



Instituto Complutense
de Estudios Internacionales



La Economía de la lengua: una visión de conjunto

Juan Carlos Jiménez

DT 01/06

Resumen

Estas páginas se proponen dar una visión de conjunto del estado actual de la literatura que puede encuadrarse dentro de la Economía de la lengua. Para ello, se parte de una caracterización de los rasgos principales y de una primera definición de lo que hoy se entiende por tal. Seguidamente, se desgranán algunas de las líneas fundamentales de investigación a través de las cuales la Economía se ha interesado por la lengua: de la doble naturaleza de ésta como bien público y como bien privado, de su carácter intangible y, sobre todo, de la consideración de las *externalidades de red* asociadas a su uso, se siguen distintas aproximaciones económicas a algunos aspectos de la interrelación entre lengua y Economía que merecen aquí una atención particular. Por último, y antes de un breve apunte conclusivo, se subraya cómo los avances de esta literatura en España son aún limitados, pese al alto valor que se le presupone al español como lengua internacional.

Abstract

These pages aim to give a global vision of the current situation of the so called “Economics of language” literature. They start over with a description of main characteristics and a first definition of what it is correctly understood as “Economics of language”. Later on, we thoroughly analyse some of the key research lines through with the economic analysis has shown interest for languages, for its double nature as both public and private good, for its intangible condition, and above all for the consideration of “network externalities” related to its use, reaching thus, several economic approaches and some aspects of the interrelation between languages and Economics, which deserve here a special attention. Finally, and before a conclusion, we point out how the progress of this literature is yet limited in Spain, despite the high value given to the Spanish as international language.

Juan Carlos Jiménez
Universidad de Alcalá

Proyecto de investigación:
«El valor económico del español: una empresa multinacional»
Fundación Telefónica

©Juan Carlos Jiménez, 2006

La Fundación Telefónica y el Instituto Complutense de Estudios Internacionales no comparten necesariamente las opiniones expresadas en este trabajo, que son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Índice

1.	Una delimitación conceptual de la Economía de la lengua	4
2.	La lengua como bien económico	7
3.	Lengua y externalidades de red	11
3.1.	La lengua como parte del capital humano	12
3.2.	La valoración de las políticas lingüísticas	15
3.3.	Lengua y comercio internacional	16
4.	La lengua como intangible empresarial	19
5.	Sobre el valor económico del español	20
6.	Un apunte conclusivo	24
	Referencias bibliográficas	25

1. Una delimitación conceptual de la Economía de la lengua

La Economía, la Ciencia económica, se define, más que por su objeto de estudio –la conducta humana, como en el resto de las Ciencias sociales– por la *forma*, por el *método* con que ésta se analiza, y, en la práctica moderna, por el empleo de un instrumental analítico muy formalizado y matemático. Instrumental –y quizá éste pueda ser nuestro punto de partida– muy poco acomodado, hasta ahora, al estudio de un factor –y a su incorporación como variable en los modelos– tan *intangible* (lábil, en tantos sentidos) y tan difícil de cuantificar como es la lengua, por más que vital en cualquier relación humana con trasfondo económico. Ya lo advirtió Adam Smith (1776) al comienzo de su *Riqueza de las naciones* (Libro I, Capítulo II), al preguntarse por «el principio que motiva la división del trabajo»: ésta es la consecuencia de «la propensión a permutar, cambiar y negociar una cosa por otra»; una propensión que, a su vez, «como parece más probable, es la consecuencia de las facultades discursivas y del lenguaje». La lengua, por tanto, es lo que distingue al ser humano del resto de las criaturas: es lo que le permite cooperar, comerciar y, de ahí, especializarse.

La lengua, en efecto, tiene una función económica indudable, al menos desde un doble punto de vista: como *elemento identitario* (esto es, como atributo de identidad que condiciona el estatus socioeconómico de los individuos) y como *destreza de comunicación social* (de hecho, como la gran –y, desde luego, la más antigua– tecnología de comunicación social). Como herramienta de comunicación, la lengua cuenta con un *valor de cambio*, en función de los recursos a que da acceso; como expresión de una identidad cultural y social determinada, tiene igualmente un *valor de uso* (Josep Colomer, 1996a). En ambos casos, los problemas de cuantificación y de valoración de la lengua son evidentes, y más adelante me referiré a ellos. Pero hay un problema si cabe más peliagudo: ¿Cómo separar el componente comunicativo de la lengua del otro, de tipo identitario, al examinar, por ejemplo, los diferenciales de ingresos salariales de los hispanos en Estados Unidos en función de su

destreza en el inglés, o de los francocanadienses en Quebec? ¿O, sin ir tan lejos, a la hora de valorar entre nosotros el catalán, el vascuence o el gallego? El propio español, al tiempo que lengua *práctica* para millones de seres –«un negocio y una fuente de trabajo», en palabras de Humberto López Morales (2000)–, es puente y transmisor, a los dos lados del Atlántico, de un rico patrimonio histórico, artístico y cultural que también *vale*.

Pero es que, además, y según el caso, las variables lingüísticas pueden presentar una relación de causalidad de doble sentido –y muchas veces circular, lo que complica el análisis– con las variables económicas: por un lado, la lengua como condicionante de la economía; por otro, la economía como condicionante de la lengua. De hecho, el primer tipo de relaciones –esto es, la explicación del comportamiento de algunas variables económicas a partir de otras relacionadas con la lengua– forma parte de la *tradición norteamericana* (estadounidense y canadiense) dentro de la Economía de la lengua; en tanto que el segundo tipo de relaciones –la explicación de ciertos procesos lingüísticos, como el bilingüismo, a partir de variables económicas– forma parte, aunque hoy todo esto ya esté muy matizado, de la *tradición europea*. Acelerada disciplina, en todo caso, ésta de la Economía de la lengua, que, con apenas cuatro decenios de existencia, ya distingue «tradiciones».

Porque la Economía de la lengua, de serlo, es, sin duda, una disciplina (o quizá aún sólo un campo de estudio) *joven*: la literatura relacionada con la lengua nace en el decenio de 1960 –por cierto, y no por casualidad, igual que otros campos aplicados como la Economía de la educación, de la salud, de la cultura o del medio ambiente–, cuando el instrumental analítico y la información económica precisa están lo suficientemente maduros para análisis de este tipo y, sobre todo, cuando desde otras ramas –dígase *convencionales*– de la literatura económica se percibe a la lengua como una variable fundamental para explicar hechos de naturaleza económica.

El primer trabajo relacionado directamente con la Economía de la lengua –de hecho, lleva ese mismo título– es un breve artículo

de Jacob Marschak, publicado inicialmente en 1965 en la revista *Behavioral Science* (lo que no deja de ser igualmente revelador). En él abogaba por una *futura* Economía del «más desarrollado sistema de comunicaciones entre las organizaciones humanas: la lengua, oral o escrita» (Marschak, 1965). Cuatro décadas después, sin embargo, no puede hablarse sino de *escasez* –y manifiesta «falta de densidad»– en la literatura, como hace Donald M. Lambertson (2002) en la más reciente recopilación bibliográfica sobre el tema. Este mismo autor ha llegado a referirse a la Economía de la lengua como «un territorio olvidado». François Grin (1996), uno de los principales estudiosos actuales en este campo, ha sido mucho más crudo: «Los economistas preocupados por la lengua son pocos y alejados entre sí, y afrontan una ardua batalla contra la división académica del trabajo [en Economía]».

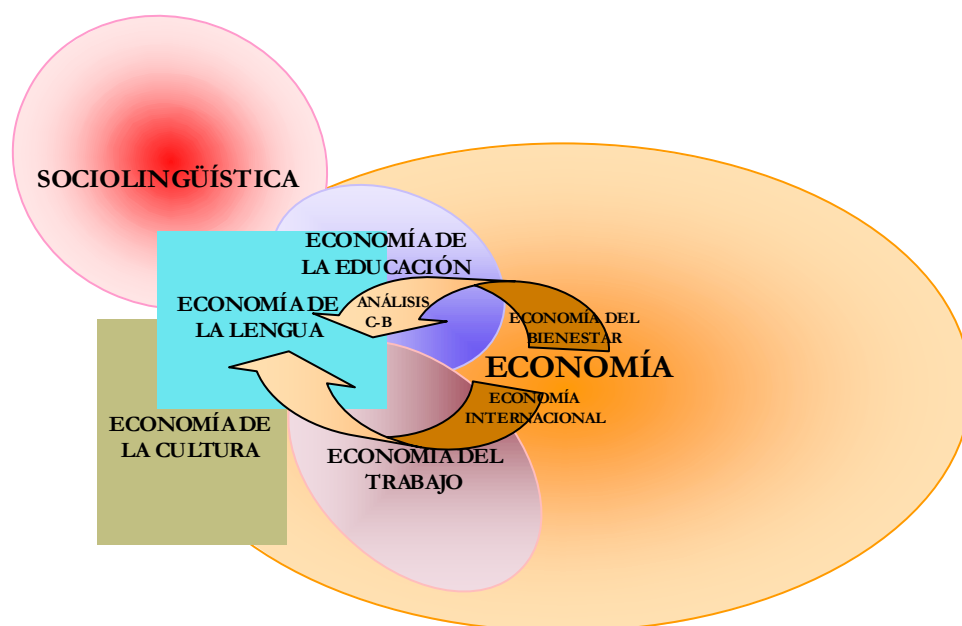
En la literatura internacional subsiste con frecuencia, además, una cierta confusión terminológica entre la Economía de la lengua –*Economics of language*– y la lengua (y la retórica) de la Economía –*Language of Economics*–, retruécano quizá comprensible en el ámbito anglosajón en que hasta ahora se ha desarrollado la discusión, pero que aquí conviene deslindar. El ejemplo más reciente y difundido de esta concepción puede hallarse en la obra de Ariel Rubinstein (2000) titulada *Economics and language. Five essays*. Lo que este autor propone, en realidad, es un análisis matemático de la lengua como si fuera un *producto* que un agente maximizador –que está desarrollando un código de comunicación– intenta *optimizar*, en una línea que no deja de presentar ciertas concomitancias con lo planteado por Marschak en su artículo germinal. También es de gran interés –aunque encuadrada más en la Lingüística que en la Economía– la obra colectiva previa, con el mismo antetítulo de la anterior, de Willie Henderson, Tony Dudley-Evans y Roger Backhouse (eds.) (1993). Ahora bien, cómo usan los economistas las *armas* de la lengua, comenzando por la metáfora, en el razonamiento y la explicación económica –la *retórica* de la Economía, por decirlo en los términos de Donald McCloskey (1990)– pue-

de ser una cuestión muy interesante, pero distinta al objeto de estas páginas. Aquí la atención se centrará, por tanto, en la Economía de la lengua.

No deja de ser significativo –aunque esto luego no haya tenido demasiada continuidad– que la aportación más primigenia (y, sin duda, original y bien fundada) a esta Economía de la lengua fuera la de un destacado econométra, el ya citado Jacob Marschak, fundador y presidente durante años de la *Econometric Society*. El foco de atención que él proponía para la Economía de la lengua –la supervivencia de las lenguas en función de su eficiencia, entendida ésta como la habilidad para transmitir la máxima información en el menor tiempo– no ha sido seguido más que por unos pocos especialistas, como señaló en su momento François Vaillancourt, en tanto que la mayoría (y, destacadamente, él mismo) se ha inclinado hacia el análisis de las relaciones que, de la lengua, van hacia la economía, y su papel en la explicación de ciertas variables económicas (los diferenciales salariales entre grupos sociales, sobre todo, o también el comercio entre países), o bien se ha centrado en la evaluación económica de las políticas lingüísticas, tema en auge.

Pues bien: después de cuatro décadas, puede caracterizarse a la literatura actual relacionada con la Economía de la lengua bajo tres rótulos principales. Se trata de una literatura *dispersa* (con distintos focos de atención, apenas enlazados por la conexión observada entre algunos procesos lingüísticos y ciertas variables económicas), *fronteriza* (en relación con los enfoques de la corriente central –u ortodoxa– de la ciencia económica) y *mestiza*, esto es, multi e interdisciplinar (en tanto que atravesada por influencias disciplinares diversas, de la Sociología y la Lingüística –y la Sociolingüística– a la Antropología y la Ciencia política, entre otras, comúnmente desde la perspectiva teórica de la elección racional). El gráfico 1, en el que las lindes de la Economía de la lengua se funden con las de otras ramas del conocimiento, económico o no, trata, sin más pretensiones, de sintetizar visualmente los rasgos recién enunciados.

Gráfico 1
Las fronteras de la Economía de la lengua



Una literatura, ya se ha dicho, joven, y que está aún haciéndose, *en formación*, con creciente interés académico conforme los elementos intangibles de la realidad económica –y la lengua es uno muy fundamental– cobran creciente protagonismo en la actividad económica y empresarial (y en la explicación misma del crecimiento económico, de la mano de las teorías *endógenas*); y también conforme el auge de las tecnologías de la información y del conocimiento potencia el valor de la *tecnología social*, el *software*, que les sirve de vehículo esencial: la lengua, generadora, en el sentido en que más adelante se abunda, de unas *externalidades de red* que multiplican sus positivos efectos con su propio uso y extensión.

En todo caso, lo que hoy puede denominarse, con cierto consenso, como Economía de la lengua resulta ser, más que un cuerpo compacto de doctrina entroncado y articulado en torno de la corriente central del análisis económico moderno, un mosaico –quizá sólo un *puzzle* muy incompleto aún– de estudios aplicados sobre cuestiones en las que la lengua aparece como variable relevante en la explicación de ciertos hechos de naturaleza

económica: desde el estudio de los diferenciales de renta per cápita entre distintas comunidades lingüísticas dentro de un mismo país o de quienes optan por ampliar sus conocimientos de idiomas (lo que nos lleva a los rendimientos del capital humano que estudia la Economía de la educación o a los temas de discriminación laboral, en función de las diferentes cualificaciones, de los que se ha ocupado la Economía del trabajo) a la valoración económica de diferentes políticas lingüísticas (enlazada con el análisis coste-beneficio de la Economía del bienestar); o del análisis, con la lengua común como variable a considerar, de los flujos de comercio o de inversión entre países (lo que nos lleva en este caso a la Economía internacional y del comercio) al estudio de la interacción entre unas y otras lenguas en un contexto multi-lingüístico (lo que ha inspirado elegantes modelizaciones propias del ámbito de la Teoría de los juegos, como la de Jeffrey Church y Ian King a la que luego me referiré).

Ante este aparente magma, François Grin, en uno de sus múltiples trabajos, ha ofrecido una concisa definición que puede ser útil para centrar desde un comienzo las ideas en

este punto. Nos dice: «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)» (Grin, 2001). A partir de esta definición puede encuadrarse, como se hace a continuación, todo un conjunto de contribuciones analíticas que han indagado a lo largo de los últimos años en la relación entre lengua y economía.

Lo que se hará a partir de aquí es entresacar, sin ningún ánimo exhaustivo, pero sí taxonómico, algunas de las líneas fundamentales de investigación a través de las cuales la Economía se ha interesado por la lengua (en realidad, por variables relacionadas con la lengua), se le llame o no al conjunto *Economía de la lengua*. (Para quien desee un mayor detalle, las más completas recopilaciones de obras y de tendencias en el análisis aparecen asociadas a los nombres, ya citados, de Vailancourt y Grin.)

2. La lengua como bien económico

Hay que partir, en este punto, de una constatación económica elemental en relación con la lengua: ésta es un bien complejo (de hecho, es bien y servicio en unas u otras de sus manifestaciones) que admite, además, una doble conceptualización, muchas veces solapada, como bien –o servicio– privado y como bien –o servicio– público. Veámoslo.

Como *bien privado*, la lengua es, en ocasiones, el objeto de transacción mercantil (como sucede en la *industria de la enseñanza de la lengua*) o el soporte de comunicación esencial de los bienes y servicios comercializados por sectores económicos diversos (las llamadas, de un modo algo más genérico, *industrias de la lengua*). Puede hacerse, incluso, una clasificación de estas «industrias de la lengua», útil a los efectos de su delimitación económica, si bien la lengua es un *input* –si se disculpa el anglicismo– presente, de un modo más o menos directo o indirecto, en cualquier actividad (y, por tanto, suscep-

tible de valoración): *input* tecnológico, como tecnología social de comunicación, e *input* laboral, incorporado al factor trabajo como parte del capital humano –una destreza más– que atesoran los trabajadores.

La clasificación de Óscar Berdugo (2000) de las «industrias de la lengua» ofrece una buena taxonomía inicial, y menos limitativa que la propuesta, sobre la base de la «ingeniería lingüística», por Joaquim Llisterri y Juan Manuel Garrido (1998). Distingue Berdugo –siguiendo varios criterios, pero entre los que no debe pasar aquí desapercibido uno de ellos: la potencialidad de proyección hacia los mercados exteriores– un «núcleo central» de actividades ocupado por los servicios lingüísticos, la enseñanza de español para extranjeros y las ediciones para la enseñanza del español; luego, un «sector estratégico» –las tecnologías de la lengua– y otros tres «de difusión» –los sectores editorial, audiovisual y musical–; por último, abre potencialmente el campo de las actividades integradas en el concepto de Español Recurso Económico a otras más indirectamente relacionadas con la lengua, pero que pueden aprovechar sus «efectos de arrastre»: diseño, moda, turismo...

Esta clasificación puede servir, sin duda, para una primera demarcación del terreno que aquí se pisa. Quisiera subrayar, de momento, una característica prácticamente común: en una buena parte de las actividades relacionadas con la lengua y, desde luego, en las de tipo cultural y de la comunicación, se dan de un modo casi natural –piénsese, dentro de las primeras, en los discos, los libros o el cine; entre las segundas, el teléfono es un ejemplo claro– las *economías de escala*: a mayor volumen de producción y venta, mayores posibilidades de reducción de los costes medios de los productos. De ahí la importancia que tiene, desde este punto de vista, la amplitud demográfica de un dominio lingüístico y su profundidad, en términos de capacidad de compra de sus hablantes. Y, en los casos de bilingüismo, debe considerarse el *coste de oportunidad* de producir –libros, en el ejemplo más claro– en la lengua minoritaria, en relación con hacerlo en la lengua mayoritaria (no tiene por qué ser el único criterio, y quizá ni siquiera el más decisivo, pero tampoco cabe ignorarlo). Ezequiel Baró y Xavier Cubelles (2001) han sabido expresarlo de un modo

muy sintético: «En los territorios bilingües, los efectos de una política lingüística a favor de ‘una’ de las lenguas tiene generalmente efectos directos sobre el uso de la ‘otra’ en el interior de la misma sociedad»; en consecuencia, «todo parece indicar que el problema central de la cuestión no reside tanto en la justificación de una intervención pública en el campo lingüístico, sino en su aplicación en las sociedades bilingües».

Por otro lado, en el estudio sobre *El valor económico de la lengua española* al que más adelante se aludirá se distinguen tres tipos de actividades vinculadas a la lengua, sujetas, en cada caso, a diferentes ponderaciones: primero, actividades ligadas directamente a la lengua «por la propia naturaleza de sus productos», ya sean bienes o servicios (como la industria editorial o la educación); segundo, actividades que proporcionan insumos al grupo anterior (como la industria papelera), y, tercero, actividades de comercialización y distribución de aquellos.

De cualquier modo, y refiriéndose ahora al subconjunto delimitado, con unos u otros criterios, por las «industrias de la lengua», como se trata, en general, de bienes y servicios con un precio de mercado (o a los que se les puede atribuir un precio de mercado), pueden valorarse económicamente desde una perspectiva *privada* (otra cosa es fijar la ponderación que dentro de cada una de esas actividades, y de los bienes y servicios a través de ellas producidos y comercializados, tiene el componente «lengua»). Luego habrá de volverse a esta cuestión tan crucial al dar cuenta de lo hecho en España para valorar la importancia económica de la lengua desde este punto de vista.

Obsérvese, de momento, que la lengua, como bien privado –o *la lengua como mercado*–, justifica el análisis de todo un conjunto de actividades económicas, las relacionadas de modo más directo con ella, aunque algún autor duda de que los estudios puramente descriptivos de estos sectores puedan encuadrarse, en puridad, dentro de la Economía de la lengua (que aparecería reservada al análisis con sustrato teórico). Como fuere, aquí surgen evidentes puntos de contacto de la Economía de la lengua con la llamada Economía de la cultura (y del ocio, se añade a veces).

Pero también, en esta dimensión «privada» de la lengua (en el sentido económico del término: un bien o servicio privado, sin dejar de serlo, puede ser suministrado gratuitamente por el sector público), la Economía se ve inmersa en otro ámbito de estudio: el de la valoración (económica) de las políticas lingüísticas.

El planificador puede hallar, por ejemplo, el grado óptimo de gasto público en «diversidad lingüística» (esto es, en primar a una lengua local para que no desaparezca ante otra mayoritaria, por señalar un tema de recurrente interés). Bajo el supuesto de que los beneficios de este tipo de política aumentan con el gasto, pero a una tasa decreciente, en tanto que los costes lo hacen a una tasa creciente, la aplicación de la «regla de oro» de la maximización del beneficio neto llevaría a un gasto óptimo G_d^* (François Grin, 2003), tal y como se muestra en el gráfico 2. Aquí empiezan, en todo caso, las dificultades: valorar esos beneficios y costes que se derivan de la política lingüística (François Grin, 2004). Tarea ya difícil en lo que hace a los de tipo privado y que se *monetizan* en el mercado, pero muchas veces inaprensible cuando se tratan de incorporar los beneficios y costes sociales, en particular aquellos que no *pasan* por el mercado.

En efecto, hay un componente privado –y de mercado– en los beneficios y costes de cualquier política lingüística que puede ser evaluado como lo hace la Economía en otras áreas de la intervención pública (del Estado central o de otras administraciones territoriales, como sucede en España). En ese recuento de beneficios y costes privados de la lengua hay uno que cobra particular importancia: siendo ésta una tecnología *incorporada* a los individuos (al modo en que la tecnología lo hace a veces en las máquinas, y, de ahí, forma parte del capital tecnológico), la lengua, la destreza lingüística, no puede dejar de ser considerada como parte del capital humano, y susceptible, por tanto, del mismo tipo de valoración económica que la Economía de la educación hace de la inversión en formación¹. Obsérvese que bajo el marco conceptual de la teoría del capital humano hay un claro criterio de optimiza-

¹ Ya desde el trabajo inicial de Toussaint Hočevar (1975), y explícitamente formalizado, pronto, en Albert Breton (1978).

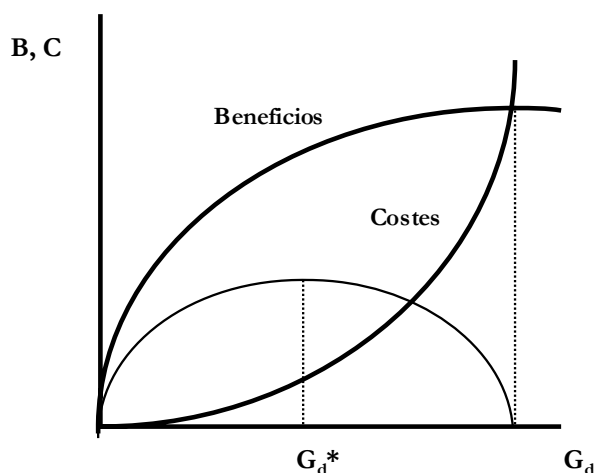
ción para la *adquisición* de lenguas: las rentas individuales. El procedimiento más estándar consiste en calcular las tasas de retorno que se siguen de cada nivel de inversión en formación (en nuestro caso, en *adquisición de una lengua*), esto es, la tasa r que, en cada caso, iguala a cero el valor neto actual (es decir, descontado a lo largo del

tiempo) de los beneficios y costes de esa inversión.

Es decir:

$$\sum^n [V_i/(1+r)^i] - \text{Costes} = 0$$

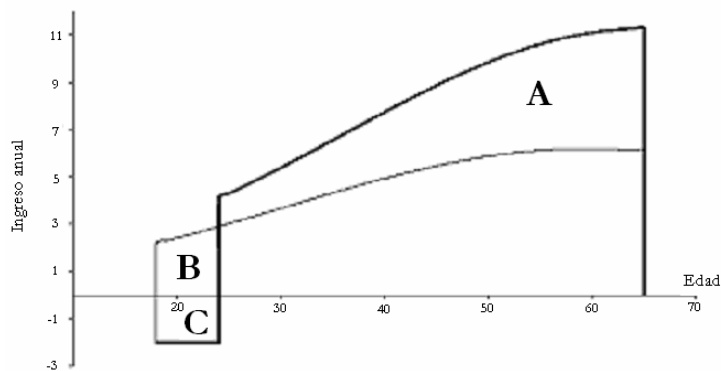
Gráfico 2
El gasto óptimo en diversidad lingüística



Gráficamente se puede apreciar de un modo quizá más claro (gráfico 3, en donde la rentabilidad de la educación sería la tasa de descuento que iguala el área A –los ingresos extra que se obtienen merced a unos determinados conocimientos lingüísticos– con la

suma de B –los costes de oportunidad incurridos, en forma de ingresos no obtenidos, como consecuencia de comenzar a trabajar más tarde, con el fin de adquirir esos conocimientos– y C –los costes «directos» de la inversión formativa–).

Gráfico 3
Rentabilidad de la inversión educativa (lingüística)



Quizá convenga señalar que las dificultades que impone la información estadística disponible hacen que, comúnmente, los estu-

dios que suelen hacerse en la Economía de la lengua para valorar el conocimiento de ésta se centren más en el cálculo –más simple–

de los diferenciales de ingresos que en el de las correspondientes tasas de retorno (adviértase que la inversión en lengua difiere de otras inversiones educativas en que el área B no está tan claramente delimitado, y en que el área C asociado a los costes *pecuniarios* directos² del aprendizaje muchas veces es prácticamente inexistente).

Hasta aquí la atención se ha centrado en la lengua como bien privado, pero ésta tiene también una segunda dimensión económica, en muchas ocasiones, quizá la mayoría, como *bien público*. La lengua, ya se ha dicho, como tecnología o herramienta *social* de comunicación; herramienta libremente utilizable, esto es, sin coste alguno *en su uso* –aunque sí *en su acceso*, según acaba de señalarse– para quienes ya la poseen (como lengua materna o como segunda lengua), y con una propiedad muy fundamental, que su utilidad aumenta con el uso (con el número de quienes la emplean): se trata de lo que en Economía se conoce como un bien público, si bien no un bien público *puro*, sino con las características peculiares de un bien *de club* o reservado (José Antonio Alonso, 2006).

Pero la lengua, además de *bien* o de *recurso*, puede ser vista igualmente, al menos en alguna de sus facetas, como un *factor* productivo capaz de estimular el crecimiento. En concreto, como parte del factor capital, al modo en que lo son, de un modo hoy indiscutido, el capital físico, el humano, el tecnológico o el financiero; en este caso, como fuente de *capital social*. Y, aunque la literatura económica no haya aún explorado en esta vía –las dificultades de cuantificación son evidentes–, es indudable que la lengua, en su condición, ya señalada, de gran «tecnología social de comunicación», cumple una función esencial en el desarrollo del capital social de una colectividad. Se trata, por lo demás, de un concepto en boga. La OCDE (2004) define el capital social como el conjunto de «redes, junto con normas, valores y entendimientos compartidos que facilitan la cooperación, tanto entre los grupos como dentro de ellos». Y, según el Banco Mundial, «capital social es el conjunto de normas y

vínculos que permiten la acción social colectiva. Capital social no sólo es la suma de las instituciones que apuntalan una sociedad, sino que es el pegamento que las mantiene juntas (...)»³. Esta última es una definición muy en la línea de Robert Putnam y, en general, de los autores que se han aproximado al concepto de capital social (Pierre Bourdieu, James Coleman, Michael Woolcock...), para quienes éste se manifiesta en la confianza recíproca y en la cooperación en aras de unos objetivos comunes. Los tres componentes del capital social, en la concepción de Putnam (2000), son, precisamente, las normas y obligaciones morales, los valores sociales –en particular la confianza– y las redes sociales. Un concepto, en fin, prácticamente indisoluble de la lengua, y que comparte con ésta su carácter intangible, al tiempo que reduce los costes de información y de transacción; y, lejos de agotarse con el uso, éste le confiere un carácter acumulativo.

La lengua, en suma, reúne –aunque de modo asimétrico– los dos requisitos fundamentales de un bien público (lo que, recuérdese aquí también, nada tiene que ver con su suministro, gratuito o no, a través del Estado, sino como característica económica): son el requisito de *no rivalidad* y el de *no exclusión*. El primero quiere decir que el consumo de ese bien por parte de alguien no reduce su disponibilidad para otros (como sucede con la lengua: es más, la utilidad que los individuos obtienen de la lengua, luego se verá, aumenta con el número de personas que la usan). El segundo requisito, el de no exclusión, quiere decir que no es posible imponer a ese bien un precio que limite su consumo (algo también evidente en el caso de la lengua, pero sólo entre los que ya poseen la capacidad lingüística correspondiente: de ahí que se hable de un bien «de club», del que sólo disfrutan sin coste alguno sus miembros⁴). Dicho en la jerga económica, la no rivalidad en el consumo significa que el coste marginal de proveer el bien o servicio a una persona más es cero; y la no exclusión, que los costes de excluir a un individuo del consumo son infinitos (o prohibitivamente al-

² Por *directos* deben entenderse aquellos costes que se materializan en una enseñanza formalizada de la lengua; obviamente, hay unos «costes de acceso», a veces muy importantes, en el conocimiento lingüístico.

³ Vid. <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/home.htm>.

⁴ Como el uso de la moneda única entre los países del «club» de la *zona euro*. Luego se retomará la analogía.

tos). Un área, por tanto, en la que el mercado *no funciona*.

Como bien público, una de las características primordiales de la lengua es la de generar externalidades, esto es, efectos económicos sobre terceros (beneficiosos, en cuyo caso se habla de externalidades *positivas*, o perjudiciales, en cuyo caso se habla de externalidades *negativas*); efectos por los que el causante no obtiene compensación, cuando éstos son positivos, ni tiene que pagarla, en forma de «multa», cuando son negativos. Un hecho, éste de las externalidades, que origina la divergencia entre la valoración privada y social de los bienes y servicios que lo provocan: el causante de una externalidad negativa por la que no paga obtiene por su actividad un beneficio neto privado mayor del que se obtiene socialmente, al contabilizar el daño no compensado; y el causante de una externalidad positiva obtiene un beneficio neto privado menor del social, esto es, del que se obtiene contabilizando el beneficio inducido *gratuitamente* a terceros.

Pero no sólo es que la lengua tenga evidentes externalidades⁵; es que, siendo una tecnología *social* de comunicación, da origen, al modo en que lo hacen también las tecnologías *materiales* de comunicación, como pueda ser el teléfono y, más modernamente, Internet o el correo electrónico, a las denominadas *externalidades de red*. Y la maximización de las externalidades de red permite multiplicar el potencial comunicativo de una comunidad. Éste es un punto fundamental, y merecedor de una atención específica, por cuanto sobre este concepto, el de externalidades de red, se entreteje, directa o indirectamente, una buena parte de la literatura sobre la Economía de la lengua. Para nosotros, los hispanohablantes, hay algo más que refuerza esa importancia y ese interés: porque no hay que olvidar que el español –lengua hoy, ante todo, *americana*, como no deja de recordar Fernando Rodríguez Lafuente– fundamenta su fuerza, y su fuerza económica, en la innegable potencia demográfica que le confieren más de cuatrocientos millones de hablantes, situados, además, en

⁵ *Positivas*, se entiende, en el común de los casos, si bien François Grin ha señalado también un ejemplo de externalidad *negativa* derivada del aprendizaje lingüístico: la que sufrirían los traductores entre dos lenguas si se generalizase el aprendizaje de ambas.

buena parte, dentro de una relativa «clase media» mundial, y no pocos en creciente ascenso, como sucede en Norteamérica⁶. Así pues, con creciente capacidad de compra, emprendimiento e influencia: la lengua es también una cuestión de *prestigio*.

3. Lengua y externalidades de red

La presencia de externalidades de red confiere a la lengua (equivalente, en este caso, a un *software* de comunicación) el carácter de bien «supercolectivo»; esto es, que cuantos más individuos participen del consumo del bien, mayor será su valor. Cuando se dan estas externalidades de red, como señalaron en su momento Michael Katz y Carl Shapiro (1985), «la utilidad que un usuario dado obtiene de un bien depende [de forma creciente] del número de otros usuarios que están en la misma red»⁷. O, dicho en otros términos, que el valor de pertenecer a un grupo lingüístico –a un «club», como se dijo antes– aumenta con el tamaño del grupo, y sin problemas de *congestión*: así, en una comunidad lingüística de n individuos las posibilidades de interacción binaria, es decir, entre cada dos ellos, es de $n(n-1)$; y un individuo nuevo añadiría $2n$ potenciales interacciones. Esto tiene una consecuencia económica fundamental: que las decisiones de inversión privada (en nuestro caso, en lengua) no conducen a una óptima asignación de recursos, ya que infravaloran sus beneficios *sociales* para el resto de individuos de la *red* (esto es, para

⁶ HispanTelligence (2003) estimaba en 700 mil millones de dólares el poder de compra «hispano» en Estados Unidos, cifra en rápido aumento, y que alcanzará el billón de dólares en 2010. La cifra –y la tendencia– parecen gozar de cierto consenso: el informe sobre esta cuestión realizado anualmente por el Selig Center for Economic Growth de la Universidad de Georgia acaba de señalar (septiembre de 2006) que el poder de compra de los hispanos será, en 2007, el más alto entre los grupos minoritarios de Norteamérica –798 mil millones de dólares–, superando ya, por primera vez, al de los afroamericanos. Por otro lado, caracterizar a los más de cuatrocientos millones de hispanohablantes de «clase media» mundial –aunque sea con las muchas reservas que impone la muy desigual distribución de la renta per cápita en buena parte de los países en donde éstos viven– se fundamenta en la similar proporción que representan dentro del PIB mundial y de la población del planeta.

⁷ Sobre esta misma idea, aunque desde la óptica sociológica, Abram De Swaan (1998) ha desarrollado un modelo de estructura lingüística mundial basado en el valor comunicativo de las distintas lenguas (*Q-value*).

la comunidad lingüística de que se trate): aquí se basan los defensores de la política y la planificación lingüística. Y otra consecuencia muy distinta, pero de no menor importancia: la tendencia de los idiomas dominantes, a medida que crecen, y debido a los *rendimientos crecientes* asociados a las externalidades de red, a desplazar a los demás. Esto tiene que ver, obviamente, con los temas de bilingüismo y de mantenimiento de la diversidad lingüística que tanto juego han dado en los últimos tiempos. Sin olvidar, como ha sabido expresar con mucho tino Silvana Dalmazzone (1999), que «el multilingüismo es un bien público», pero, como nos aclara enseguida al pie, «es la lengua común lo que constituye un bien público (...) y no la mera existencia de una multitud de lenguas».

El trabajo de 1993 de Jeffrey Church y Ian King en *Canadian Journal of Economics* sobre «Bilingüismo y externalidades de red» es una referencia obligada en este punto. Parten de una situación de bilingüismo (dos lenguas, E y F, siendo mayor el número de hablantes de la primera que los de la segunda) dentro de una determinada colectividad, y analizan bajo qué condiciones de juego no cooperativo los hablantes de una lengua aprenderían o no la otra. Pues bien: estos autores demostraron teóricamente a través de la teoría de los juegos que, en presencia de este tipo de externalidades, el *óptimo privado* del aprendizaje de una segunda lengua, el que resulta de las decisiones maximizadoras de su utilidad que toma cada individuo, descoordinadamente de los demás, no tenía por qué coincidir con el *óptimo colectivo*, es decir, el que maximiza el bienestar *social* total. Todo dependería del coste del aprendizaje. Expresado en términos de la teoría de los juegos: si el coste fuera muy alto, nadie aprendería la otra lengua, con lo que habría una única estrategia pura –ésta– de equilibrio en el sentido de Nash. Si el coste fuera muy bajo, habría dos situaciones de equilibrio: una, en la que todos los hablantes de F aprenderían E, y ninguno de los hablantes de E aprendería F; y otra, en la que sucedería justo lo contrario. Y, en el caso de que el coste del aprendizaje se moviera en un rango intermedio, la lengua E, hablada inicialmente por un mayor número de personas (es aquí donde se manifiesta el concepto de «externalidad de red»),

desplazaría a la F: todos los hablantes de F aprenderían E, y ninguno de los de E, F.

La clave del *juego* está, pues, en que «cuanto mayor sea el número de personas del grupo de los de la otra lengua que aprenden la lengua nativa de un individuo, menor será para éste el beneficio de la adquisición de una segunda lengua [la otra]». Y, tras examinar Church y King las distintas opciones, llegan a una conclusión tajante de política económica: la de que «nunca es óptimo subsidiar el aprendizaje de la lengua minoritaria», y que, por el contrario, «hay rangos de valor de los costes de aprendizaje para los que el subsidio de la lengua mayoritaria puede ser defendido». Teoría de los juegos: microeconomía en estado puro.

Déjense por ahora a un lado estas construcciones teóricas, apoyadas siempre en supuestos muy restrictivos –lenguas perfectamente sustitutivas, igual coste de aprendizaje de cada una para todos los individuos...–, y véase cómo *la presencia de estas externalidades de red* en el caso de la lengua *tiene*, al menos, *tres implicaciones económicas fundamentales* desde el punto de vista de su valoración económica. Son las que se examinan en los tres subepígrafes siguientes.

3.1. LA LENGUA COMO PARTE DEL CAPITAL HUMANO

La *primera* implicación –sin que esta enumeración signifique prelación alguna– es la que afecta a la valoración del factor trabajo dentro del mercado laboral (sobre todo, en mercados laborales en donde conviven varias lenguas, comúnmente una de ellas dominante: de ahí que los principales estudios se hayan referido habitualmente a Estados Unidos, Canadá –Quebec– y Suiza, y más recientemente a Australia). En este caso, los beneficios sociales de las externalidades de red positivas que se siguen del uso de unas u otras lenguas se acumulan a los rendimientos privados del conocimiento lingüístico que obtienen los individuos, y que se manifiestan, ya se ha visto, en diferencias salariales en función de la lengua a lo largo de su vida laboral. Puede decirse que la adquisición de idiomas es un proceso de inversión en capital humano que se emprende cuando los

beneficios esperados superan el coste de la inversión. Y es la escasez, precisamente, lo que confiere valor, desde este punto de vista, al *capital lingüístico*.

En este sentido, la lengua –o, por mejor decir, la habilidad o capacidad lingüística– cumple los tres requerimientos básicos del capital humano. Alguno ya se ha señalado previamente: la lengua, en efecto, está *incorporada* a las personas; es *productiva* (dentro del mercado de trabajo), y es *costosa* (exige sacrificar, en todo caso, tiempo y recursos, y muchas veces dinerarios). Sobre esta base, en un abundante número de trabajos se ha modelizado, para diferentes países y períodos, y sobre supuestos metodológicos distintos, la interrelación entre lengua e ingresos. El de Barry Chiswick y Paul Miller, publicado en 1995 en *Journal of Labour Economics* (una prestigiosa revista internacional de Economía del trabajo), ofrece unos interesantes resultados comparativos internacionales y merece una mención específica en este punto.

Antes de describirlo brevemente, y dado que la relación lengua-ingresos ha centrado hasta ahora una parte muy fundamental de la literatura de la Economía de la lengua, conviene distinguir en ella, siguiendo a François Grin (2003), cuatro perspectivas, cuatro focos de atención distintos:

a) Los trabajos que estiman la discriminación basada en el lenguaje de acuerdo con cuál sea la lengua materna de los individuos (y que suelen confirmar la presencia de diferenciales salariales entre individuos de diferentes comunidades lingüísticas).

b) Los trabajos que estiman el valor de la formación en una segunda lengua, cuando ésta es dominante en el país o región de que se trate (que vienen a confirmar los altos beneficios salariales que suelen obtener los inmigrantes del conocimiento de la lengua *huésped*). Trabajo muy señalado –e interesante, a nuestros efectos– fue el de David E. Bloom y Gilles Grenier (1996), en el que documentaban las amplias diferencias de ingreso que tenían los hablantes de español en Estados Unidos frente a los de habla inglesa (sólo atribuibles en parte a la lengua, y más bien a otras carencias formativas).

c) Igual que en el caso anterior, pero cuando esa segunda lengua no es demográficamente dominante, tanto en el caso de comunidades bilingües (Quebec, Cataluña, la parte flamenca de Bélgica...) o multilingües (Suiza) como cuando, simplemente, se aprende una lengua extranjera como *segunda lengua*. De la mano de François Vaillancourt, los estudios acerca de las diferencias salariales entre anglófonos y francófonos en Canadá ocupan gran parte de la literatura de este tipo: dentro de su relativa modestia, las más altas tasas de rendimiento del bilingüismo anglo-francés se obtienen en Quebec, y más entre los hombres que entre las mujeres (Vaillancourt, 1996). También Suiza, de la mano, en este caso, de François Grin, ha sido objeto de atención preferente: en un interesante trabajo desvela cómo los *rendimientos* del inglés son altos en toda Suiza (las tasas *sociales* de retorno de la enseñanza del inglés, descontando los gastos de enseñanza, oscilan entre el 6 y el 13 por 100), pero sobre todo en la región germana, en donde superan los del conocimiento del francés (en la zona francesa, el alemán supera, en cambio, al propio inglés) (Grin, 1999).

d) Y, por último, los trabajos, hasta ahora menos abundantes, que estiman las tasas de retorno, los rendimientos, de las lenguas *inmigrantes* en sus nuevos países de residencia –lo que *valdría* saber turco en Alemania o árabe en Francia, por ejemplo–, y que arrojan tasas muy bajas de rendimiento. Así se deduce, al menos, de François Grin, Jean Rossiaud y Bülent Kaya (2002).

El trabajo ya citado de Chiswick y Miller (1995), y sobre el que resulta obligado detenerse, se inscribe en la segunda de las corrientes que acaban de apuntarse: su objeto fue el de estudiar en cuatro países de inmigración –Australia, Estados Unidos, Canadá e Israel– las relaciones –que resultaron ser circulares, *endógenas*– entre el dominio de una lengua, el inglés, y los ingresos de los inmigrantes de otras lenguas maternas.

Como en otros trabajos, con el fin de *controlar* (esto es, de aislar) el efecto que tiene la capacidad o no de hablar una lengua –y de

hablarla mejor o peor— sobre los diferenciales de ingresos de los inmigrantes, al margen de los otros factores detectables que pueden tener influencia sobre ellos, se estimó, utilizando las técnicas econométricas habituales de mínimos cuadrados ordinarios (MCO), una ecuación de regresión del tipo:

$$\ln Y = a + \beta_1 E + \beta_2 X + \beta_3 X^2 + \beta_4 L + \beta_5 F + \varepsilon$$

Donde Y son los ingresos anuales individuales, E el nivel educativo, X la experiencia laboral, L la capacidad de hablar una lengua (en este caso, el inglés, distinguiendo varios niveles en su manejo), F agrupa otros factores relevantes (años de inmigración, estado civil, país de origen, ciudadanía del país huésped, tamaño del lugar de residencia, urbano o rural, ...) y ε es el término aleatorio.

Lo característico de este trabajo de Chiswick y Miller es que L , la lengua, se consideraba también función de los siguientes factores (entre paréntesis, los signos esperados en cada uno de los efectos parciales): la expectativa de aumento salarial gracias al dominio de la lengua (+); la duración esperada de la emigración en el país de destino (+); los años ya transcurridos en el país de destino (+); el matrimonio con nativo del país de destino (?); el matrimonio con nativo del país de origen (-); el tener hijos (?); la intensidad con que la lengua materna del inmigrante se usa en el área en que vive (-); la instrucción formal en la lengua de destino (+); la «distancia lingüística» (-); la edad de emigración (-); la educación (+), y el estatus de refugiado (-).

Pues bien, los resultados sugieren un sustancial diferencial de ingresos (en torno del 9 por 100) para los inmigrantes que dominan el inglés; diferencial que se amplía en Israel (11 por 100), Canadá (12 por 100) y, sobre todo, en Estados Unidos (17 por 100), particularmente para los inmigrantes *definitivos*, en que ese diferencial puede llegar a ser, en este último país, de hasta el 34 por 100. Y no sólo observan sus autores la importancia que tiene el dominio de una lengua dominante sobre los ingresos de los inmigrantes, sino también cómo la adquisición de este dominio responde, en parte, a los incentivos económicos que crea esa desigualdad: de modo que, de hecho, hay una relación endógena entre lengua e ingresos.

No es ésta, sin embargo, la opinión de Andrew Henley y Rhian Eleri Jones (2005) tras examinar empíricamente otra realidad bilingüe, la de Gales, «donde el bilingüismo está sujeto a la protección estatal». Según estos autores, el bilingüismo puede ser una variable exógena, y no endógena, en la determinación de los ingresos: hallan, en efecto, unos diferenciales de ingresos en torno del 8 o 10 por 100 —dependiendo de su pericia, sobre todo escrita—, a favor de los bilingües, pero mucho menores en aquellos que usan el galés en sus centros de trabajo, en comparación con aquellos otros cuyo lugar de trabajo es monolingüe (en inglés, claro está). De donde deducen que los trabajadores bilingües no son necesariamente mejor remunerados por usar sus habilidades con ambas lenguas, sino que los empleadores *deben tener* otras razones para preferir a este tipo de trabajadores, *quizá* para cumplir la regulación pública: «La mayor demanda [de trabajadores con conocimientos de galés]», nos dicen, «puede haber resultado de la intervención estatal por promover el bilingüismo» (si bien tampoco rechazan otras explicaciones, como el que se de un efecto *insider* en el mercado de trabajo en favor de unos bilingües que conocen mejor el terreno y están mejor informados de las posibles oportunidades de empleo).

No es posible dejar de cotejar estos resultados con los obtenidos, para Cataluña, por Amado Alarcón Alarcón (2004), a partir de un análisis basado, en este punto, en encuestas de opinión: concluye que «las credenciales formativas juegan un papel importante en la selección de personal [en Cataluña], desde un punto de vista formal o como credencial, pero no en la ejecución final de las tareas que los puestos de trabajo exigen».

En fin, la prueba de que todo esto de las relaciones lengua-ingresos es algo muy complejo, al incorporar la doble dimensión de la lengua como elemento de comunicación, pero también como atributo étnico⁸, puede hallar-

⁸ Y eso, sin entrar aquí en otros temas que han atraído la atención de lingüistas y psicólogos y que no dejarían de complicar el análisis económico, como la posible relación (positiva, en algunos trabajos empíricos) entre el bilingüismo y las habilidades cognitivas y verbales, en términos de mayor creatividad o mejor capacidad de organización de la información por parte de los que dominan más de una lengua. Vid., por ejemplo, Elizabeth Peal y Wallace E. Lambert (1962) y Josiane F. Hamers y Michel H. A. Blanc (1989).

se en otro trabajo encabezado por el propio Chiswick, en el que se observa cómo, en Bolivia, los monolingües en español no sólo obtienen salarios más altos que los monolingües en quechua, aimara o guaraní, sino también que los bilingües en español y en alguna de estas lenguas indígenas (Barry R. Chiswick, Harry A. Patrinos y Michael E. Hurst, 2000). En esta misma línea, pero sobre una realidad socioeconómica radicalmente distinta –el italiano en Suiza–, debe anotarse aquí el trabajo, de título bien expresivo –*¿es el italiano un pasivo?*–, de François Grin y Claudio Sfreddo (1998). Por último, una de las más recientes contribuciones en este ámbito, la de Richard Fry y B. Lindsay Lowell (2003), no encuentra rendimientos positivos en las habilidades bilingües en Estados Unidos, una vez que se *controla* la variable «capital humano». Convendrá dejar aquí, por ahora, temas de tanta intriga, aunque sea para enlazarlos con otro no menos controvertido.

3.2. LA VALORACIÓN DE LAS POLÍTICAS LINGÜÍSTICAS

Hay que referirse, en efecto, a una *segunda* gran implicación, para la Economía de la lengua, de la presencia de externalidades de red. Y es que éstas inciden, también, en la ya citada valoración de las políticas lingüísticas, en la que hay que incorporar, además del componente privado de beneficios y costes, la rentabilidad –y el coste– social que se sigue de ellas. Dentro de la complejidad de esta cuestión, François Vaillancourt y François Grin (2000) han desarrollado una metodología para analizar los costes y beneficios de todo tipo que se siguen de usar una u otra lengua para fines educativos. Es éste uno de los campos en los que la Economía de la lengua ha entrado con más decisión, lo que guarda relación con el auge que en los últimos tiempos parece advertirse en todo aquello que se relaciona con la diversidad lingüística (en todo el mundo, y en España también); interés creciente, al revelarse la lengua, a veces casi al margen de su función comunicadora, como un poderoso elemento identitario de corte nacionalista (y un *intangible*, por tanto, que valoran –incluso económicamente, en su disposición fiscal– los hablantes de ciertas lenguas). Sin entrar en

otros temas, las implicaciones económicas de la propia pluralidad lingüística de la Unión Europea conforme van ingresando nuevos países y lenguas, todas con ánimo de prevalecer, no deja de ser un tema de gran interés académico y práctico: Jonathan Pool (1996) ha estudiado, precisamente, las condiciones para un «régimen lingüístico óptimo» dentro de la Unión Europea, a la vista de que el aumento lineal de países provoca un incremento exponencial de los costes de traducción e interpretación en la burocracia comunitaria.

Todo esto ha creado una percepción –quizá sólo *subjetiva*, dice Grin (2003)– de aumento de la diversidad lingüística internacional, que se contrapone con otra percepción, seguramente más objetiva, hacia la uniformización lingüística en todo el mundo –lógicamente, en torno del inglés– que la globalización y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones traen consigo: Internet sería su muestra más palpable. Geoffrey Nunberg (2000), tras constatar la abrumadora presencia del inglés en la Red, sostiene, no obstante, que «los hablantes de lenguas *principales* no tienen que dejar sus vecindades lingüísticas para consultar un periódico o una enciclopedia *on line*; para buscar casa o trabajo; para participar en discusiones sobre horticultura; o para comprar billetes de avión, libros, perfumes, muebles o *software*». Algo que no sólo tiene que ver con el número de hablantes de una lengua, sino también, y quizá sobre todo, con el *porqué* y el *cuándo* se habla, y con lo que significa para ellos en términos de *identidad social* (y, por supuesto, con todo un conjunto de variables socioeconómicas, y hasta geopolíticas, de la comunidad lingüística de que se trate: es el caso, por ejemplo, del idioma chino).

Pero, por otro lado, no hay que perder de vista que las externalidades de red de la lengua se multiplican con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, que también son *de red* y aumentan la intensidad y expanden el ámbito geográfico de las interacciones entre los seres humanos. Las tendencias que ello provoca hacia una reducción del número de lenguas «dominantes» en el mundo (reducción, que no imposición de una única *lingua franca*), pero también, y de un modo no contra-

dictorio, hacia una mayor demanda de trabajadores bilingües, han sido estudiadas por Richard G. Harris (1998).

Lo que se sabe, en concreto, del español en la Red en aún muy incompleto, a pesar de que, como sugieren Martín Municio *et al.* (2003), «el valor económico de la lengua tiende a estar incorporado cada vez más en servicios que se prestan a través de Internet gracias a la generalización de tecnologías digitales, las cuales tienen a su vez efectos multiplicadores sobre el conjunto de la economía, y de la sociedad, que es necesario considerar». Pues bien, de lo poco que se conoce aún del español en la Red, hay que citar, al menos, dos contribuciones que tienen una particular lectura *económica*: la de Francisco González Cueto y Ana Moreno Santamaría (2001), a partir de su experiencia en el Centro Virtual Cervantes, y la de José Antonio Millán (2004), en donde plantea los muchos problemas –de información, pero también metodológicos– que presenta la medición de la presencia de una lengua en la Red. Con sus datos de 2003, que son los de *Funredes*, resulta que la proporción de la presencia en la Red del inglés y del español es 10 a 1, aproximadamente (el inglés tiene cerca del 50 por 100 de las páginas, y el español en torno del 5 por 100); y, siendo el español la lengua que encabeza el distanciado pelotón de perseguidores, resulta que su presencia relativa, ponderada por el número de hablantes, es muy inferior a la del francés (la mitad) o el italiano (la tercera parte).

No obstante, los datos más recientes que ha publicado *Funredes* (ONG internacional dedicada a la difusión de las TIC en los países en desarrollo, particularmente en Iberoamérica) referidos a 2005, y a la evolución desde 1998, no son precisamente alentadores para el español. Por un lado, en estos últimos años ha retrocedido la proporción relativa de las páginas web en español dentro de la Red: hoy, el 4,6 por 100 del total, frente al 5,8 por 100 en 2002. Por otro lado, éstas han perdido su posición de cabeza (tras el inglés, claro está), en favor de las realizadas en francés, pese a que los cerca de 80 millones de internautas consignados en español superen, con mucho, a los escasos 50 millones que usan el francés como lengua. Es de subrayar, en todo caso, el notable aumento advertido en la

producción de páginas web en español desde Estados Unidos⁹.

Lo que está claro, pues, es que la presencia del español en Internet dista de corresponderse con su potencia demográfica; y si las externalidades de red –quizá nunca mejor empleado el término que aquí– operan a favor de la lengua hoy dominante, el inglés, poco es seguramente lo que cabe esperar en este sentido, salvo no perder terreno, aunque sea a costa de otras lenguas *menores*.

3.3. LENGUA Y COMERCIO INTERNACIONAL

Una *tercera* gran implicación económica de las externalidades de red de la lengua es la que conecta con el comercio internacional (ya se aludió al comienzo de estas páginas a la temprana percepción de Adam Smith: la capacidad de comerciar es la clave de la condición humana; y, en esta clave, es esencial el lenguaje). Esta idea ha cristalizado en trabajos mucho más recientes, como el de Edward P. Lazear (1999): su tesis es que «una cultura y un lenguaje comunes facilitan el comercio entre los individuos», lo que hace que éstos «tengan incentivos a aprender otras lenguas y culturas para tener así un mayor conjunto de potenciales socios comerciales». Se declara Lazear tributario del espíritu de la obra de Gary Becker, en particular de su *The Economics of discrimination* (1957), al buscar, él también, un esquema teórico, desde la Economía, de cómo interactúan diferentes grupos étnicos. Sostiene, a partir de la experiencia norteamericana, que el valor de la *asimilación* –impulsada cuando hay una poderosa mayoría cultural y lingüística, pero refrenada allí donde, frente al grupo lingüístico dominante, hay una lengua y una cultura inmigrantes ampliamente representadas, o bien protegidas, en el nuevo país– es, en todo caso, mayor para un individuo que pertenece a una pequeña minoría que para otro de un grupo minoritario mayor. Comprueba empíricamente que la probabilidad de que un inmigrante aprenda inglés –y lo maneje con soltura– está inversamente relacionada con la proporción de población local que habla su lengua materna; y

⁹ Vid. <http://funredes.org/LC/espanol/index.html>. Sobre esta misma cuestión, puede consultarse Accenture (2006).

ve en ello una respuesta racional a las diferencias que se dan en el valor de *aprender inglés* entre los distintos grupos de población inmigrante. Todo esto cobra particular interés cuando se observa a los hispanos de Estados Unidos, el grupo inmigrante que más lentamente va perdiendo el dominio de su lengua, el español, a través de las sucesivas generaciones, y que, por tanto, dicho en positivo, más lo mantiene.

Otro autor destacado dentro de la Economía de la lengua, François Vaillancourt (1985), enlaza también con Gary Becker –en este caso, con su «A theory of the allocation of time» (1965)–, y en un sentido que tampoco debe pasar desapercibido para el lector español: «En su texto de 1965, Becker señalaba que las variables relacionadas con el medio, tales como la escolaridad, podían tener efectos sobre la productividad de los hogares y en sus actividades domésticas. En nuestro texto se demuestra cómo la influencia de las competencias lingüísticas sobre la elección de la lengua de consumo puede ser analizada tratando a esas competencias como una variable del medio (...). La observación empírica confirma la hipótesis de la existencia de un vínculo entre las competencias lingüísticas de un individuo [el análisis abarcó una muestra de 2.185 residentes en Quebec] y las preferencias que manifiesta a favor de una lengua de consumo dada».

Afirmado, pues, el papel esencial de la lengua en cualquier forma de intercambio humano, hay que subrayar, centrándose ya en el aspecto que aquí se quiere examinar, que la conexión entre la lengua y el comercio internacional se fundamenta en dos cualidades *económicas* de aquella, a saber, la lengua como reductora de los *costes de transacción* –al modo en que lo hace, por ejemplo, una innovación tecnológica–, y la lengua como amortiguadora de la «distancia psicológica» entre mercados. Un concepto, éste de la «distancia psicológica» (siempre, una *distancia psicológica percibida*), que se debe a la Escuela sueca de Uppsala, y que se ha utilizado como factor explicativo de los flujos de mercancías, pero también de inversión de capitales y de personas. De acuerdo con las aportaciones iniciales de Beckerman, Vahlne, Johanson y Wiedersheim-Paul, entre otros, la selección de los mercados exteriores, y la propia internacionalización de las empresas,

sobre todo en sus fases iniciales, tendería a producirse de un modo secuencial por el mercado o país psicológicamente más próximo al suyo de origen (el más «fácil»), lo que les serviría, además, para conseguir la experiencia internacional precisa para afrontar nuevos *saltos*. Proximidad que no necesariamente se corresponde con la distancia geográfica, sino, más bien, con la *facilidad psicológica* de acceso, que depende de múltiples factores, entre los que la variable lingüística, explícitamente reconocida en todos los estudios, es uno de los más destacados.

La analogía entre un idioma común y una moneda común (única), traída a colación por Jack Carr (1985) con otros fines interpretativos –demostrar la tendencia al monopolio que tienen todos los idiomas¹⁰–, ilumina, no obstante, una vía de análisis para el estudio de los beneficios *comerciales* de la lengua, en la medida en que una lengua común elimina, como una moneda común, una parte de los costes de transacción. La justificación de una «lingua franca» se ha fundamentado, precisamente, en la existencia de externalidades de red y en los subsiguientes rendimientos crecientes que se derivan del también creciente número de usuarios que propician esas externalidades. Otra cuestión es que esos rendimientos crecientes puedan dar lugar a múltiples situaciones de equilibrio, y que la «lingua franca» finalmente triunfante lo sea, en cada caso –del latín al inglés–, por una concurrencia de factores históricos (Albert Breton, 1998); o, como hubiera dicho Paul Krugman (1991), porque la «rueda de la fortuna» se detuvo en el momento preciso para esa lengua, como parece suceder ahora con el inglés e Internet. Cabe añadir, estirando la analogía, que la unidad lingüística es, en realidad, una condición para la unidad de mercado: ¿Qué clase de mercado perfectamente competitivo podría desarrollarse a los pies de la Torre de Babel? Silvana Dalmazzone, en el trabajo citado más arriba, lo ha expresado de un modo muy claro: «Una lengua común (...) refuerza la competencia» (Dalmazzone, 1999).

¹⁰ Además de ésta de Carr, ha habido al menos otras dos interpretaciones (teóricas) acerca de la relación de la lengua con el comercio: una, en el mismo volumen, de Michel Boucher (1985), que comparó la política lingüística con la protección arancelaria; y la anterior de Albert Breton y Peter Mieszkowski (1977), que compararon la lengua con los costes de transporte.

De cualquier modo, el estudio empírico de los nexos entre lengua y comercio se ha movido hasta ahora bajo otros presupuestos metodológicos: en concreto, el de los modelos de gravitación que incorporan, entre sus variables explicativas del intercambio entre países, el idioma común¹¹. La idea en que se basan estos modelos es tan simple como la famosa y antigua ley de Newton de la gravitación universal: dos cuerpos se atraen mutuamente con una fuerza directamente proporcional a sus respectivas masas e inversamente proporcional a la distancia que les separa. *Mutatis mutandis*, dos países económicamente grandes y próximos comerciarán más entre sí que dos países pequeños y distantes. Pero, como los fenómenos de la Economía suelen presentar complejidades añadidas a los de la Física, por no hablar de su mayor imprecisión, deben considerarse –en la correspondiente especificación econométrica– otras variables que pueden modular, según el caso, el resultado final: por un lado, la pertenencia o no a una zona económica con algún grado de integración comercial (Unión Europea, NAFTA, MERCOSUR...), y, por otro, la lengua, común o no entre los países, que suele incorporar otros muchos factores que tienen que ver con la identidad –y la afinidad– cultural, y que, bien mirado, no es también sino un factor de distancia (de la «distancia psicológica» a la que a veces se alude cuando se trata de explicar por qué el mercado argentino le resulta a un empresario español más próximo que el chino, por ejemplo).

La ecuación de gravitación *log-linear* (logarítmica lineal) típica en estos trabajos puede tomar una especificación del siguiente tipo:

$$\begin{aligned} \ln X_{ijt} = & \alpha_{ij} + \lambda_t + \beta_1 \ln (Y_i Y_j) + \\ & + \beta_2 \ln (D_{ij}) + \gamma_1 (L_{ij}) + \gamma_2 (AIR_{ij}) + \varepsilon_{ij}^t \end{aligned}$$

Donde X_{ijt} representa el comercio bilateral entre cada dos países i y j (su «atracción gravitatoria», en la metáfora del modelo); $Y_i Y_j$ es el producto de sus respectivos PIB (que serían sus «masas»), y D_{ij} es la variable que incorpora la distancia geográfica entre cada dos países (a modo de cuerpos celestes), cal-

culada en forma de índice según alguno de los criterios establecidos para ello. A partir de aquí, se consideran las variables ficticias (*dummies*) que se van a incorporar al análisis con el fin de ver qué otros factores condicionan el comercio bilateral. Aquí he representado dos: una es la lengua común, L_{ij} , y otra –luego explicaré por qué: distintos estudios incorporan unas u otras, dependiendo de sus fines– es la pertenencia o no a un mismo bloque comercial desarmado arancelariamente, AIR_{ij} . Ambas variables ficticias, como es habitual, tomarán el valor 1 cuando dos países compartan un idioma (o la pertenencia a un acuerdo de integración), y el valor 0 cuando no sea así. Por supuesto, se pueden seguir incorporando variables al modelo, con el fin de mejorar su especificación –variables, por ejemplo, que recojan el efecto de tener o no una frontera común los dos países: variable «contigüidad» o «efecto frontera»–, o desdoblar las variables anteriores para distinguir los efectos sobre el comercio bilateral de distintas lenguas o de diferentes bloques comerciales. Por último, ε_{ij}^t es el término aleatorio de esta ecuación de regresión.

En estos modelos, la variable idiomática (lengua común) aparece siempre como positiva (obviamente, con resultados diversos según los casos), y favorecedora, por tanto, en mayor o menor grado, de los intercambios comerciales bilaterales entre los países.

El trabajo quizá más influyente en este campo es el de John F. Helliwell (1999). Este autor incorpora a su modelo, además de la lengua común y la pertenencia a bloques comerciales, otras dos variables ficticias: *remoteness* (o lejanía relativa), sobre la base de Jacques Polak (1996), y el ya citado «efecto frontera», en este caso a partir de John McCallum (1995). Y obtiene que una lengua común entre dos países tiene un efecto positivo sobre el volumen de su comercio; efecto positivo que puede estimarse, para su muestra inicial de 22 países desarrollados, en un coeficiente de 0,564, lo que significa que dos países con una misma lengua comerciarán un 70 por 100 más que aquellos que no comparten este rasgo. Pero, ahondando en ese patrón general de comportamiento por lenguas concretas, Helliwell descubre que el «efecto lengua» es particularmente intenso en el caso del inglés –esto es, de los países en

¹¹ Para un panorama de la literatura, ya muy abundante, desarrollada en estos últimos años acerca de la relación entre la lengua y el comercio internacional, a través de los modelos gravitatorios, vid. Jacques Melitz (2003).

que es la lengua dominante: su comercio será un 130 por 100 mayor–, apreciable en el del alemán y apenas significativo –salvo con Canadá– en el del francés (conclusión que también obtiene para el español cuando incluye otros 11 países más atrasados, entre ellos cuatro iberoamericanos¹²).

Una Tesis doctoral reciente¹³ ha aportado nuevas evidencias en este sentido, a partir, un tanto curiosamente, de un objetivo inicialmente encaminado a examinar otra cosa distinta: la importancia de la pertenencia o no a un bloque comercial –la Tesis se centra en MERCOSUR– para el intercambio bilateral entre los países (de ahí la variable AIR_{ij} que aparecía antes en la especificación del modelo). Lo que resulta destacable en el caso de este trabajo (aunque también necesitado de nuevas contrastaciones a partir de una más precisa delimitación de lo que es puramente «lengua», y no otros rasgos de la identidad cultural, histórica...) es una de sus conclusiones empíricas: aparentemente, estimula más el comercio entre dos países la comunidad lingüística que la pertenencia a un área de integración económica que ha hecho desaparecer las barreras arancelarias. La lengua, ¡más fuerte que las aduanas!

Es claro que por esta vía la Economía de la lengua se entronca con la literatura de la Economía internacional y del comercio y, un paso más allá, aunque éste apenas se haya dado –quizá con la excepción notable del trabajo de Jean-Louis Arcand (1996)– con la literatura del Desarrollo. Tempranamente, Thomas Thorburn (1971) consideró también los elementos –buena parte de ellos institucionales– para aplicar con éxito un análisis coste-beneficio en la planificación lingüística de los países atrasados, entre una lengua internacional y otra nacional.

¹² Pero, ¡ojol!, sólo cuatro (y, ninguno –Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela–, de los destacados «grandes» del subcontinente dentro del comercio exterior español). Nuevas evidencias, pues, se requieren en esta línea de investigación. También lo piensa el propio Helliwell.

¹³ La de Aránzazu Narbona Moreno (2005), que ha dado lugar a un doble doctorado europeo por la Universidad de Alcalá y el Institut d'Études Politiques de París: «El regionalismo como factor de desarrollo. Estudio de caso: el MERCOSUR».

4. La lengua como intangible empresarial

Debe subrayarse ahora un último aspecto: bien (o servicio) privado o público, la lengua, aunque a veces apoyada en soportes físicos, tiene una naturaleza esencialmente intangible –a modo de «software económico»– que dificulta, en todo caso, su valoración desde un punto de vista material y contable¹⁴. La valoración de intangibles es uno de los temas en estudio, y de más calado, sin duda, en la Economía de la empresa. Sin embargo, la lengua *como intangible* tampoco ha aparecido hasta ahora en esta literatura de corte empresarial. Si acaso, algunos estudios se han interesado en la elección por parte de las empresas –en particular las multinacionales– de una «lengua de trabajo», sobre la base de la minimización de los costes de transacción (básicamente, los de comunicación e información) dentro de la empresa.

Estudios iniciales, ambos de 1990, fueron los de Carol S. Fixman y Nigel B. R. Reeves, ocupados, respectivamente, de la necesidad de contar con otras lenguas extranjeras en las multinacionales de capital norteamericano (desvelando cómo las de menor tamaño parecían más sensibles que las grandes a valorar las lenguas extranjeras) y en las de capital británico (en este caso, con la amenaza de una ampliación europea en ciernes que pudiera *germanizar* lingüísticamente el continente). Más recientemente, el trabajo de Rebecca Marschan-Piekkari y Denise y Lawrence Welch (1999) ha indagado, a través del estudio de caso de una multinacional finlandesa, en el impacto de la lengua sobre la estructura, el poder y la comunicación de la empresa. Dos conclusiones sobresalen: una, que la lengua, a menudo olvidada, impone, sin embargo –al actuar unas veces como *barrera*, y otras como *facilitadora*–, su propia estructura de flujos de comunicación y de redes personales; otra, que la lengua es utilizada muchas veces como una fuente informal de poder dentro de las multinacionales que se mueven en distintos ámbitos lingüísticos; en todo caso, nos dicen, «no es posible gobernar efectivamente ninguna organización de dimensión mundial desde una sede

¹⁴ Esta es la argumentación que subyace en el artículo de José Luis García Delgado y José Antonio Alonso (2001).

central monolingüe». Desde otra perspectiva, un interesante trabajo de Krishna S. Dhir y Theresa Savage (2002) sobre «El valor de una lengua de trabajo» ofrece una metodología para evaluar la lengua más eficiente dentro de una empresa. E igualmente de interés, por último, es el reciente artículo de la propia Krishna S. Dhir (2005), en el que plantea que las grandes empresas debieran comenzar a pensar en su «cartera de activos lingüísticos» de un modo parecido a como ahora lo hacen, por ejemplo, con su «cartera de activos financieros».

Ha sido posible observar hasta aquí cómo de la doble naturaleza de la lengua como bien público y como bien privado se siguen distintas aproximaciones económicas a algunos aspectos de la interrelación entre lengua y Economía. Esta es la base de una literatura que ha dado lugar a una incipiente Economía de la lengua entroncada con otros campos aplicados, tanto de fuera de la Ciencia económica (la Lingüística y la Sociología, fundamentalmente) como de su ámbito más reconocido (Economía de la educación y del capital humano, Economía laboral, Economía de la cultura, Economía pública, Economía del bienestar...).

François Grin (2001) ha subrayado cómo, cada vez más, en muchos Congresos de Lengua –también sucedió en el II de la Lengua Española en Valladolid: «Nuestro petróleo», se dijo del español¹⁵– suelen aparecer, de un modo u otro, cuestiones relacionadas con la dimensión económica de la lengua; cuestiones que vienen a coincidir, de hecho, con los temas abordados desde la Economía de la lengua. Cita seis, que enumero aquí a modo casi de resumen de buena parte de lo dicho hasta ahora: a) la importancia de la lengua como un elemento definitorio de ciertos procesos económicos como la producción, el consumo o la distribución; b) la importancia de la lengua como un elemento del capital humano, en cuya adquisición los individuos pueden tener buenas razones para invertir; c) la enseñanza de la lengua como una inversión social que rinde beneficios netos (relacionados o no con el mercado); d) las implicaciones económicas (en términos de costes y de beneficios) de las políticas lingüísticas (estén, de nuevo, relacionados o no con el

mercado esos costes y beneficios); e) la desigualdad de ingresos basada en la lengua, particularmente a través de una discriminación salarial en contra de grupos definidos por sus atributos lingüísticos, y f), los trabajos relacionados con la lengua (enseñanza, traducción, interpretación...) como sector económico.

5. Sobre el valor económico del español

Cabe preguntarse, en efecto, llegados a este punto, qué se ha hecho en España (o, para ser justos, qué ha avanzado en este campo la literatura *en español*). Las magras –muy magras– contribuciones han sido de trabajos aplicados (pensar en contribuciones teóricas hubiera sido sorprendente), en dos ámbitos bien diferenciados: en el de la valoración de los costes y beneficios del bilingüismo (desde una perspectiva lógicamente autonómica) y, en mi opinión de un modo muy destacado, en el de la valoración económica de la lengua (del español) desde una perspectiva contable (la de la Contabilidad Nacional). También pueden citarse, aunque no pertenezcan al núcleo de la Economía de la lengua, trabajos descriptivos que permiten ir conociendo cada vez mejor algunas de las características económicas de los sectores vinculados a la lengua; al menos dos de ellos (la edición y la enseñanza del español) han sido objeto de alguna atención específica. No son los únicos, y acaso deba citarse igualmente un trabajo reciente sobre «Las multinacionales españolas de la educación» (Iñigo Moré, 2005): en él se subraya la importancia del sector privado en la internacionalización de la formación en español, no sólo a través de algo que siempre pareció evidente, los cursos de español para extranjeros, sino, de un modo también muy destacado por algunas *multinacionales*, ya sea la institución internacional SEK, con sus colegios y universidades, y, de un modo prestigiadísimo en todo el mundo, algunas escuelas privadas de negocios españolas (Instituto de Empresa, IESE y ESADE encabezan los principales *ranking* internacionales). En otro *negocio*, el digital, José Antonio Millán (2000/2001), reconociendo lo tentativo de sus aproximaciones, ha realizado una «estimación económica» de lo que

¹⁵ Vid. Jaime Otero (2005).

movían al año estas actividades en 2000: unos 3.000 millones de euros (lo he puesto en relación con el PIB de ese año: cerca del 0,5 por 100 del PIB español). Aproximaciones, en fin, *sectoriales*, que se complementan con algunas de las que aparecen en el número monográfico de la revista *Información Comercial Española* (núm. 792, junio-julio de 2001) dedicado a la Economía de la cultura¹⁶.

Sobre la valoración del bilingüismo en España, y al margen de los trabajos de Josep Colomer (1991, 1996a y 1996b)¹⁷ en el decenio de 1990 o del más reciente, también referido a Cataluña, del sociólogo Amado Alarcón (2004)¹⁸, las contribuciones más interesantes se deben a dos de los más reputados especialistas internacionales de la Economía de la lengua, los ya *familiares* Grin y Vaillancourt (en particular, su trabajo conjunto fechado en 1999 sobre la evaluación coste-efectividad de políticas que tienen que ver con lenguas minoritarias). Estiman, para 1997, en 133 euros por estudiante y año el coste de la política lingüística desplegada en el terreno de la educación en apoyo del eusquera (gastos en formación de profesores, en fabricación de materiales docentes y gastos generales de tipo *institucional* incluidos). Lo que significa, dado el coste medio por estudiante y año de la enseñanza en España (2.800 euros), que el coste extra de un sistema educativo bilingüe es, en este caso, de apenas el 5 por 100 (parecido a cálculos referidos a otros casos estudiados). No les parece mucho (y creen, además, que los gastos de formación del profesorado serán lógicamente decrecientes).

¹⁶ En particular, a los fines que aquí interesan, las de Rafael Martínez Alés (2001), «El sector editorial español», Federico Pablo Martí y Carlos Muñoz Yebra (2001), «Economía del cine y del sector audiovisual español», e Ignacio Iglesias Lozano (2001), «Situación actual del sector de la música en España».

¹⁷ En síntesis, Colomer sugiere –a partir de unas modelizaciones de interacción lingüística entre individuos y grupos basadas en unos supuestos muy generales– que el aprendizaje generalizado de una segunda lengua será posiblemente una solución más eficaz (en términos de *valor social neto*) para resolver el problema comunicativo que el recurso sistemático a la traducción y la interpretación.

¹⁸ Este libro, fruto de una Tesis doctoral, contiene una exhaustiva revisión de la literatura y un interesante estudio empírico, al que ya se aludió antes, acerca de la relación entre idioma y mercado en Cataluña, tanto desde la óptica de las empresas como de los individuos. Está claro, a tenor de los resultados, que «en Cataluña, el conocimiento del catalán supone un elemento de inserción laboral y de movilidad social».

Pero la gran contribución española –y en español– a la Economía de la lengua ha sido el trabajo dirigido por el malogrado profesor Martín Municio sobre *El valor económico de la lengua española*, ya antes citado. En él se habla de una fracción del PIB español vinculado a la lengua próxima al 15 por 100 (se estaría hablando, en 2004, con los datos de la nueva Contabilidad Nacional, de más de 125.000 millones de euros). A las tecnologías de la información y la comunicación les sería atribuible un 10 por 100 de ese *valor del español*. Las cifras, en todo caso, son el fruto de opciones –bien fundadas, pero con alternativas– sobre qué actividades son *soportadas* por la lengua –bajo la hipótesis de que «el idioma sea parte *esencial* del producto *principal*»–, cómo se pondera en ellas este componente (es decir, el «coeficiente de lengua»), y cómo en aquellas otras que les surten de insumos. También son cifras tributarias de las limitaciones metodológicas de la fuente estadística utilizada: las cuentas nacionales. Los autores –Ángel Martín Municio *et al.* (2003)– no ocultan ni lo uno ni lo otro: «(...) los límites de la selección de las actividades participantes en los estudios económicos de la lengua encierran mucha toma de decisiones al respecto» (pág. 16); y «el impacto económico de la lengua (...) requiere (...) la elaboración de nuevos métodos de medición» (pág. 29).

No como cálculo alternativo, puesto que está hecho sobre bases metodológicas y con fines científicos distintos, pero sí como interesante línea complementaria dentro de la ya citada *Economía de la cultura*, debe citarse el trabajo encabezado por Isabel García Gracia y auspiciado por la SGAE, centrado en la cuantificación de la dimensión económica (nacional, regional y sectorial) de las industrias del ocio y la cultura, que se suponen, en general, relacionadas con la lengua, pero sin que ésta haya sido considerada como aglutinante específico. Tres contribuciones principales se han materializado ya entre 2000 y 2003: la primera examina la contribución conjunta al PIB de la industria del ocio y de la cultura en España entre 1993 y 1997; la segunda, en este mismo período, lo hace por Comunidades Autónomas, y, la tercera, desde una perspectiva sectorial¹⁹. Pues bien, glo-

¹⁹ Un resumen muy sintético de los resultados obtenidos desde estas tres ópticas puede hallarse en M.^a Isabel García Gracia, Yolanda Fernández y José Luis Zofío (2001).

balmente consideradas, las industrias de la cultura y el ocio contribuyen, con los datos de 1997, al 4,5 por 100 del PIB español (y tres puntos más en términos de empleo). He realizado un sencillo cálculo adicional, consistente en sumar tan sólo, dentro de estas actividades, las ligadas más directamente a la lengua: artes escénicas, musicales y audiovisuales; edición e impresión; publicidad, y política lingüística. De ello resultaría una participación en el PIB y en el empleo del 3,1 y del 5,9 por 100, respectivamente, gracias, sobre todo, al sector editorial (un sector, no se olvide –a los efectos que aquí interesan–, que factura una cuarta parte de sus ventas anuales en los mercados internacionales).

No es éste el lugar para entrar en otros detalles. Pero sí quizá, al hilo de una observación crítica de José Antonio Millán, convenga hacer una reflexión del máximo interés para entender lo que significa –o debe significar– eso del «valor del español». Porque, como decía Millán, ¿qué sucedería si ahora se descubre, en un estudio hecho con los mismos presupuestos metodológicos que el del equipo de Martín Municio, que el polaco representa en Polonia (lo que además podría suceder perfectamente) el mismo 15 por 100 de su producto interior bruto? ¿Dónde estaría entonces el *valor* del español como lengua, si una lengua confinada a un país con la extensión geográfica y demográfica de España, pero sin la decuplicación de proporciones que significa América, principalmente, *vale* lo mismo?

Una parte de la contradicción se resolvería sumándole al valor del español en España el valor del español en cada uno de los países de su condominio lingüístico. Pero con ello se obtendría tan sólo una estimación *estática* de lo que valen –en términos de producción, y dejando a un lado, además, las valoraciones sociales– las actividades mundiales que utilizan al español como soporte. Faltaría el componente *dinámico* del valor de una lengua respecto de otras. El gran economista clásico David Ricardo enunció hace dos siglos un concepto que nos puede ser particularmente útil para entender esto: el concepto de *renta diferencial* (o *ricardiana*). Igual que dos suelos –o dos minas, por seguir el ejemplo de Ricardo (1817)– pueden tener un valor distinto en función de sus condiciones naturales (un suelo o una mina más ricos o mejor situados), lo que determina la *renta diferen-*

cial de una respecto de la otra, dos o más lenguas, en función, entre otras características, de su amplitud y difusión, pueden rendir beneficios distintos: beneficios *extraordinarios* en el caso de quien «posee» la más ventajosa.

Pues bien, para contabilizar la auténtica *renta diferencial* del español hay que tener en cuenta, al menos, tres aspectos de su dimensión económica que sólo en parte (y, en todo caso, en una parte indistinguible desde el punto de vista de la Contabilidad Nacional) se traducen en las cifras agregadas de PIB:

1. *El español en el comercio internacional de bienes y servicios* (ya se ha apuntado antes una forma de medir la incidencia de la lengua en el comercio que puede iluminar esta cuestión): ¿Cómo explicar si no, por ejemplo, que España, en términos relativos a su nivel de exportaciones totales, sea el país europeo que más exporta a Iberoamérica (a pesar de que, volcada hacia Europa, esta región represente un porcentaje muy modesto, en torno del 3 ó 4 por 100 del comercio exterior español)?²⁰
2. *El español en los flujos internacionales de capital* (y, en concreto, en los flujos de inversión directa: las empresas que se establecen en otros países, a la luz de la también citada «distancia psicológica» que puede aumentar o reducir la lengua): ¿Cómo explicar si no, en este caso aún más llamativo, que Iberoamérica llegara a concentrar, a lo largo del decenio de 1990, cerca del 60 por 100 de los cuantiosísimos flujos netos de inversión directa española de estos años en el exterior –es decir, de empresas españolas que se establecían fuera–, llegando a

²⁰ «España está siempre entre los cuatro primeros lugares de exportación a las nueve economías de Iberoamérica [más importantes] desde los diez países de la Unión Europea más exportadores, si consideramos la cifra de exportación total, y es, en todos los casos, el primero, si se considera el porcentaje que cada economía exporta a los países latinoamericanos como porcentaje de la exportación total de cada año»; cfr. Subdirección General de Política Comercial con Iberoamérica y América del Norte (2004). Está claro, como ahí se concluye, que, desde este punto de vista comercial, «la economía iberoamericana es, para España, más importante que para el resto de los países socios de la Unión Europea». Y, recogiendo ahora los comentarios más recientes de Juan Abascal y Antonio Hernández (2005/2006), «a pesar de la pérdida de importancia relativa de América Latina como destino de la exportación española, España continúa siendo el país de la UE con mayor importancia comercial en el área».

constituirse en el primer inversor mundial en algunos de estos países?²¹

3. Y el español en las corrientes migratorias (un aspecto hasta aquí no citado, pero de enorme importancia para explicar el sentido y magnitud, tanto en el pasado como en la actualidad, de unos flujos de gran trascendencia económica: para el mercado de trabajo, para el saldo de la balanza corriente, en la parte que tiene que ver con las remesas de emigrantes, y, en definitiva, para el propio crecimiento económico²²): ¿Cómo explicar, por último, que, dentro de un proceso de inmigración masiva hacia España en estos últimos años, los procedentes de Iberoamérica, aun sin contabilizar nacionalizados y retornados, representen hoy ya casi el 40 por 100 de los extranjeros empadronados, y una proporción muy similar dentro del empleo, a tenor de las estadísticas de afiliación a la Seguridad Social?²³

²¹ «El interés de la empresa española por América Latina en la segunda mitad de la década de los noventa ha convertido a España en el principal inversor del continente, junto con Estados Unidos», hasta representar la inversión procedente de España casi la mitad de los flujos de inversión directa exterior (IDE) de Europa en la región (Manuel Balmaseda del Campo y Ángel Melguizo Esteso, 2006). Vid., en este punto, con más detalle y ya con suficiente perspectiva, Carlos Manuel Fernández-Otheo Ruiz (2003) y Mauro F. Guillén (2006). Por otro lado, algunas de las evidencias obtenidas en trabajos empíricos concretos no dejan de ser expresivas de lo que aquí se está tratando de subrayar, al hilo de la importante presencia de empresas españolas en Iberoamérica: «(...) la relación positiva existente entre las dos variables [flujos de inversión directa de la banca española en Iberoamérica y de inversión directa extranjera del resto de los sectores económicos españoles] induce a pensar que el seguimiento del cliente, en esta ocasión, no obedece al desarrollo de una estrategia defensiva, sino que constituye un medio para penetrar en estos mercados a través de una base inicial de negocio» (Isabel González Expósito, 2004).

²² Según un reciente estudio de Caixa Cataluña (2006), «en ausencia de inmigración, en España el PIB per cápita se habría reducido en un 0,6 por 100 anual [entre 1995 y 2005]», ¡en vez de crecer en términos reales, como lo ha hecho, en un 2,6 por 100! De modo que se estaría hablando de una contribución, por parte de la inmigración, de 3,2 puntos porcentuales anuales al crecimiento económico español –a través de su variable más expresiva: la renta per cápita– a lo largo de los últimos diez años.

²³ De hecho, cerca del 50 por 100 si se descontasen los inmigrantes procedentes de la Unión Europea, de motivaciones y características claramente diferenciadas. Sobre la magnitud y los efectos de este fenómeno, vid. Mario Izquierdo y Juan Francisco Jimeno (2005), quienes concluyen su estudio subrayando cómo «en términos netos, las consecuencias económicas de la inmigración son positivas, tanto más cuanto mejor se gestione el proceso de llegada, integración y asimilación de los trabajadores extranjeros». Algo, sin duda, que no es ajeno a disfrutar de una lengua y un sustrato cultural común. Y sobre el otro efecto económico arriba apuntado –el de las remesas de emigrantes–, las cifras de la *Balanza de Pagos y posición de la inversión internacional de España*, que publica

Hay que recurrir, de nuevo, a la «distancia psicológica», que *aproxima* hacia España, como hasta hace pocas décadas sucedía en sentido inverso, a la emigración iberoamericana.

Por decirlo en muy pocas palabras: la lengua es –o puede ser: el español *lo es*– una importante *ventaja competitiva* para quienes, individuos y empresas, la comparten, y un medio esencial para la *internacionalización* económica, con todos los efectos dinámicos que ello trae consigo.

Todo esto induce, en fin, a una reflexión más, de carácter muy tentativo aún, pero que puede ayudar en el análisis (Juan Carlos Jiménez, 2006): los cálculos antes indicados sobre *el valor económico del español* se refieren a una macromagnitud –el PIB a precios de mercado, como suma, desde una óptica *del producto*, de valores añadidos sectoriales *dentro* del país– incapaz, a mi juicio, de reflejar el valor de la lengua como *renta* para los factores productivos nacionales, que es *otra* dimensión del valor del español, complementaria de la que pueden aportar los bienes y servicios que incorporan *español*. Habría que trabajar para ello sobre un producto o renta *nacional* –es decir, de todos los *residentes* de un país, familias y empresas–, valorado, además, a coste de factores (precios básicos), como suma, esencialmente, de la remuneración de los asalariados y de las rentas de la propiedad y de la empresa percibidas, en ambos casos, por los factores residentes en el país (aunque sea en el extranjero). Cuantificar lo que vale el español para los que aportan su trabajo en España y lo que vale, en términos de beneficios, dentro y fuera de España, para las empresas aquí re-

anualmente el Banco de España, son bien expresivas de lo sucedido en estos últimos años, a pesar de que su contabilización resulta muy compleja y, hasta ahora, imperfecta, con niveles de infravaloración de los pagos registrados en la Balanza que podrían situarse en torno del 20 por 100 (Javier Álvarez de Pedro, M.^a Teresa García Cid y Patrocinio Tello Casas, 2006). Con todo, y como se dice en el *Informe* de 2003: «En el período 1994-2003, los pagos de la rúbrica de remesas de emigrantes de la Balanza de Pagos española pasaron de 312 millones de euros a 2.895 millones [del 0,1 al 0,4 por 100 del PIB]»; además, «en el año 2003, el 3,5 por 100 de los pagos [por remesas de emigrantes] tuvo como destino países pertenecientes a la UE (siendo el peso de esta población del 22 por 100), mientras que los enviados a Latinoamérica representaron el 57 por 100 del total (con un peso en la población del 39 por 100)». El comentario añadido –del Banco de España– a todo esto tampoco debe pasar aquí desapercibido: «Las entidades bancarias ya han puesto en marcha estrategias concretas orientadas a cubrir las necesidades de este nuevo colectivo».

sidentes, permitiría completar, en el sentido del párrafo anterior, el verdadero *valor* del español.

6. Un apunte conclusivo

Se ha terminado hablando, tras el preceptivo repaso de la literatura sobre el tema, del «valor económico del español». En un artículo relativamente reciente, François Grin (¡otra vez Grin!), en una revista, por cierto, no de Economía, sino de Lengua –*World Englishes*–, se preguntaba por «El inglés como valor económico: hechos y falacias». Sus tres preguntas esenciales eran *de libro*: ¿Tiene el inglés valor económico? ¿Cómo podemos saberlo? Y, si es así, ¿cuánto? Pero no formulaba estas preguntas –al menos, no las respondía– desde una perspectiva macro, sino microeconómica: ¿Cuánto vale (y en términos *de mercado*, es decir, privados) el inglés *en Suiza* para los *individuos* que poseen esta destreza lingüística? No importa tanto aquí el resultado de su regresión con una técnica habitual, los mínimos cuadrados ordinarios: en todo caso, nos confirma que el conocimiento del inglés está asociado a importantes ganancias salariales, de hasta el 30 por 100, en el mercado de trabajo suizo (Grin, 2001). Lo que importa es que el análisis sobre el valor de la lengua, de una lengua concreta, y con seguridad la más «valiosa» del mundo, debe reducirse aún a perspectivas mercantiles (el valor *de mercado*, y no social) y de corte microeconómico (el valor para algunos agentes económicos concretos, no para el conjunto de países o comunidades lingüísticas).

El consejo final de François Grin es muy revelador: «En suma, el mensaje esencial que un economista de la lengua puede dar se encierra en una sola palabra: ¡Cuidado! La cuestión del valor económico del inglés [y del español, podemos decir nosotros] es compleja, y la cuestión relacionada con ella de la dinámica de la lengua está lejos de haber sido completamente dilucidada».

Todo esto nos lleva ya a una última reflexión: la Economía puede ser útil, en relación con el «valor» de la lengua –y, en concreto, del español–, para pasar de la retórica a los hechos. Aunque a veces se haya caído en excesos, la máxima de Lord Kelvin (no un

economista, sino un físico y matemático británico del XIX) de que «medir es conocer», ha estimulado avances muy considerables en el conocimiento científico dentro de las Ciencias Sociales. Cuantificar permite valorar mejor, y valorar mejor permite, a su vez, tomar las decisiones correctas (o socialmente más deseables): «Lo que no puede medirse, tampoco puede mejorarse», como dijo el propio Lord Kelvin. La «caja de herramientas» que es la Economía, en palabras ahora del Premio Nobel John R. Hicks, puede proveer, por tanto, de útiles instrumentos en el dominio del estudio del comportamiento y las relaciones humanas en relación con la lengua. A la manera, en cierto modo, en que el medio ambiente natural (constituido también por bienes de naturaleza pública, de carácter frecuentemente intangible y con fuertes externalidades) puede ser examinado desde una perspectiva económica (la Economía del medio ambiente constituye, de hecho, un campo aplicado de gran auge), la lengua admite –y requiere– un análisis no menos *convencional* en sus métodos y enfoques, aunque abierto a un conjunto de variables hasta hace poco ignoradas por la Ciencia económica.

Así pues, la lengua, como gran envolvente de las relaciones humanas y principal tecnología social de comunicación –de hecho, la «materia prima del conocimiento» (Juan Cueto, 2003)–, guarda una indudable y ya reconocida relación con la Economía, a falta, si acaso, de una plena homologación científica como campo propio de la investigación económica, sin que ello le suponga renunciar a sus relaciones –dígase claramente: a su *complementariedad*– con otras disciplinas. El equilibrio no es fácil: la Economía de la lengua no debe distanciarse del tronco central del análisis económico; y, al tiempo, debe nutrirse de otras ramas del conocimiento científico, lo cual requiere superar los mutuos recelos que tan frecuentemente aparecen en el ámbito académico. No debe olvidarse, por concluir con lo que quizá hubiera debido servir de exordio a estas páginas, que en España han sido sobre todo los lingüistas –o, en un sentido más lato, los estudiosos de la lengua– los que nos han alertado a los economistas del valor económico de la lengua, como hiciera, con su luminoso libro sobre *El porvenir del español*, el malogrado Juan Ramón Lodares (2005). Sirva, en todo caso, de ejemplo, y también de reto.

Referencias bibliográficas

- Abascal Heredero, J. y A. Hernández García (2005/2006), «El comercio exterior entre España y América Latina. Tendencias estructurales», *Boletín Económico de ICE*, núm. 2866, págs. 9-30.
- Accenture (2006), *La difusión del español en Internet*, Fundación Caja de Burgos, Burgos.
- Alarcón Alarcón, A. (2004), *Economía, política e idiomas. Intercambio lingüístico y sus efectos sobre la eficiencia y la distribución de los recursos*, Consejo Económico y Social, Colección Estudios, Madrid.
- Alonso, J. A. (2006), *Naturaleza económica de la Lengua*, Documentos de trabajo Fundación Telefónica – ICEI, DT 02/06.
- Álvarez de Pedro, J., M^a T. García Cid y P. Tello Casas (2006), «Las remesas de emigrantes en la Balanza de Pagos española», en *Boletín económico*, Banco de España, julio-agosto, págs. 141-165.
- Arcand, J. L. (1996), «Development economics and language. The earnest search for a mirage?», *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121, págs. 119-157.
- Balmaseda del Campo, M. y A. Melguizo Esteso (2006), «Las inversiones españolas en América Latina: ¿Encuentros en la tercera fase?», en *Claves de la economía mundial 06*, ICEX e ICEI, Madrid.
- Baró, E. y X. Cubeles (2001), *Lengua, economía de redes y estándares en la sociedad de la información*, en <http://www.cercle21.org/baro-cubeles1.htm>
- Becker, G. (1957), *The Economics of discrimination*, Chicago University Press, Chicago.
- Becker, G. (1965), «A theory of the allocation of time», *Economics Journal*, vol. 75, septiembre, págs. 493-517.
- Berdugo, O. (2000), «Español Recurso Económico: anatomía de un nuevo sector», *Cuadernos Cervantes*, núm. 30, VI, págs. 37-43.
- Bloom, D. E. y G. Grenier (1996), «Language, employment, and earnings in the United States: Spanish-English differentials from 1970 to 1990», *Journal of Internacional Sociology of Language*, núm. 121, págs. 45-68.
- Boucher, M. (1985), «La Loi 101. Une approche économique», en F. Vaillancourt (ed.), págs. 101-116.
- Breton, A. (1978), *Le bilinguisme. Une approche économique*, C. D. Howe Institute, Montreal.
- Breton, A. (1998), «An economic analysis of language», en A. Breton (ed.), págs. 1-36.
- Breton, A. (ed.) (1998), *Economic approaches to language and bilingualism*, New Canadian Perspectives, Department of Economics, University of Toronto, Ottawa.
- Breton, A. (ed.) (1999), *Exploring the Economics of language*, New Canadian perspectives, Department of Economics, University of Toronto, Ottawa.
- Breton, A. y P. Mieszkowski (1977), «The Economics of bilingualism», en W. E. Oates (ed.), *The political economy of fiscal federalism*, Lexington Books, Toronto, págs. 261-273.
- Caixa Cataluña (2006), «Razones demográficas del crecimiento del PIB per cápita en España y la UE-15», *Informe semestral*, I-2006, págs. 107-120
- Carr, J. (1985), «Le bilinguisme au Canada: l'usage consacre-t-il l'anglais monopole naturel?», en F. Vaillancourt (ed.), págs. 27-37.
- Colomer, J. (1991), «The utility of bilingualism: a contribution to a rational choice model of language», *Rationality and Society*, núm. 2, págs. 310-334.
- Colomer, J. (1996a), *La utilitat del bilingüisme. Una proposta de pluralisme lingüístic a Catalunya, Espanya y Europa*, Edicions 62, Llibres a l'Abast, Barcelona.
- Colomer, J. (1996b), «To translate or to learn languages? An evaluation of social efficiency», *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121, págs. 181-197.
- Cueto, J. (2003), «Las máquinas de la lengua», en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2003*, Círculo de Lectores y Plaza & Janés, Madrid, págs.12-20.
- Chiswick, B. R. y P. W. Miller (1995), «The endogeneity between language and earnings: international analysis», *Journal of Labour Economics*, vol. 13, núm. 2, págs. 31-57.

- Chiswick, B. R., H. A. Patrinos y M. E. Hurst (2000), «Indigenous language skills and the labor market in a developing economy: Bolivia», *Economic Development and Cultural Change*, vol. 48, págs. 349-367.
- Church, J. y J. King (1993), «Bilingualism and network externalities», *Canadian Journal of Economics*, vol. XXVI, núm. 2, mayo, págs. 337-345.
- Dalmazzone, S. (1999), «Economics of language: a network externalities approach», en A. Breton (ed.), págs. 63-87.
- De Swaan, A. (1998), «A political sociology of the world language system: the dynamics of language spread», *Language problems and language planning*, vol. 22, núm. 1, págs. 63-75.
- Dhir, K. S. (2005), «The value of language: concepts, perspectives, and policies», *Corporate Communications: An International Journal*, vol. 10, núm. 4, enero, págs. 358-382.
- Dhir, K. S. y T. Savage (2002), «The value of a working language», *International Journal of the Sociology of Languages*, núm. 158, págs. 1-35.
- Fernández-Otheo Ruiz, C. M. (2003), *Inversión directa extranjera de España en la década final del siglo XX: nuevas perspectivas*, Editorial Biblioteca Nueva, Fundación José Ortega y Gasset, Madrid.
- Fixman, C. S. (1990), «The foreign language needs of U.S.-based corporations», *The Annals of the American Academy*, núm. 511, septiembre, págs. 25-46.
- Fry, R. y B. L. Lowell (2003), «The value of bilingualism in the U.S. labor market», *Industrial and Labor Relations Review*, vol. 57, núm. 1, págs. 128-140.
- García Delgado, J. L. y J. A. Alonso (2001), «La potencia económica del idioma: una mirada desde España», *Revista de Occidente*, 215, octubre, págs. 37-51.
- García Gracia, M.^a I., Y. Fernández y J. L. Zofío (2001), «La dimensión económica de la industria del ocio y de la cultura en España: un análisis nacional, regional y sectorial», *Información Comercial Española*, núm. 992, junio-julio, págs. 42-60.
- González Cueto, F. y A. Moreno Santamaría (2001), «La lengua española y la cultura en español en Internet. Aproximación a su estudio», *Economía Industrial*, núm. 338.
- González Expósito, I. (2004), «La inversión directa de la banca española en el exterior: factores determinantes y estrategias», *Información Comercial Española*, núm. 817, septiembre, págs. 103-114.
- Grin, F. (1996), «Economic approaches to language and language planning: an introduction», *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121.
- Grin, F. (1999), *Compétences and récompenses. La valeur des langues en Suisse*, Éditions Universitaires de Fribourg, Fribourg.
- Grin, F. (2001), «English as economic value: facts and fallacies», *World Englishes*, núm. 20.
- Grin, F. (2003), «Language planning and Economics», *Current Issues in Language Planning*, vol. 4, núm. 1, págs. 1-66.
- Grin, F. (2004), «On the costs of cultural diversity», en P. van Parijs (ed.), *Cultural diversity versus economic solidarity*, de Boeck-Université, Bruselas, págs. 189-202.
- Grin, F., J. Rossiaud y B. Kaya (2002), «Langues de l'immigration et intégration professionnelle en Suisse», en H. R. Wicker, R. Fibbi y W. Haug (eds.), *Les migrations et la Suisse*, Seismo Verlag, Zurich, págs. 404-433.
- Grin, F. y C. Sfreddo (1998), «Language-based earnings differentials on the Swiss labour market: is Italian a liability?», *International Journal of Manpower*, vol. 19, núm. 7, págs. 520-532.
- Grin, F. y F. Vaillancourt (1999), *The cost-effectiveness evaluation of minority language policies: case studies on Wales, Ireland and the Basque Country*, Monograph series, núm. 2, noviembre, European Centre for Minority Issues, Flensburg.
- Guillén, M. F. (2006), *El auge de la empresa multinacional española*, Marcial Pons, Madrid.
- Hamers, J. F. y M. H. A. Blanc (1989), *Bilinguality and bilingualism*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Harris, R. G. (1998), «The Economics of language in a virtually integrated global economy», en A. Breton (ed.), capítulo 2.
- Helliwell, J. F. (1999), «Language and trade», en A. Breton (ed.), págs. 5-30.

- Henderson, W., T. Dudley-Evans y R. Backhouse (eds.) (1993), *Economics and language (Economics as social theory)*, Routledge, Londres y Nueva York.
- Henley, A. y R. E. Jones (2005), «Earnings and linguistic proficiency in a bilingual economy», *The Manchester School*, vol. 73, núm. 3, junio, págs. 300-320.
- HispanTelligence (2003), «U.S. hispanic purchasing power, 2003-2010», *Hispanic Business Magazine*, en <http://www.hispanicbusiness.com>.
- Hočevar, T. (1975), «Equilibria in linguistic minority markets», *Kyklos*, núm. 28 (2), págs. 337-357.
- Iglesias Lozano, I. (2001), «Situación actual del sector de la música en España», *Información Comercial Española*, núm. 792, junio-julio, págs. 139-150.
- Izquierdo, M. y J. F. Jimeno (2005), «Inmigración: desarrollos recientes y consecuencias económicas», *Boletín económico*, Banco de España, febrero, págs. 40-49.
- Jiménez, J. C. (2006), «¿Cuánto vale el español?», *Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2006-2007*, Círculo de Lectores y Plaza & Janés, Barcelona, págs. 459-462.
- Katz, M. L. y C. Shapiro (1985), «Network externalities, competition and compatibility», *American Economic Review*, vol. 75, núm. 3, junio, págs. 424-440.
- Krugman, P. (1991), *Geography and trade*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Lamberton, D. M. (ed.) (2002), *The Economics of language*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Lazear, E. P. (1999), «Culture and language», *Journal of Political Economy*, vol. 107, núm. 6 (supl.), págs. S95-S126.
- Lodares, J. R. (2005), *El porvenir del español*, Taurus, Madrid.
- López Morales, H. (2000), «El español en la Florida: los cubanos de Miami», en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2000*, Círculo de Lectores y Plaza & Janés, Barcelona.
- Llisterri, J. y J. M. Garrido (1998), «La ingeniería lingüística en España», en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 1998*, Círculo de Lectores y Plaza & Janés, Barcelona.
- Marschak, J. (1965), «Economics of language», *Behavioral Science*, vol. 10, págs. 135-140.
- Marschan-Piekkari, R., D. Welch y L. Welch (1999), «In the shadow: the impact of language on structure, power and communication in the multinational», *International Business Review*, núm. 8, págs. 421-440.
- Martín Municio, A. (dir.) et al. (2003), *El valor económico de la lengua española*, Espasa Calpe, Madrid (con A. Espasa, J. Girón y D. Peña como coordinadores).
- Martínez Alés, R. (2001), «El sector editorial español», *Información Comercial Española*, núm. 792, junio-julio, págs. 109-123.
- McCallum, J. (1995), «National borders matter: Canada-U.S. regional trade patterns», *The American Economic Review*, vol. 85, núm. 3, junio, págs. 615-623.
- McCloskey, D. N. (1990), *La retórica de la economía*, Alianza Editorial, Madrid.
- Melitz, J. (2003), *Language and foreign trade*, Institut National de la Statistique et des Études Économiques, Serie des documents de travail du Centre de Recherche en Économie et Statistique, núm. 2003-26.
- Millán, J. A. (2000-2001), *La lengua que era un tesoro. El negocio digital del español y cómo nos quedamos sin él*, publicado en una primera versión en *Política Exterior*, invierno, y accesible, con algunas modificaciones, en: <http://jamillan.com/tesoro.htm>.
- Millán, J. A. (2004), «El español, recurso en la Red», publicado originalmente en el número de *Política Exterior* dedicado a «Perspectivas exteriores 2004. Los intereses de España en el mundo», y accesible en: <http://jamillan.com/espanol.htm>.
- Moré, I. (2005), «Las multinacionales españolas de la educación», *ARI*, núm. 68, accesible en: <http://www.realinstitutoelcano.org>.
- Narbona Moreno, A. (2005), «El regionalismo como factor de desarrollo. Estudio de caso: el MERCOSUR», Tesis doctoral inédita, Universidad de Alcalá e Institut d'Études Politiques de París.
- Nunberg, G. (2000), «Will the Internet always speak English? Language in a wired world», *The American prospect*, 27 de marzo-10 de abril, págs. 40-43.

- Organisation for Economic Co-operation and Development (2004), *The well-being of nations. The role of human and social capital*, Centre for Educational Research and Innovation, OECD, Paris.
- Otero, J. (2005), «Los argumentos económicos del español», *Contrastes*, núm. 39, mayo, y accesible en: <http://www.contrastes.info/hemeroteca/39index.html>.
- Pablo Martí, F. y C. Muñoz Yebra (2001) «Economía del cine y del sector audiovisual español», *Información Comercial Española*, núm. 792, junio-julio, págs. 124-138.
- Peal, E. y W. E. Lambert (1962), «The relation of bilingualism to intelligence», *Psychological Monographs*, vol. 76, págs. 1-23.
- Polak, J. J. (1996), «Is APEC a natural regional trading bloc? A critique of gravity model in international trade», *The World Economy*, vol. 19, núm. 5, septiembre, págs. 533-543.
- Pool, J. (1996), «Optimal languages regimes for the European Union», *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121, págs. 159-179.
- Putnam, R. D. (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, Simon & Schuster, Nueva York.
- Reeves, N. B. R. (1990), «The foreign language needs of U.K.-based corporations», *The Annals of the American Academy*, núm. 511, septiembre, págs. 60-73.
- Ricardo, D. (1817), *On the principles of political economy and taxation*, John Murray, Albemarle-Street, Londres.
- Rubinstein, A. (2000), *Economics and language. Five essays*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Smith, A. (1958; 1776, 1.^a ed. en inglés), *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Subdirección General de Política Comercial con Iberoamérica y América del Norte (2004), «Análisis del comportamiento del comercio exterior de España con Iberoamérica en el pasado reciente», *Boletín Económico de ICE*, núm. 2.821, 25-31 de octubre, págs. 15-54.
- Thorburn, T. (1971), «Cost-benefit analysis in language planning», en B. H. Jernudd y J. Rubin (eds.), *Can language be planned?*, University Press of Hawaii, Honolulu, págs. 283-305.
- Vaillancourt, F. (1985), «La choix de la langue de consommation», en F. Vaillancourt (ed.), págs. 209-220.
- Vaillancourt, F. (ed.) (1985), *Économie et langue*, Conseil de la Langue Française, Québec.
- Vaillancourt, F. (1996), «Language and socioeconomic status in Québec: measurement, findings, determinants, and policy costs», *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 121, págs. 69-92.
- Vaillancourt, F. y F. Grin (2000), *The choice of a language of instruction: the economic aspects*, Report to the World Bank Institute, Washington.