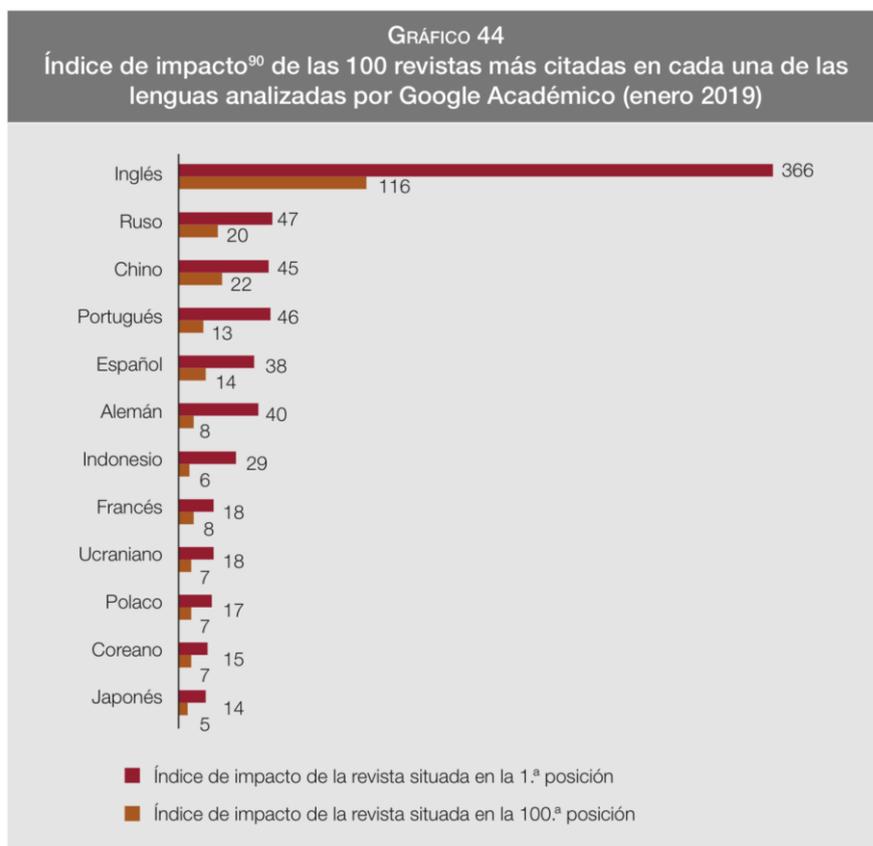


Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en SCImago Journal & Country Rank (2019).



Fuente: elaboración propia a partir de datos recogidos en Latindex (2019).





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, José Antonio y Gutiérrez, Rodolfo (2009), *Emigración y lengua*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel.

Alonso, José Antonio, Durand, Jorge y Gutiérrez, Rodolfo (2014), *El futuro del español en Estados Unidos: La lengua en las comunidades de migrantes hispanos*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel.

Barshefsky, Charlene and Hill, James T., Chairs, O'Neil Shannon K., Project Director (2008), *U.S.-Latin America Relations: A New Direction for a New Reality*. Council of Foreign Relations, Independent Task Force Report Magazine nº 60, New York.

British Council (2017), *Languages for the future*, Report 2017. London.

Cárdenas, Vanessa, Restrepo, Daniel et al. (2015), *Latinos Are Shaping the Future of the United States. How the United States and Mexico Are Growing Together*. The Center for American Progress y Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), Ciudad de México, Washington, D.C.

CEPAL (2018), *Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean*, United Nations Publications, Herndon, VA.

De Sousa, José (2012), «The currency union effect on trade is decreasing over time». *Economic Letters*, article June 2012, University of Paris-1, Paris.

Eisenach, Jeffrey A. Ph. D. (2016), *Making America Rich Again: The Latino Effect on Economic Growth*. Latino Donor Collective. Royal Bank of Scotland and Nera Consulting Group., CA

Eisenach, Jeffrey A. Ph.D., Kulick, Robert Ph.D. (2019), *The Latino Contribution to U.S. report*. Latino Donor Collective. Wells Fargo and Nera Consulting Group, CA.

Fairlie, Robert W., Ph.D. (2018), *Latino Business Ownership Research: Contributions and Barriers for U.S.-born and Immigrant Latino Entrepreneurs*. Economic Consulting, Santa Cruz, CA,

Fairlie, Robert W., and Alicia M. Robb. 2008. *Race and Entrepreneurial Success: Black-, Asian-, and White-Owned Businesses in the United States*, Cambridge: MIT Press.

Fienup, Matthew Executive director California Lutheran University's Center for Economic Research & Forecasting and UCLA Center for the Study of Latino Health & Culture (2019), *U.S. Latino GDP Report*. Latino Donor Collective Economic Conference, California.

García de la Concha, Víctor (2006), *Lengua y comunidad: el horizonte del español*, Conferencia pronunciada en la Cátedra "La Caixa" Economía y Sociedad, 6 de febrero, Madrid, págs. 1-27.

García Delgado, José Luis, Alonso, José Antonio y Jiménez, Juan Carlos (2007), *Economía del español. Una introducción*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel.

- (2012), *Valor económico del español*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel

- (2015), *Lengua, empresa y mercado. ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?* Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Grupo Planeta.

Ghemawat, Pankaj «The Industry-Level Structure of the International Trade Networks: A Gravity-Based Approach». Working paper 3. Harvard Business School, Boston, February 2013.

Girón, Francisco Javier y Cañada, Agustín (2009), *Las cuentas del español*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel.

Instituto Cervantes (2010), *El español, lengua global. La economía*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Santillana

Instituto Cervantes (2019), *El español: una lengua viva*. Informe 2019, Madrid.

Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, (IESALC, UNESCO, 2017) «Evolución de la educación universitaria en América Latina»

Jiménez, Juan Carlos y Narbona, Aránzazu (2011) *El español en los flujos económicos internacionales*. Fundación Telefónica, Madrid: Editorial Ariel.

Jiménez, Juan Carlos (2019), «Valor económico del español». Boletín Económico de ICE 3110, Madrid.

Johanson, J. y Weidersheim-Paul, F. Katsikeas (1975) «The internationalization of the firm. Four Swedish cases». *Journal of Management Studies*, 12(3), 305–323. Uppsala.

Johanson, J. y Vahlne, J. (1977), «The internationalization process of the firm. Model of knowledge development and increasing foreign market commitment». *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32 Uppsala.

- (1990), «The mechanism of internationalization». *International Marketing Review*, 7(4), 11-24. Stockholm.

- (1992) «Management of internationalization». Article in Institute of International Business, Stockholm School of Economics. Stockholm.

- (2006) «Commitment and opportunity development in the internationalization process: A note on the Uppsala internationalization process model». *Management International Review*, 46(2), 165-178. Stockholm.

López Morales, Humberto (2000), «El español en la Florida: los cubanos de Miami» en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2000*, Barcelona: Círculo de Lectores y Plaza&Janés

- (2010), *La andadura del español por el mundo*, Madrid: Taurus Ediciones

Maloney, Carolyn Congresswoman Vice Chair (2019), «The Economic State of the Latino Community in America report». Joint Economic Committee. Congress of the United States. Washington, D.C.

Partnership for a New American Economy Research Fund. (2017), *How Hispanics Contribute to the US Economy*. New American Economy pub. CA

PricewaterhouseCoopers LLP. UK member firm (2017), *The Long View. How will the global economic order change by 2050?* London.

Rivera, Geraldo (2008), *His panic* New York: Celebra Books, a division of Penguin Group

-(2009) *The great progression* New York: Penguin Random House

Schink, Werner Co-founder and CEO Latino Futures Research, Hayes-Bautista, David UCLA Distinguished Professor (2017), *Latino gross domestic product (GDP) report*. Latino Donor Collective., California.

Schroedler, Tobias (2018), *The Value of Foreign Language Learning: A Study on Linguistic Capital and the Economic Value of Language Skills*, Hamburg: Springer Vs

UNCTAD (2019), *Informe anual sobre las inversiones en el mundo. La inversión y las nuevas políticas industriales, 2018*. New York: United Nations publications.

Vahlne, J.E. y Weidersheim-Paul, F (1977), «Psychic distance. An inhibiting factor in international trade» Centre for International Business Studies, Department of Business Administration, University of Uppsala, Working Paper Series N° 2. F. Uppsala.

Welch, Lawrence S. (2001) «The Persistent Impact of Language on Global Operations» Article on Prometheus, University of Melbourne, Melbourne.