

EL PESO ECONÓMICO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES ESPAÑOLAS

# ¿Cuánto vale el español?

Conocer con exactitud su dimensión económica es una de las claves para que España se "tome en serio" la importancia del español y de las industrias culturales que lleva aparejadas. La ministra de Cultura anunció ayer que en mayo se sabrá qué parte del PIB se debe a nuestra lengua universal.

J. ANSORENA, Madrid

El valor de la palabra, de la literatura o de una tradición cultural vinculados a un idioma es incalculable. Pero cada vez es más relevante cuantificar su peso económico como soporte de las industrias culturales para medir su importancia dentro de la sociedad actual.

"El español aporta un caudal de riqueza extraordinario del que no hemos sido conscientes hasta ahora", aseguró ayer la ministra de Cultura, Carmen Calvo, en la presentación de las conclusiones de la I Acta Internacional de la Lengua Española, celebrada en octubre de 2006 en San Millán de la Cogolla (La Rioja) y organizada por la Fundación Biblioteca Universal (BLU), la Fundación El Monte y el Ministerio de Cultura.

Aunque algunas estimaciones indican que el valor económico del español como plataforma cultural y herramienta usada para los negocios se cifra en un 15% del PIB, Calvo reconoció que "no hay indicadores económicos para cuantificar lo que las industrias del español representan en el PIB". Por el momento, los únicos datos fiables son el tamaño del sector editorial español (el cuarto más potente del mundo, que copa el 0,8% del

PIB nacional) y los estudios sobre hábitos culturales de los españoles, que aseguran que en los últimos seis años el gasto personal en España en productos culturales ha crecido un 12%.

La ministra anticipó que en mayo se conocerán los resultados de un estudio que están llevando a cabo la Universi-

El único dato consistente es el peso del sector editorial, que supone un 0,8% del PIB

dad Carlos III de Madrid y la Universidad de Valencia sobre la aportación de la cultura y de las industrias del español al PIB nacional.

Cuantificar este dato es fundamental, explicó Calvo, para concienciar sobre el apoyo a la cultura y sus consecuencias económicas, y para que la dimensión económica de las industrias del español deje de ser un "tópico". En España llegamos tarde, "como casi siempre", aseguró, a una reflexión económica acerca de la cultura como industria. Por ejemplo, desde 1990, uno de los instrumentos que Estados Unidos ha utilizado para defender sus industrias cultu-

## Los focos de nuevos hispanohablantes

En territorios donde el español no es oficial.



### Hablantes

	DOMINIO NATIVO	COMPETENCIA LIMITADA		DOMINIO NATIVO	COMPETENCIA LIMITADA
Andorra	42.000	25.000	Islandia	700	0
Argelia	300	48.000	Jamaica	8.000	0
Australia	107.000	341.000	Marruecos	4.000	66.000
Belice	107.000	22.000	Noruega	12.500	0
Brasil	410.000	96.000	Rusia	3.000	0
Canadá	253.000	293.000	Sáhara Occ.	0	22.000
EEUU	36.295.000	6.405.000	Suiza	86.000	25.000
Filipinas	439.000	0	Turquía	400	8.000
Israel	75.000	100.000			

\*Estimación en número.

FUENTE: "Cartografía demográfica del español en el mundo" (Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero)

EXPANSIÓN

rales es conocer a la perfección cuál es su peso dentro de la economía nacional.

La ministra enumeró, además, los puntos fuertes del español, más allá de contar con casi 450 millones de hablantes: se trata de una lengua con gran prestigio literario, tiene mucho peso en los foros di-

En los últimos seis años, el gasto personal de los españoles en cultura ha crecido un 12%

plomáticos internacionales, y es un idioma "evolucionado, valioso y atento a los cambios de la realidad". La mayor amenaza, según Calvo, es que "nuestra lengua no da respuesta a las nuevas tecnologías, y eso hace que perdamos espacio respecto a otros idiomas, como el inglés".

## Un estímulo de las relaciones comerciales

El Acta Internacional de la Lengua Española tendrá su continuación en junio de este año en Bogotá, donde se celebrará la segunda de las cinco reuniones previstas en este foro. Pero la fiebre del español tiene más ejemplos. El más reciente es el seminario internacional "Valor económico del español: una empresa multinacional", organizado por la Fundación Telefónica y que se celebró en Montevideo (Uruguay) el pasado octubre. Algunas de las conclusiones de este foro se refieren a los beneficios del español en el estímulo de relaciones comerciales. Un buen ejemplo es un estudio sobre los flujos comerciales en los países del Mercosur, que revela que la afinidad cultural estimula el comercio en torno al 150%, mientras que la pertenencia a este bloque económico lo hace tan sólo en un 10%. Según los trabajos de los investigadores Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona, la lengua común "actúa como reductora de costes de transacción y amortiguadora de la distancia psicológica entre los mercados".