

El valor económico del español

<http://tecnologia.universia.es/experto/valoreconomico.htm>



Con el título “*El valor económico del español. Una empresa multinacional*” un equipo de economistas, dirigidos por el profesor José Luis García Delgado, lleva a cabo en la actualidad uno de los más interesantes y oportunos proyectos de investigación para un país que, como el nuestro, intenta aprovechar todo el potencial de un idioma que hablan más de 400 millones de personas en todo el mundo.

El enfoque del mencionado proyecto de investigación es en sí mismo muy atrayente ya que, aparte de la relevancia social y política del español, por primera vez se plantea una investigación muy completa y en profundidad de nuestro idioma como activo económico. Además el estudio se hace con la finalidad de diseñar estrategias que sean efectivas para rentabilizar el potencial que hoy se vislumbra en torno a nuestra lengua.

Hay muchas razones estratégicas que justifican el interés y oportunidad de una investigación como la mencionada. Hoy el español ha demostrado su relevancia en la construcción y desarrollo de la economía no sólo de los 21 países en los que es lengua oficial sino que, como lengua americana, ha materializado una muy notable influencia en las dos grandes naciones de habla inglesa y portuguesa: Estados Unidos y Brasil.

En Estados Unidos la población hispana se eleva a 42,7 millones de personas, eso es ya el 14% de los casi 300 millones de habitantes de este país y una cifra muy similar a la española. Estos datos censales tienen en cuenta a los hispanos en situación regular, no incluyendo a los millones de persona indocumentadas que se estima viven actualmente en su territorio. Hay que recordar que algunas estimaciones sitúan al español como lengua más hablada dentro de unas décadas.

Necesidad de investigaciones sobre el español

Como economista, muchas veces insatisfecho con la rentabilidad social de nuestra actividad investigadora, me entusiasma tanto el planteamiento, como el método y fines de la citada investigación que, además, cuenta con los más prestigiosos investigadores en economía aplicada de España en estos momentos. Esto tiene más valor si cabe, si recordamos lo que indicaba *François Grin* «*Los economistas preocupados por la lengua son pocos y alejados entre sí, y afrontan una ardua batalla contra la división académica del trabajo*».

En España han sido escasas las investigaciones de economía llevadas a cabo en torno a la lengua. Entre las mismas cabe citar la cuantificación económica del español dirigida por Martín Municio: *El valor económico de la lengua española*, Espasa Calpe, 2003.

Que, recordamos, fija en **torno al 15 por 100 del PIB** el peso económico de la lengua.

El estudio dirigido por el prof. García Delgado afronta un capítulo del máximo interés relacionado con las industrias y mercados del español. Se abordan desde los “sectores tradicionales” de la industria de la enseñanza del español o las industrias culturales y del ocio (el sector editorial, audiovisual, turístico) junto a otros como servicios a las empresas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, tales como Internet y las actividades de ingeniería lingüística.

La política integral de la promoción del español, clave para maximizar los beneficios de la lengua, pasa por identificar todas sus potencialidades actuales: la internacionalización de las empresas y la gestión empresarial, el comercio exterior, los flujos migratorios y los mercados de trabajo y por supuesto los efectos potenciales de la economía de la red. Sobre esta última me gustaría realizar algunas reflexiones de carácter general.

El español en Internet

Pese a constituir la tercera lengua más hablada del mundo el español tiene una presencia en la Red que no se corresponde con su peso cuantitativo. Me atrevería a sostener además que el español está padeciendo el coste de la carencia de políticas eficaces en favor del desarrollo de la sociedad de la información en España.

Los indicadores que de forma reiterada sitúan a España a la cola de la sociedad de la información e Europa vienen a poner de relieve las citadas carencias y, en mi opinión, la falta de perspectiva a la hora de intentar aprovechar un potencial calificado de forma generalizada como muy relevante.

Podríamos traer muchos indicadores a colación, pero quizás lo más sencillos sean algunas veces los más convincentes. A mis alumnos de la asignatura Economía de la Globalización (ver [Globalización](#)) les suelo hacer una búsqueda en Google de la palabra “Spain”; en el día que redacto este artículo el buscador devuelve unos 886 millones de páginas. Si en cambio la palabra buscada es “España”, Google sólo devuelve 322 millones. En Internet, hay muchísimas más páginas sobre España en inglés que en español.

El siguiente cuadro resume algunas búsquedas seleccionadas que aunque constituyan una burda aproximación al tema no dejan de ser ilustrativas:

Búsquedas seleccionadas en Google	
Science	4.350 millones
Ciencia	<i>88,1 millones</i>
Technology	5.650 millones
Tecnología	<i>190 millones</i>
Nanotechnology	128 millones
Nanotecnología	<i>1,64 millones</i>

A la luz de estos resultados, parecería lógico que favorecer las más altas cotas de desarrollo de la sociedad de la información debería constituir una prioridad urgente, especialmente si no se desea que el español sea colonizado de forma creciente en Internet o se le catalogue como una lengua secundaria en muchos aspectos.

En el ámbito europeo, las políticas activas en relación con Internet no parecen tener el acierto que sería deseable. El reciente anuncio del Presidente Chirac de crear un [buscador europeo](#) se sitúa en la antípoda de lo que debería ser más urgente en estos momentos. Digitalización del patrimonio cultural y de la obra escrita, normativas que favorecieran la difusión de una propiedad intelectual mal concebida y peor interpretada, apoyo a proyectos iberoamericanos –de los que [Universia](#) o la [Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes](#) son dos magníficos ejemplos–, fomento de la creación de contenidos educativos, entre otros, constituyen algunas vías insuficientemente respaldadas por las administraciones públicas en Europa o en España.

La tecnología y los idiomas: Google y su apuesta por el “*Lenguaje Natural*”

Hace un par de años una página traducida automáticamente en unos segundos por un motor de traducción probablemente nos estimulaba nuestro mejor sentido del humor. Hoy esto ya no es tan cierto. Para empezar las traducciones automáticas entre idiomas como el español, [catalán](#), el [portugués](#), desarrolladas en nuestras universidades, son bastante aceptables y elogiadas frecuentemente si de lo que se trata es de acceder a la comprensión de los contenidos y hacer más fácil su lectura.

Bastante menos rigurosa y plausible es la traducción automática a otros idiomas como el inglés, el alemán, etc. Sin embargo, su evolución ha ido mejorando de forma sustancial en los últimos años (ver por ejemplo [herramientas del idioma de Google](#)). Hoy mis alumnos Erasmus y de Estados Unidos utilizan la versión traducida automáticamente por Google de mi asignatura (ver [Globalization](#)) permitiéndoles comprender y solucionar dudas de la versión española ([Globalización](#)). Muchos de ellos han hecho suya la herramienta y la han incorporado a sus propias páginas webs.

Google está contratando actualmente investigadores especialistas en el campo de la traducción automatizada entre idiomas y el procesamiento del “Lenguaje Natural” lo que viene a indicar que es un tema en el que la compañía está apostando de forma relevante.

Al respecto, he conocido a través de Dirson el [anuncio de Google](#) de incorporar un nuevo idioma, el árabe. Sin embargo, en vez de una metodología convencional sobre la base de un diccionario de palabras y estructuras gramaticales, esta vez se han utilizado técnicas de Inteligencia Artificial con resultados realmente prometedores. He visto [la traducción de la web de 'Al Jazeera'](#), que se ha puesto como ejemplo y el resultado es bastante sorprendente.

[Dirson](#) acaba señalando: *Los esfuerzos que Google destina al desarrollo de estas*

tecnologías de traducción automatizada entre idiomas y, en general, el procesamiento del Lenguaje Natural son los que le permitirán en unos años marcar una diferencia con otros buscadores ya existentes y por venir. En su plantilla dispone de varios de los mejores expertos en estos campos, como Peter Norvig, Vibhu Mittal, Mehran Sahami, Franz Josef Och o Deepak Ravichandran.

Futuro, idiomas, contenidos de Internet, cultura, globalización...

Cabría aventurar a medio plazo que las barreras ligadas a los idiomas pueden diluirse de forma muy notable. En unos segundos el propio navegador nos devolverá la página traducida al idioma que le indiquemos.

Esto me lleva a una consideración final centrada en la calidad y cantidad de los contenidos. Es aquí donde está la clave del desarrollo de la sociedad de la información cuya conexión estratégica debería estar asociada a los conceptos de “comunidad” y “cultura” mucho más que al idioma.

España –al igual que los restantes países en los que se habla español- convendría que favoreciera el desarrollo de una gran cantidad de contenidos de calidad, asociados aquellos aspectos que determinan sus singularidades culturales y los propios intereses de nuestras comunidades, redes sociales o ámbitos sectoriales de interés: educación, empresa, comercio, arte, ocio, cine, literatura, naturaleza, territorios...

Pero, además, quizás deberían diseñarse pensando en la propia globalización de la información y del conocimiento. Esto es, poner el punto de mira en un uso potencial por un gran número de usuarios sin considerar las barreras del idioma. Un libro, una web, un servicio..., por ejemplo sobre Picasso, no tendría valor a largo plazo por estar en español sino por el interés y originalidad de su contenido, las herramientas utilizadas, prestaciones del software que se incorporen, etc.

De ahí que me reafirme en la idea de que nuestros gobiernos deberían favorecer la generación de contenidos de calidad y su puesta eficiente en la red. Algo que quizás no este en la agenda gubernamental como prioridad o urgencia en estos momentos.

Andrés Pedreño Muñoz

Instituto de Economía Internacional
Universidad de Alicante