

NOTA DE PRENSA

13/02/17

El proyecto “El valor económico del español” cumple diez años (2006-2016) de investigación sobre la aportación de nuestro idioma como lengua de comunicación internacional

FUNDACIÓN TELEFÓNICA PONE EN EL MAPA EL VALOR DE NUESTRA LENGUA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

- La promoción internacional del español como política de Estado, su potenciación en las relaciones internacionales, en la producción y el intercambio científico, así como en las TIC, principales retos de la lengua según los expertos.
- Nuestro idioma es la segunda lengua materna del mundo con 550 millones de hablantes, tras el chino mandarín; segunda lengua de comunicación internacional, también en la Red, tras el inglés; segunda lengua adquirida en los países de lengua no inglesa; y segunda lengua de comunicación internacional en la Red, tanto por número de usuarios como por páginas web.
- La capacidad de compra de los hispanohablantes representa ya el 10% del valor económico del PIB mundial; asimismo, el español supone el 16% del PIB (164.000 millones de euros) y del empleo en España (3,5 millones de personas), según los datos del estudio.
- El llamado “factor ñ” de las industrias culturales (contenido en español), es ya casi el 2,9% del PIB de la economía española.
- Codirigido por los profesores José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez, el proyecto finaliza con 14 publicaciones y más de 3.500 páginas escritas; Estados Unidos, Alemania, Colombia y México son algunos de los países donde ha sido presentado.

Madrid, 13 de febrero de 2017.- El proyecto “El valor económico del español” de Fundación Telefónica ha cumplido diez años (2006-2016) tras la publicación de [14](#)

Fundación Telefónica

Director of Communications and Institutional Relations
Gran Vía, 28. 7ª planta
28013. Madrid

david.arranzlago@telefonica.com
Tel: 91 5844827
www.fundacion.telefonica.com

títulos que han analizado la importancia de nuestro idioma a través de su cuantificación económica, con el fin de apoyar un diseño para una mejor política de proyección internacional de una lengua hablada hoy en día por más de 550 millones de personas en todo el mundo.

SS.MM los Reyes de España han presidido hoy el acto institucional de colofón del proyecto, que ha contado con el ministro de Educación, Cultura y Deporte, Iñigo Méndez de Vigo; el secretario para la Cooperación Iberoamericana, Salvador Arriola; el presidente de Telefónica, José María Álvarez Pallete; el presidente de Fundación Telefónica, César Alierta; y el director general de Fundación Telefónica, José María Sanz Magallón.

Además, el escritor y Premio Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa intervino hablar sobre nuestro idioma y el codirector del proyecto, el catedrático de Economía Aplicada José Luis García Delgado, presentó el trabajo desarrollado y sus principales conclusiones. Los profesores José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez también ha codirigido el estudio, en el que han colaborado más de 200 autores que han publicado 14 libros que comprenden cerca de 3.500 páginas, así como otras monografías y artículos.

“El valor económico del español”: conclusiones

Nuestro idioma es la segunda lengua materna del mundo, tras el chino mandarín; segunda lengua de comunicación internacional, también en la Red, tras el inglés; y segunda lengua adquirida en los países de lengua no inglesa.

El estudio destaca que el español ha crecido en los últimos años apoyado tanto en la internacionalización de las empresas españolas como en la cohesión idiomática impulsada por la Asociación de las Academias de la Lengua Española. De hecho, el español ha esquivado la fragmentación porque sufre menos dialectalismo que el inglés, el francés, el chino y el hindi, presenta un alto grado de cohesión interna y plantea sus normas a través de un enfoque panhispánico y policéntrico, en un ejemplar modelo de cooperación de todas las Academias de la Lengua Española.

En América, la tradicional alta concentración de hispanohablantes en los países con mayor impronta española tiende a disminuir, dado el doble y simultáneo empuje del español hacia el norte, abriéndose paso como lengua materna (y extranjera) en Estados Unidos, y hacia el sur, al penetrar con firmeza en Brasil.

En Europa, lo novedoso es el gradual ascenso del español a la posición de segunda lengua de enseñanza, tras el inglés, desplazando al francés y al alemán en buena parte del continente.

Fundación Telefónica

Director of Communications and Institutional Relations
Gran Vía, 28. 7ª planta
28013. Madrid

david.arranzlago@telefonica.com
Tel: 91 5844827
www.fundacion.telefonica.com

Hacia una política de Estado de nuestra lengua

La potenciación del español en las relaciones internacionales, en la producción y el intercambio científico, así como en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son los principales retos de nuestra lengua. El proyecto propone, en este sentido, diseñar una política de proyección internacional del español.

El reto perentorio es que el español constituya verdaderamente una de las seis lenguas consideradas como oficiales en Naciones Unidas, ya que en la práctica su utilización es muy reducida; incluso, en el seno de la Unión Europea, el español es una lengua subalterna, sin estatus real de lengua de trabajo, algo que sí tienen el inglés, el alemán y el francés.

La promoción del español debe concebirse como una política de Estado del conjunto de la comunidad hispanoamericana de naciones, considerando la lengua común como bien preferente, no para competir con el inglés, sino para mejorar el estatus del español como lengua internacional complementaria, como lengua diplomática internacional, como lengua de creación y comunicación científica y como lengua en la que se expresa una cultura vigorosa con relevancia en la Red y en los medios masivos de consulta digital.

La mejora del estatus internacional del español tiene que proyectarse en los foros mundiales y organismos multilaterales. A ello contribuiría el fortalecimiento del diálogo y las relaciones de cooperación entre las sociedades y los agentes de la comunidad hispanohablante en todo el mundo.

Es necesario, además, generar y estandarizar un paquete formativo que ofrezca las competencias mínimas para su uso práctico, es decir, un español compendiado que facilite enseñanza, aprendizaje y uso. La oferta formativa del español para extranjeros debe hacerse más amplia, accesible y atractiva.

El Instituto Cervantes ha de ser eje e instrumento fundamental de ese esfuerzo y la gran plataforma formativa internacional del español. A esa tarea deberían sumarse agentes públicos de otros países hispanohablantes y agentes privados que operan en el ámbito de la enseñanza.

También deberían promoverse vías informales que alimentan los intercambios culturales, como los productos culturales (especialmente audiovisuales) en versión original para extender el aprendizaje del español.

Fundación Telefónica

Director of Communications and Institutional Relations
Gran Vía, 28. 7ª planta
28013. Madrid

david.arranzlago@telefonica.com
Tel: 91 5844827
www.fundacion.telefonica.com

ANEXO

El español en cifras

- Más de 550 millones de hispanohablantes.
- La capacidad de compra de los hispanohablantes representa el 10% del PIB mundial.
- El español genera el 16% de valor económico del PIB (164.000 millones de euros) y del empleo en España (3,5 millones de personas), según los datos del estudio.
- El llamado "factor ñ" (contenido en español) de las industrias culturales, es ya casi el 3% del PIB de la economía española.
- El español ha multiplicado por 3 la atracción de emigrantes de América Latina hacia España en el decenio de 2000.
- El español supone una 'prima salarial' que alcanza hasta un 30% en España y una proporción también considerable en Estados Unidos (hasta un 10%).
- El español multiplica por 4 los intercambios comerciales entre los países hispanohablantes.
- El español es factor determinante para que cada curso académico decidan estudiar en España 35.000 alumnos universitarios Erasmus; España es el primer país de destino de este programa europeo, acogiendo al 17% de los alumnos de los 32 países que participan en este programa europeo.
- El español es la segunda lengua de comunicación internacional en la Red, tanto por número de usuarios como por páginas web.
- El español es un gran instrumento de internacionalización empresarial: compartir lengua (en una muestra con amplia presencia de países hispanohablantes) multiplica por 7 los flujos bilaterales de inversión directa exterior. Y cerca del 80% de las empresas españolas que operan en el exterior reconoce que el hecho de que se hable en español en el mercado de destino facilita su actividad internacional.