

[EL ESPAÑOL Y LAS RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES]

La expansión internacional del castellano ha forzado a los economistas españoles a estudiar la importancia económica del español como recurso económico. De ahí, el auge que empieza a adquirir la Economía del lenguaje. Este trabajo analiza la importancia del idioma en las relaciones económicas internacionales bien porque los países que comercian pertenezcan a una comunidad lingüística o bien por la importancia internacional del idioma en cuestión. En ambos casos, se presta una especial atención al español.

EL ESPAÑOL Y LAS RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

Elies Furió & Matilde Alonso
Université de Lyon

efurio@valitrenta.com
matilde.alonso@univ-lyon2.fr

Resumen

La expansión internacional del castellano ha forzado a los economistas españoles a estudiar la importancia económica del español como recurso económico. De ahí, el auge que empieza a adquirir la Economía del lenguaje. Este trabajo analiza la importancia del idioma en las relaciones económicas internacionales bien porque los países que comercian pertenezcan a una comunidad lingüística o bien por la importancia internacional del idioma en cuestión. En ambos casos, se presta una especial atención al español.

Palabras clave

Economía del lenguaje, español, comercio exterior, internacionalización empresarial.

Tabla de contenido

1	Introducción.....	4
2	La naturaleza económica de los bienes no económicos: capital humano e idioma	5
3	Idiomas y relaciones económicas internacionales	8
3.1	Lenguaje y relaciones económicas internacionales.....	9
3.1.1	La lengua y los factores culturales.....	11
4	El español en los flujos de comercio internacional	11
5	El español y las relaciones económicas franco españolas	12
6	El estudio del español en Francia	19
7	Nota final	22
8	Referencias	23

1 Introducción

El vocablo “economía” tiene una doble aserción. Por una parte, se refiere a las actividades productivas y de intercambio de bienes y servicios que realizan los hombres; y, por otra, también se alude con este vocablo al conjunto de conocimientos que constituidos por una parte de las ciencias sociales tienen como finalidad ofrecer explicaciones para comprender la realidad económica. Es tradición en los economistas referirse a la realidad económica con la expresión “economía” y, en cambio, se reserva la “Economía” al conjunto de conocimientos y métodos científicos propios.

Durante mucho tiempo, la Economía se ha venido dedicando al estudio de los que comúnmente reconocemos como la economía. Sin embargo, desde hace algo más de cuatro décadas los economistas descubrieron que sus categorías conceptuales y sus métodos de trabajos podían utilizarse para estudiar otras realidades hasta entonces ajenas a sus quehaceres. De este modo se volvieron expertos en el arte de traspasar no tanto las fronteras disciplinarias, sino ante todo los territorios disciplinarios. Surgió así el estudio económico del matrimonio, del crimen, del género, del nacionalismo, de la costumbre, del medio ambiente, ... Fruto de esta expansión temática se encuentra la Economía del lenguaje o del idioma –“Économie de la langue”, “Economics of languages”.

Esta rama de estudio económico está empezando a adquirir una cierta presencia en el panorama de los análisis de los economistas españoles como fruto no tanto de un desarrollo teórico por parte de los economistas hispanohablantes, sino ante todo como el resultado de la importancia que, a nivel internacional y, sobre todo, en el terreno económico, está adquiriendo el español como idioma.

En consecuencia, la importancia del español en el mundo y el reconocimiento de la relevancia del análisis económico del lenguaje son dos hechos suficientemente importantes para que nos detengamos a analizarlo en el contexto de un libro homenaje al profesor Hugues Didier, catedrático de español en la Universidad Jean Moulin de Lyon.

Conviene pues tener presente que en el auge de la hispánica Economía del lenguaje participan dos elementos: por un lado, la relevancia de la aplicabilidad de los conceptos y métodos económicos a ámbitos tradicionalmente no considerados como económico; y, por otro, la importancia económica del español o de la industria de la lengua española. El texto que presentamos a continuación se concentra en la importancia del idioma en las relaciones económicas internacionales. El idioma puede intervenir como variable de la geografía comercial y productiva de una economía, bien porque los países afectados pertenezcan a una misma comunidad lingüística o bien porque el idioma en cuestión tenga un carácter internacional. Ambos aspectos son tratados en estas páginas, siempre con especial referencia al español.

Tras una breve presentación de una de las aproximaciones del análisis económico del lenguaje, se aborda la cuestión de la relación entre idioma y relaciones económicas internacionales; seguidamente, se analiza el caso del español. El trabajo finaliza con unas breves notas finales.

2 La naturaleza económica de los bienes no económicos: capital humano e idioma

En opinión de Gary Becker, la Economía es una ciencia de los comportamientos humanos y en esta dirección se ha ido desarrollando pasando por una serie de períodos. En el primero se consideraba que la economía se limitaba al estudio de los mecanismos de producción y de consumo de bienes materiales, y no iba más allá -la teoría tradicional de los mercados-. En un segundo momento, el ámbito de la teoría económica ha sido ampliado al estudio de los fenómenos mercantiles, es decir, aquellos que dan lugar a intercambios monetarios. Hoy, el campo de análisis económico se extiende al conjunto de los comportamientos humanos y de las decisiones a estos asociadas. Aquello que define a la Economía, ya no es el carácter mercantil o material del problema a tratar, sino la naturaleza misma de este problema: toda cuestión que implique un problema de asignación de recursos y de elección en el contexto de una situación de escasez puede ser tratado por el análisis económico (Becker, 1979, pp. 3-14)¹.

Con esta concepción del análisis económico, claramente influida por los planteamientos iniciados por Robbins, Becker desarrollará su teoría del capital humano y del consumo. Las actividades que influyen en las rentas monetarias futuras, y que son de tipo monetario y no monetario, son designadas por Gary Becker con la expresión de inversiones en capital humano. Las numerosas formas que pueden revestir estas inversiones incluyen: la educación escolar, la formación profesional, los cuidados médicos, las migraciones, la búsqueda de información sobre precios y rentas.

Las motivaciones de esta inversión en capital humano son, sin duda, el beneficio esperado o la tasa de rendimiento esperada. El concepto de capital humano ayuda a dar cuenta de los fenómenos tales como las diferencias salariales según las personas y según los lugares, la forma de los perfiles de los salarios según la edad, la relación entre edad y salarios, y los efectos de la especialización sobre la competencia. Por ejemplo, porque los salarios observados contienen una recompensa del capital humano, la gente gana más que otros simplemente porque invierte más en ellos mismos. Porque la gente más capaz tiende a invertir más que otros, la distribución de los salarios es desigual.” (Becker, 1975)².

Con este tipo de razonamiento, Becker tiene presente en todo momento el coste de oportunidad del tiempo, pues educarse y formarse es renunciar al ocio o al trabajo remunerado. El coste del tiempo tiene un precio de mercado, esto es una tasa salarial. El individuo beckeriano opera continuamente entre elecciones de ocio, de trabajo y de inversión en capital humano. Y estas elecciones no son más que asignaciones de tiempo³.

Entre los constitutivos del capital humano, fruto de una asignación del tiempo, se encuentra el conocimiento de idiomas, aunque sea exclusivamente la lengua materna (Breton, 1998a)⁴. Así, desde la perspectiva del capital humano, el aprendizaje de uno o de varios idiomas es una inversión de recursos (gastos educativos, diccionarios, libros

¹ Becker, G. (1979), *The Economic Approach to Human Behavior*, Chicago, The University of Chicago Press.

² Becker, G. (1975), *El capital humano*, Madrid Alianza Editorial, 1983.

³ En estas asignaciones de tiempo sustenta Becker su conceptualización del consumo.

⁴ Breton, A. (1998a), « An Economic Analysis of Languages », in Breton (ed.) (1998), *Economic Approaches to Language and Bilingualism*, New Canadian Perspectives, Department of Public Works and Government Services Canada, www.canadianheritage.gc.ca

de gramática, audiovisuales,... y tiempo consagrado y, por tanto, renuncia de tiempo dedicado a otros menesteres. El idioma que se aprende en el contexto familiar y social inmediato es un capital humano “heredado”, aprendido fruto de un contacto inevitable. El perfeccionamiento en el dominio del idioma heredado es el resultado de una inversión en capital humano. El capital humano, subraya Breton, no es un bien cuya posesión lleva asociado un derecho de venta del bien mismo. Su propiedad confiere en cambio la posibilidad de la venta de los “servicios” asociados al mismo⁵.

En el proceso de adquisición de un idioma, existen tres ámbitos en los que una persona invierte tiempo y recursos: la expresión oral, la expresión escrita y la lectura. El recorrido por estos ámbitos exige la adquisición de conocimiento de vocabulario, sintaxis, gramática,... De hecho, el perfeccionamiento lingüístico en uno de ellos, comporta en ocasiones la necesidad de aplicar más recursos a algunos de los otros dos.⁶

En el conjunto de países a pesar de su diferente nivel de desarrollo material la lucha contra el analfabetismo ha sido y sigue siendo un aspecto mayor de los programas de desarrollo humano y a favor de la adquisición de los derechos humanos. La erradicación del analfabetismo y la adquisición, no exclusiva pero si fundamentalmente, de unas capacidades de expresión oral, escrita y lectoral conforman los objetivos fundamentales de los primeros ciclos escolares. Los países avanzados en términos de índice de desarrollo humano, dedican importantes cantidades de recursos a la educación y, muy especialmente a la educación primaria. En términos de PIB de cada uno de los países, el gasto en educación, en el período 2002-05, representaba el 8,1% y el 3,6%; y, entre el 9,8 y el 20,9% del gasto público. En España estos porcentajes eran, respectivamente, del 4,3% y 11%, y Francia 5,9 y 10,9% (Tabla 1).

Una parte significativa del gasto en educación se destina a la educación infantil y primaria. En el período 2002-05, España consagra aproximadamente el 39% del gasto educativo; Francia el 31%, Islandia el 40% y Estados Unidos el 28%. En estos niveles la adquisición de las habilidades lingüísticas constituye un elemento básico de la tarea educativa. De acuerdo con el *Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación primaria* (BOE, viernes 08/12/2006), en España “la finalidad de la Educación primaria es proporcionar a todos los niños y niñas una educación que permita afianzar su desarrollo personal y su propio bienestar, adquirir las habilidades culturales básicas relativas a la expresión y comprensión oral, a la lectura, a la escritura y al cálculo, así como desarrollar habilidades sociales, hábitos de trabajo y estudio, el sentido artístico, la creatividad y la afectividad.” Y, uno de los objetivos “Conocer y utilizar de manera apropiada la lengua castellana y, si la hubiere, la lengua cooficial de la Comunidad Autónoma y desarrollar hábitos de lectura”. En el caso de Francia, los dos ejes de la enseñanza primaria son el dominio del francés, por una parte, y de la educación cívica, por otra.

Las habilidades lingüísticas y la educación cívica conforman dos las temáticas que adquieren mayor presencia y relevancia (junto a la educación física y medioambiental) entre los temas incluidos en los currículos de la educación secundaria de 27 países (CIDREE, 2005)⁷. En esencia, la adquisición del lenguaje, en los tres ámbitos básicos

⁵ No obstante, las inversiones en materia lingüística pueden generar una rentabilidad social muy superior a la privada o individual.

⁶ En determinadas ocasiones muy frecuentes, la producción (o el consumo) de los tres ámbitos es una producción (consumo) conjunto.

⁷ CIDREE (Consortium of Institutions for Development and Research in Education in Europe) (2005), *Cross-curricular Themes in Secondary Education*, www.cidree.org.

antes señalados es fundamental y, por ello, las personas, las familias y las sociedades dedican cantidades importantes de recursos financieros y no financieros.

Para Breton (1998a), existen tres cuestiones en relación con el perfeccionamiento del conocimiento de una lengua materna. En primer lugar, cuál es el montante de recursos que una persona está dispuesta a dedicar a los distintos ámbitos. En segundo lugar, bajo qué forma se presentarán los rendimientos de la inversión. Por último, dónde concluye la inversión en cada uno de ellos.

La respuesta a la primera pregunta se encuentra en los recursos monetarios y no monetarios que una persona dedica a la adquisición y perfeccionamiento de cada uno de estos tres ámbitos. No se trata en modo alguno de un aprendizaje espontáneo y sin coste, pues en caso contrario la lucha contra el iletrismo y el analfabetismo no hubiese sido y no sería un objetivo de las políticas nacionales e internacionales. Por otra parte, es cierto que el proceso de perfeccionamiento de la expresión oral, escrita y de la lectura se realiza en el marco del proceso de aprendizaje escolar. Cuando se cursan diferentes asignaturas como la literatura, la historia, las ciencias e, incluso, las matemáticas, junto a unos contenidos se adquiere un dominio de los tres ámbitos lingüísticos, aunque esta adquisición sea solamente una parte de cuanto se aprende.

El coste y rendimiento de esta parte del aprendizaje depende de múltiples factores: características personales (aptitudes del estudiantes,...), la familia, el entorno, los profesores, los centros educativos. También participa la denominada “intolerancia lingüística”. Se trata de un factor que interviene particularmente en el contexto de un bilingüismo con la presencia de una lengua minoritaria. Si una lengua está socialmente considerada como “inferior”, los costes ligados a su perfeccionamiento serán superiores al tiempo que el rendimiento esperado del mismo será inferior. En esencia, el “estatus social” asociado a una lengua influye en los costes y en los rendimientos del perfeccionamiento de una lengua, particularmente en el caso de convivencia de dos lenguas.

La idea central tras la teoría de capital humano es que el *stock* de capital humano de un individuo es el resultado de una decisión de inversión, que se asemeja en este sentido al capital físico. La educación formal es el mecanismo de inversión en capital humano más relevante. La decisión en educación, como cualquier inversión, conlleva la carga de unos costes iniciales y de unos beneficios (los más inmediatos son un mayor salario y una mayor probabilidad de empleo)⁸. Desde el punto de vista del cálculo social, la educación genera un efecto positivo sobre la productividad al aumentar el nivel de capital humano de una economía. Por otra parte, también facilita el acceso a nuevas tecnologías y a las actividades derivadas. Asimismo, se debe tener en cuenta la posibilidad de generar efectos de externalidad por los cuales los trabajadores con mayor nivel de capital humano afectan positivamente a la productividad de los trabajadores con menor nivel mediante mecanismos relacionados con la interacción entre ambos. A estos efectos positivos deberían añadirse aspectos no monetarios, como los vinculados a un mayor grado de cohesión social.

Una característica diferencial del capital humano respecto a otras formas de capital es el hecho de que su acumulación se produce incorporada al individuo. Esta incorporación conlleva un grado de heterogeneidad elevado en cuanto a la evaluación

⁸ Adicionalmente, beneficios no monetarios pueden derivarse en forma de efectos sobre el grado de satisfacción (en el puesto de trabajo, etc.), sobre el nivel de salud propia y de los hijos.

del *stock* dadas las habilidades específicas (cognitivas y no cognitivas) de cada individuo.

Rango IDH	País	Gasto público en educación				Educación infantil y primaria	
		% PIB		% Gasto Público		% gasto público en educación	
		1991	2002-05	1991	2002-05	1991	2002-05
1	Islandia	..	8.1	..	16.6	..	40
2	Noruega	7.1	7.7	14.6	16.6	38	28
3	Australia	4.9	4.7	14.8	13.3	..	34
4	Canadá	6.5	5.2	14.2	12.5
5	Irlanda	5.0	4.8	9.7	14.0	37	33
6	Suecia	7.1	7.4	13.8	12.9	48	34
7	Suiza	5.3	6.0	18.8	13.0	50	33
8	Japón	..	3.6	..	9.8	..	38
9	Holanda	5.6	5.4	14.3	11.2	23	33
10	Francia	5.5	5.9	..	10.9	26	31
11	Finlandia	6.5	6.5	11.9	12.8	30	26
12	Estados Unidos	5.1	5.9	12.3	15.3
13	España	4.1	4.3	..	11.0	29	39
14	Dinamarca	6.9	8.5	11.8	15.3	..	31
15	Austria	5.3	5.5	7.6	10.8	24	26
16	Reino Unido	4.8	5.4	..	12.1	30	..
17	Bélgica	5.0	6.1	..	12.2	24	33
18	Luxemburgo	3.0	3.6	10.8	8.5
19	Nueva Zelanda	6.1	6.5	..	20.9	31	29
20	Italia	3.0	4.7	..	9.6	35	35

Tabla 1.- Gasto en educación y en educación primaria en los 20 países con mejor posición en el IDH (2007/2008)

Fuente: UNESCO, Institut for Statistics, www.uis.unesco.org

3 Idiomas y relaciones económicas internacionales

El análisis económico del idioma amplía su problemática de estudio al considerar que el aprendizaje lingüístico va, en ocasiones, más allá de la lengua materna para incluir un segundo idioma. En este caso, cabe señalar que una base importante del análisis económico del aprendizaje de una segunda lengua se apoya en la consideración que la adquisición de las habilidades lingüísticas busca una rentabilidad en torno al comercio de bienes y servicios y de factores productivos. Las transacciones entre dos economías lingüísticamente diferentes requiere la utilización de un marco lingüístico común. Las diferencias lingüísticas actúan como un obstáculo o una distancia que exige una inversión de recursos para superarlo. En este caso, las habilidades lingüísticas aparecen como un input más, necesario a la actividad económica. No obstante, del mismo modo que las exigencias en logística no son las mismas para todos los productos que intervienen en el comercio internacional, tampoco lo serán las exigencias en habilidades lingüísticas.

Este tipo de consideración llevaría a pensar que, *ceteris paribus*, los intercambios comerciales deberán ser más intensos entre las economías que pertenecen a una misma

comunidad lingüística. Por ejemplo, los intercambios de Quebec con los países francófonos tendrían que ser importante cuantitativamente, al igual que las comunidades germánicas, francófona e italiana de suiza con respecto a Alemania o Austria, Francia e Italia, respectivamente; o entre Alemania y Austria.

3.1 Lenguaje y relaciones económicas internacionales

Desde una perspectiva analítica, cabe resaltar que el estudio *empírico* de los nexos entre lengua y comercio se ha basado principalmente en la utilización de modelos gravitatorios. Estos modelos incorporan, entre sus variables explicativas del intercambio entre países, el idioma común. No obstante, a la hora de establecer las variables que inciden en las relaciones económicas internacionales, sean éstas de naturaleza comercial o de inversiones, la primera variable explicativa a tener en cuenta es la participación conjunta de dos o más países en un área de integración económica. La pertenencia a un mismo proceso favorece los intercambios comerciales como consecuencia del desmantelamiento de los mecanismos de protección comercial.

Una cuestión que se plantea es si la pertenencia a un área de integración económica (AIE) intensifica los intercambios económicos de manera significativa más allá de los que resultaría de la pertenencia a un área “natural” de intercambios (ANI). Ésta última estaría determinada por la proximidad geográfica, la existencia de fronteras comunes, la presencia de una misma lengua, una historia común (Frankel *et al.*, 1995)⁹.

Los trabajos realizados apuntan al hecho de que los países que participan en los procesos de integración europeo y latinoamericano presentan un sesgo en sus relaciones económicas exteriores mayor del que cabría esperar a partir de su pertenencia a un área natural de integración. En cambio, en el caso de Norteamérica y de Asia, la formación de respectivas área de integración económica no ha impulsado significativamente las relaciones económicas más allá de los que resultaría de su pertenencia a un área natural de integración.¹⁰

Thornton y Goglio (2002)¹¹, en un estudio relativo al comercio en el sudeste asiático, consideran el idioma entre las diferentes variables explicativas del mismo. Éste se introduce como variable representativa de las diferencias culturales entre los países que comercian. El objetivo es analizar el efecto de la cercanía geográfica y de otras variables a la hora de determinar los patrones de comercio entre los países del sudeste asiático. Concluyen que el mayor tamaño de las economías, la proximidad geográfica, el idioma común, las reexportaciones, así como la creación del proyecto de integración del ASEAN, han sido factores positivos que han estimulado entre 1986 y 1996 (período de estudio) el comercio intra-regional de la zona.

La inclusión de las instituciones en el análisis económico se ha producido sobre todo a partir de la consideración de los costes de transacción y de su incidencia en el funcionamiento de las instituciones. No obstante, una parte significativa de estos análisis se han centrado en el papel que en el funcionamiento de los mercados o como incentivo a los intercambios económicos desempeñan factores como la calidad

⁹ Frankel, J. A., E. Stein & S. J. Wei (1995), « Trading Blocs and the Americas: The Natural, the Unnatural and the Super-natural », *Journal of Development Economics*, vol. 47, pp. 61-95.

¹⁰ El conjunto de trabajo concluye que el establecimiento de un área de integración económica tiene efectos positivos sobre el comercio intra-área. Un resultado que conduce a la constatación de los procesos de integración puesto que éste es el objetivo de los mismos. Otra cuestión distinta es cuál es el grado del impacto de la integración sobre los intercambios.

¹¹ Thornton, J. & A. Goglio (2002), « Regional Bias and Intra-regional Trade in Southeast Asia », *Applied Economics Letters*, vol. 9, n.º. 4, pp. 205-20.

institucional (“good governance”), el cumplimiento de la ley, el grado de transparencia y de corrupción. Noguer y Siscart (2003)¹² incorporan una variable de control político, la “unión política”, esto es la unión que mantienen algunos países con sus territorios *de ultramar*, como lo eran, por ejemplo, los territorios de Gran Bretaña (Bermuda, Hong-Kong) y Francia (Nueva Caledonia) en 1990. El resultado de su estimación muestra cómo esta “unión política” estimula los flujos comerciales entre dos países más de un 115 por 100.

Compartir una lengua, una religión o unos vínculos históricos determinados –una cultura, podría decirse de modo sintético– son factores que potencian igualmente el comercio entre dos países. Así se evidencia en aquellos trabajos que han considerado la *cercanía cultural* como un determinante de los flujos comerciales en los modelos gravitatorios (Boisso y Ferrantino, 1997; De Groot *et al.*, 2004; Frankel, 1997; Frankel y Rose, 2002; Geraci y Prewo, 1977; Narbona, 2005)^{13 14}.

Helliwell (1999)¹⁵ obtiene que una lengua común entre dos países tenga un efecto positivo sobre el volumen de su comercio¹⁶. Helliwell descubre que ese *efecto lengua* es particularmente intenso en el caso del inglés –esto es, de los países en que es la lengua dominante: su comercio será un 130 % 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 once países más atrasados, entre ellos cuatro iberoamericanos: Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela¹⁷.

Con todas estas cautelas metodológicas, puede afirmarse que la importancia de un idioma común como estímulo del comercio entre países es tal que, incluso en algunos trabajos cuyo objetivo inicial era identificar la relevancia de otras variables económicas, y no el idioma en sí, se ha evidenciado que esta cercanía lingüística era más fuerte, como elemento de atracción, que la propia variable a contrastar. Así por ejemplo, Narbona (2005) concluye que la afinidad cultural –aproximada por la lengua– estimula el comercio en torno al 150%, y la pertenencia al mismo bloque tan sólo en un 10%. La

¹² Noguer, M. & M. Siscart (2003), « Language as a Barrier to International Trade? An Empirical Investigation », *Second Job-Market Paper*.

¹³ Boisso, D. & M. Ferrantino (1997), « Economic Distance, Cultural Distance, and Openness in International Trade: Empirical Puzzles », *Journal of Economic Integration*, vol. 12, nº 4, pp. 456-84; De Groot, H. L. F., G. J. Linders, P. Rietveld & U. Subramanian (2004), « The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns », *Kyklos*, vol. 57, nº 1, pp.103-24; Frankel, J. A. (1997), *Regional Trading Blocs in the World Economic System*, Institute for International Economics, Washington, D.C.; Frankel, J. A. & A. Rose (2002), « An Estimate of the Effect of Common Currencies on Trade and Income », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 117, Nº 2, pp. 437-66; Geraci, V. J. & W. Prewo (1977), « Bilateral Trade Flows and Transport Costs », *Review of Economics and Statistics*, vol. 59, pp. 67-74; Narbona, A. (2005), « Determinantes de los flujos comerciales. Evidencias gravitacionales para el caso del Mercosur », *VII Reunión de Economía Mundial*, Universidad Complutense, Madrid.

¹⁴ En todos estos casos, se han utilizado variables dicotómicas que toman el valor *uno* en caso de compartir estos vínculos, y *cero* en caso contrario. Y, así, el hecho de compartir un mismo idioma, pertenecer a un mismo bloque regional, profesar la misma religión o haber estado vinculados históricamente por lazos coloniales –ya sea porque los países en cuestión hayan mantenido una relación colonial, o bien porque hayan compartido un mismo país colonizador–, esto es, cuando las *dummies* “culturales” toman el valor *uno*, son factores que potencian los flujos comerciales bilaterales entre los países, obteniéndose coeficientes positivos (obviamente, con resultados diversos según los casos y los trabajos) en las ecuaciones de gravedad estimadas.

¹⁵ Helliwell, J. (1999), « Language and Trade », en A. Breton (ed.) (1999), *Exploring the Economics of Language*, New Canadian Perspectives, University of Toronto, Ottawa, pp. 5-30.

¹⁶ Este autor que incorpora a su modelo, además de la lengua común y la pertenencia a bloques comerciales, otras dos variables ficticias como la “lejanía relativa” (o *remoteness*) y el “efecto frontera”.

¹⁷ No obstante, se trata de una muestra muy reducida para extraer conclusiones significativas.

aportación de estos factores es positiva en cualquiera de las especificaciones empleadas en el modelo, actuando ambos, *lengua común* y *desarme arancelario*, como motores de los intercambios comerciales bilaterales. Con todo, destaca muy notablemente el hecho de compartir un idioma. Idéntica conclusión alcanza Martínez Zarzoso et al. (2003)¹⁸, evidenciando la importancia que ejercen los lazos culturales en el comercio internacional” entre Iberoamérica y Europa.¹⁹

3.1.1 La lengua y los factores culturales

Los trabajos de Guiso, Sapienza y Zingales (2004 y 2006)²⁰, centrados en la relación entre cultura y comercio, añaden otros matices de interés a esta perspectiva. Parten, para ello, de examinar empíricamente el grado de confianza de los ciudadanos de unos países en los de otros, comprobando que éste tiene que ver con las características objetivas de cada país, pero también con aspectos culturales como la religión, los conflictos históricos previos o las similitudes étnicas. Y obtienen que hay una relación directa entre los niveles de confianza mutuos y el intercambio internacional en sus diversas formas, del comercial al financiero, y tanto de inversiones directas como de cartera, resultado que aparece particularmente robusto cuando esa confianza es instrumentada con sus determinantes culturales. Concluyen, así, que “la cultura desempeña un papel esencial en la conformación de la confianza, más allá de lo que las consideraciones objetivas justificarían”, de tal modo que “las percepciones enraizadas en la cultura son determinantes importantes (y generalmente omitidos) del intercambio económico”. También, Jiménez y Narbona (2008)²¹, consideran que la lengua común es un elemento esencial para trenzar la confianza, el capital social, no sólo dentro de una comunidad nacional, sino a escala internacional.²²

4 El español en los flujos de comercio internacional

El apartado anterior ha mostrado una serie de factores y variables relativos a la relación entre lengua común y comercio bilateral entre países. Conviene ahora indagar en el papel que esta relación juega en el caso de lenguas concretas, en particular, el caso del español en relación con el inglés. Se trata de idiomas abarcan condominios lingüístico dispares, no sólo en tamaño, sino también por algunas de sus características concretas. El español se encuentra muy concentrado geográficamente en el subcontinente americano; lo que añade a la ventaja de la lengua común, la proximidad geográfica y, en ocasiones, la existencia de fronteras comunes. En el caso del inglés, éste está más disperso, y cuenta con la dificultad añadida de una fuerte implantación en países en que no es la primera lengua oficial, además se trata de la segunda lengua para

¹⁸ Martínez-Zarzoso, I., M. Cantavella Jordá & J. I. Fernández Guerrero (2003), « Estimación y aplicaciones de una ecuación de gravedad para el comercio atlántico de la Unión Europea », *Información Comercial Española*, nº 806, pp. 23-32.

¹⁹ Sin embargo, posteriormente introduciremos ciertas matizaciones a este respecto (*infra*).

²⁰ Guiso, L., P. Sapienza & L. Zingales (2004), « Cultural Biases Economic Exchanges », *NBER Working Paper*, nº 11005 ; Guiso, L., P. Sapienza y L. Zingales (2006), « Does Culture Affect Economic Outcomes? », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 20, nº 2, pp. 23-48.

²¹ Jiménez, J.C & A. Narbona (2008), « El español en el comercio internacional », Documento de Trabajo 10/08, Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

²² En una línea complementaria de las anteriores, Stulz y Williamson (2001) han estudiado la relación que existe entre religión, lengua y grado de cumplimiento de las normas legales en cada país, concluyendo que hay una estrecha relación entre estas variables.

una gran parte de la humanidad, y, sobre todo, el gran idioma, *lingua franca*, de los negocios internacionales (Jiménez y Narbona, 2008).

Un aspecto relevante a la hora de establecer la importancia de una lengua en el comercio internacional es la dimensión del mercado. Ésta remite al tamaño de los mercados y está constituida por dos aspectos: el tamaño demográfico y el poder de compra medio per cápita. En términos generales, la capacidad de compra media de los hablantes de una y otra lengua. En promedio el nivel de vida de los países anglófonos es superior al de los hispanohablantes. Esto conduce a una mayor importancia del comercio exterior de los primeros respecto a los segundos y que pueden convertirse en una mayor intensidad de intercambios.

De acuerdo con la especificación realizada por Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona (2008) (controlados los otros factores incluidos en el modelo), compartir el español aumenta el comercio bilateral en un 286 %, en tanto que compartir el inglés lo hace *sólo* en un 237%²³. Parece, pues, que el idioma común es una variable más importante para explicar el comercio bilateral entre los países de habla hispana que entre los anglosajones.²⁴

La razón de este mayor peso diferencial del español –respecto del inglés– como determinante del comercio entre los países que lo hablan como lengua oficial puede deberse a que en los países anglosajones considerados en la muestra, (varios de ellos de muy alto nivel de renta *per cápita* y con otras muchas afinidades culturales), la lengua es una variable menos decisiva, proporcionalmente, que en los países hispanos. Éstos, por lo común de un nivel de renta intermedio-bajo a escala internacional, tienen en la lengua un poderoso argumento comercial y reductor de sus costes de transacción.

En opinión de Jiménez y Narbona (2008) ,pareciera, pues, como si los países anglosajones estuvieran llamados a comerciar, dadas sus características económicas e institucionales, con independencia, casi, de la lengua que les une; en tanto que los países hispanos, a falta de otros factores reductores de los costes de transacción y estimuladores de los intercambios, más allá de los que les proporciona la contigüidad geográfica, no tuvieran otro acicate como fundamento de sus relaciones comerciales que no fuera el de su lengua común. Por más que todo esto exija mayor profundización y estudio, no debe dejar de subrayarse que la lengua tiene que ser una ventaja añadida a las que el progreso económico y la calidad institucional suponen para el comercio, no algo que las reemplace.

5 El español y las relaciones económicas franco españolas

Es difícil establecer la correspondencia entre proximidad lingüística e intensidad de las relaciones económicas internacionales. En el caso de Francia y España, ambos países tienen como principales socios comerciales (clientes y proveedores) países próximos desde el punto de vista geoeconómico, pero no comparten con ellos la misma lengua. Así, por ejemplo los intercambios de España se concentran en Europa (70%) y son mayoritariamente intercambios intracomunitarios (Unión Europea y, muy

²³ En ambos casos, manteniendo un altísimo grado de significatividad estadística, y también sensiblemente por encima de lo que suponía la variable genérica *Lang*, de donde cabe deducir la destacada importancia comercial de ambas lenguas.

²⁴ En su trabajo, Jiménez y Narbona (2008) consideran, además de la lengua, otras variables capaces de captar la afinidad cultural e histórica solapada a la lingüística, con el fin de que no todo se le atribuya a la lengua.

especialmente, la eurozona). El principal socio comercial de España es Francia, seguido de Alemania, Italia, Reino Unido y Portugal. En cambio, con los países hispanohablantes, los intercambios comerciales son de menor intensidad. Con México realiza España un 1,4 % de sus intercambios comerciales y con Argentina un 0,5%. Ambos países ocupa las posiciones 14 y 33, respectivamente, del ranking de socios comerciales. De hecho, la mayor intensidad de los intercambios de España con los países miembros de la UE es lógico dada la intensidad del proceso de integración europeo. Es cierto que existen acuerdos comerciales entre España-UE y los diferentes países y procesos de integración de América Latina, pero estos no tienen la misma intensidad que el intraeuropeo. Además, los costes de transporte son significativamente superiores en el caso de América Latina, dada la mayor distancia física. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que los intercambios comerciales con Brasil (0,8% del total) son más importante de los que España mantiene con otros países latinoamericanos castellanoparlantes como Argentina o Chile.

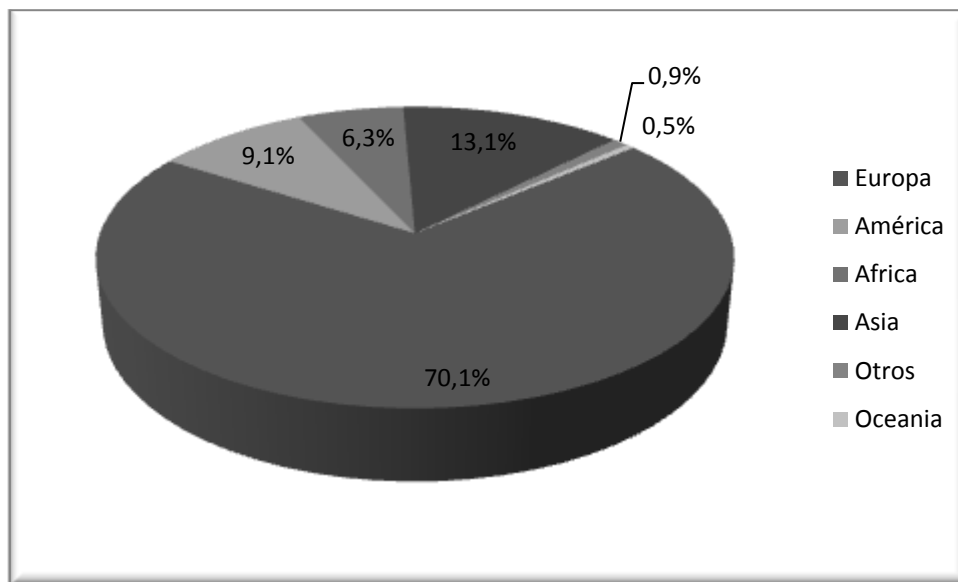


Gráfico 1.- Comercio exterior de España, 2005 (Importaciones más exportaciones sobre el total)

Fuente: elaboración propia a partir del INE, www.ine.es

Comercio exterior de España, 2005	
Importaciones y exportaciones de mercancías (% sobre el total)	
FR Francia	16,1%
DE Alemania	13,4%
IT Italia	8,5%
GB Reino Unido	6,8%
PT Portugal	5,8%
NL Países Bajos	3,7%
US Estados Unidos	3,6%
CN China	3,4%
BE Bélgica	3,0%
JP Japón	1,8%
RU Rusia	1,6%
CH Suiza	1,5%

TR Turquía	1,4%
MX México	1,4%
DZ Argelia	1,4%
SE Suecia	1,2%
IE Irlanda	1,1%
MA Marruecos	1,1%
KR Corea del Sur	0,9%
NG Nigeria	0,9%
NO Noruega	0,8%
AT Austria	0,8%
BR Brasil	0,8%
SA Arabia Saudita	0,8%
PL Polonia	0,8%
DK Dinamarca	0,7%

LY Libia	0,7%
CZ República Checa	0,6%
GR Grecia	0,6%
HU Hungría	0,6%
IN India	0,5%
FI Finlandia	0,5%
AR Argentina	0,5%

IR Irán	0,5%
ZA Sudáfrica	0,5%
CA Canadá	0,4%
ID Indonesia	0,4%
EG Egipto	0,4%
CL Chile	0,4%
TW Taiwán	0,4%

Tabla 2.- Comercio exterior de España, 2005

Fuente: www.ine.es

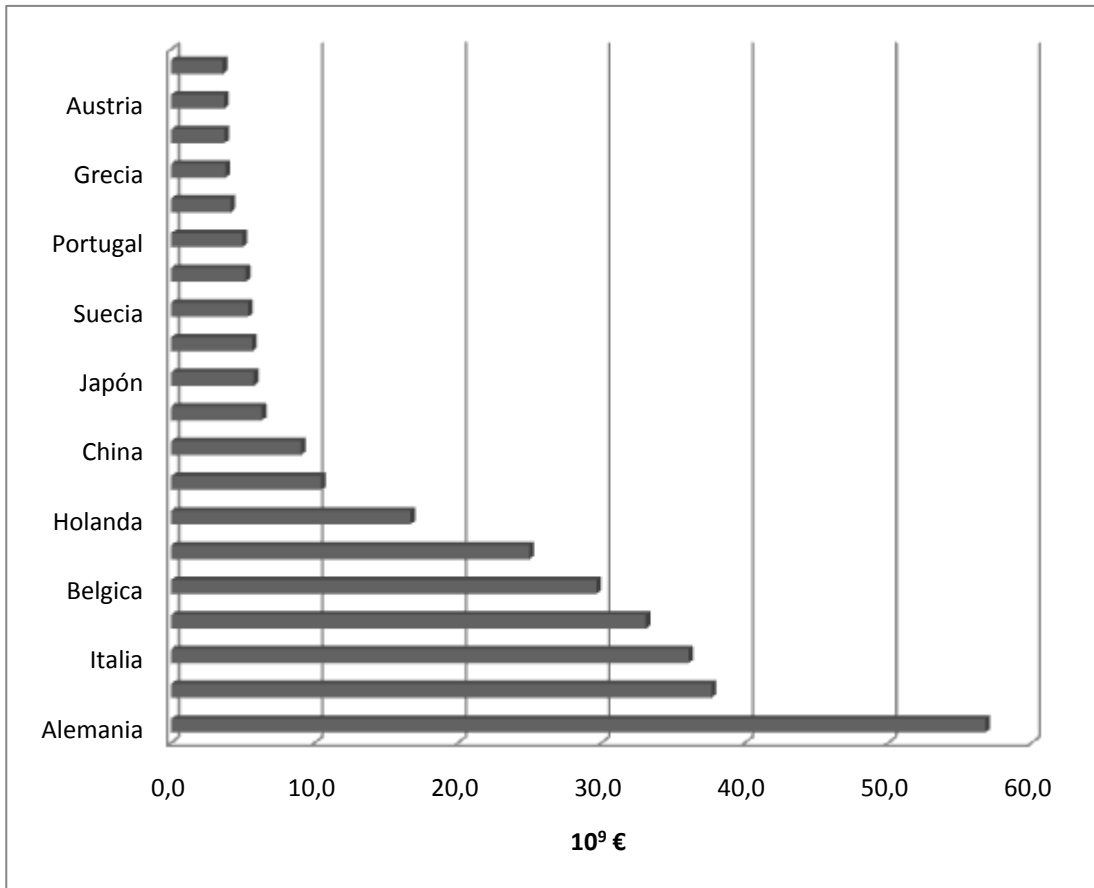


Gráfico 2.- Los 20 principales clientes de Francia (2007)

Fuente: elaboración propia a partir de Insee, www.insee.fr

En el caso de Francia, Bélgica y Suiza (países parcialmente francófonos) aparecen en posiciones destacadas tanto como clientes que como proveedores. No obstante, se trata de países donde existen diferentes comunidades lingüísticas. No se ha podido disponer de los datos al nivel de regiones lingüísticas para poder determinar con precisión la influencia de la variable lingüística. Sin embargo, sí que cabe concluir que no parece ser el factor determinante de la orientación geográfica del comercio exterior francés (Gráfico 2 y Gráfico 3).

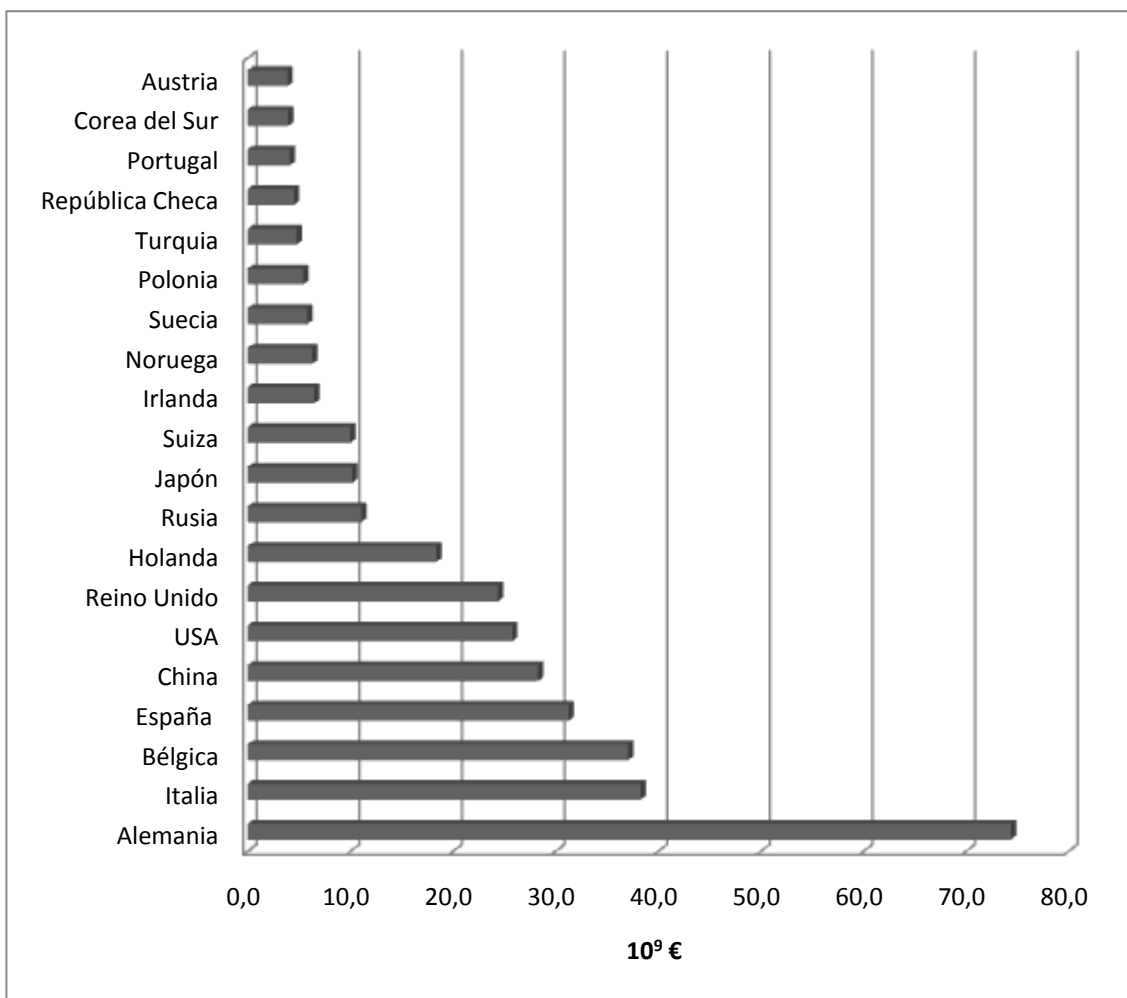


Gráfico 3.- Los 20 principales proveedores de Francia (2007)

Fuente: elaboración propia a partir de Insee, www.insee.fr

Respecto a los flujos de inversión directa exterior, hay que tener en cuenta que en el caso de Francia, la práctica totalidad del stock de IDE entrante procede de países avanzado (96%). Más de la mitad de los mismos proceden de la zona euro (58,6% del stock existente a finales de 2005). Y, los países de la UE que no forman parte de la zona euro representaban el 17,7% del stock. Prácticamente dos tercios del stock de inversión directa extranjera entrante corresponde a cinco países: Reino Unido (15,8%), Países Bajos (14,9%), Estados Unidos (11,2%), Bélgica (11,1%) y Alemania (10,9%). Entre 2005 y 2006, España paso de representar el 3,3% al 4,1 % del stock de IDE entrante. Respecto al destino de la inversión directa exterior de Francia, o IDE saliente, el principal destino es la zona euro, especialmente Bélgica (9,3% del flujo de IDE saliente en 2006), seguido de Alemania (9,0%), Italia (4,2%), España (3,8%), Irlanda (2,4%). Fuera de la zona euro, destacan Estados Unidos (17,8%), Suiza (4,7%) y Japón (2%)²⁵.

En el caso de España, el patrón geográfico de las inversiones directas españolas mantiene diferencias significativas con el correspondiente a las transacciones mundiales de IDE. En la segunda mitad de los años noventa, la proyección internacional de la inversión empresarial española en el exterior se ubicó primordialmente en el mercado latinoamericana, que llegó a concentrar el 45% de las transacciones españolas de IDE.

²⁵ No obstante, una parte importante de los flujos de IDE saliente se corresponden a inversiones del propio grupo multinacional.

Esta orientación geográfica se explica básicamente por la expansión en nuevos mercados, aprovechando la privatización de empresas públicas, la liberalización de algunos sectores de actividad que tuvo lugar en esos años y el acceso a determinadas materias primas y recursos naturales relevantes para el desarrollo de la actividad de las empresas del sector eléctrico. Sin duda alguna, la cercanía cultural con este mercado desempeñó también un papel importante (Gordo *et al*, 2008; p. 97)²⁶, pero difícil de determinar en este contexto.

Durante los noventa, el segundo mercado de destino de las inversiones españolas en fueron los países de la UE 15 (casi un 40% de los flujos de IDE, porcentaje similar al observado a nivel mundial). En cambio, la importancia de Estados Unidos como destino de los flujos españoles de IDE fue significativamente inferior a la observada en el conjunto del mundo (Gordo *et al*, 2008).

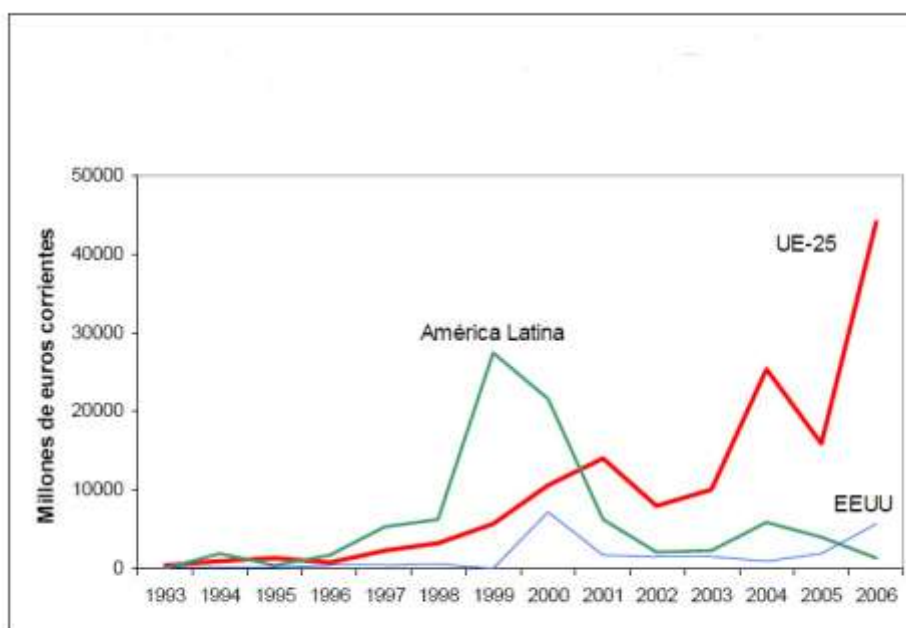


Gráfico 4.- Flujos netos de Inversión Directa Española en el Extranjero (descontando el capital en tránsito)

Fuente: www.mcx.es

Entre 2001 y 2006 se aprecian cambios importantes en el patrón de distribución geográfica de la IDE. Por una parte, el proceso de inversión de las empresas españolas en los mercados latinoamericanos ha perdido dinamismo, condicionado por el elevado nivel alcanzado (en 2006, el *stock* de IDE española en Latinoamérica supuso más del 17% del total en esta región), el agotamiento de buena parte del proceso de privatización de empresas públicas, el impacto negativo que supusieron las crisis económicas y financieras de principios de la presente década y la incertidumbre regulatoria que se produjo en algunos de estos casos. En cambio, se ha aumentado la inversión en los mercados europeos, impulsada por las inversiones en la zona del euro y, especialmente, en el Reino Unido, destino de importantes operaciones de inversión.

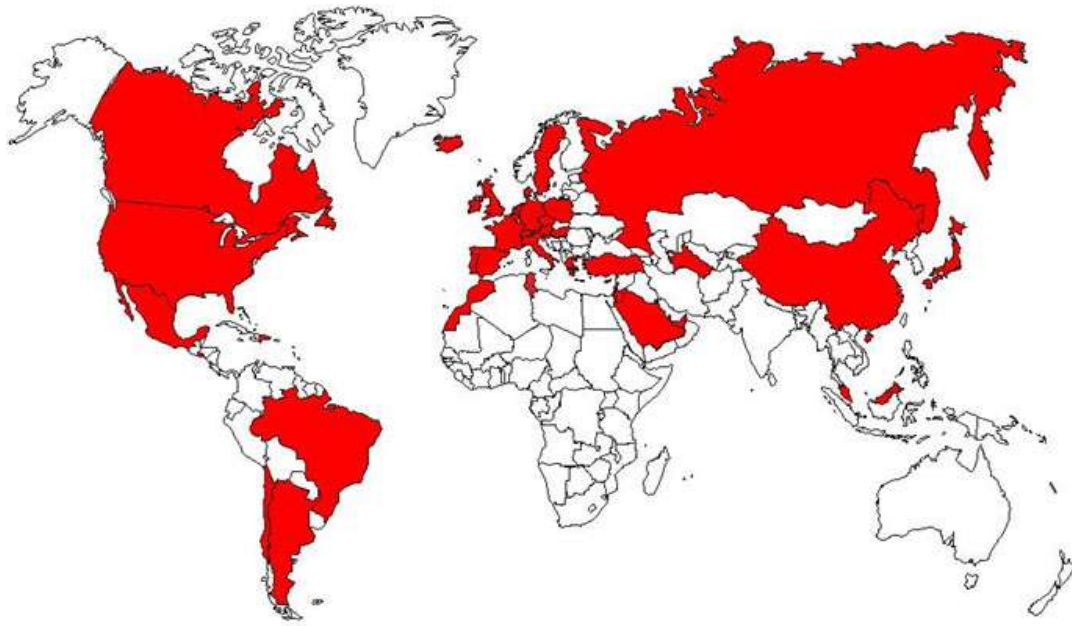
²⁶ Gordo, Esther; Martín, César & Tello, Patrocinio (2008), « La internacionalización de las empresas españolas a través de la inversión extranjera directa », *Boletín económico*, Banco de España, Enero, 2008, pp. 92-103.

Como resultado, el peso relativo de Latinoamérica en el total de la IDE española en el exterior descendió hasta situarse en torno al 15% en el promedio del período 2001-2006 (un porcentaje que dobla el observado a nivel del resto del mundo), mientras que la relevancia de la UE 15 como destino inversor en el total de la IDE española supera ampliamente el papel de esta zona como receptora de los fondos globales de IDE (por encima del 66% y por debajo del 40%, en promedio, en el período 2001-2006, respectivamente). Por su parte, Estados Unidos sigue mostrando un peso relativo inferior al observado como receptor de capitales en las transacciones mundiales de IDE (Gráfico 4).

Destaca, por último la reducida presencia española en las áreas emergentes, particularmente las asiáticas. No obstante, aunque la importancia de China en el total de las inversiones directas españolas en el exterior es muy reducida, la presencia de otras economías europeas tampoco es particularmente elevada en términos relativos. Durante los últimos años se aprecia una clara tendencia creciente de las inversiones españolas en los últimos años. En cuanto a los nuevos países miembros de la UE, la importancia de España en esta región como país inversor es menor que la de otras economías de la zona del euro, como Alemania, los Países Bajos, Austria y Francia, que son el origen de la mayoría de las inversiones en dicha área.

La menor orientación de las empresas españolas hacia las economías asiáticas emergentes y hacia los nuevos miembros de la Unión está condicionada tanto por la lejanía geográfica y la ausencia de lazos culturales como por el patrón de especialización de ambas áreas, que es diferente al que ha venido mostrando la IDE española. Así, la afluencia de IDE hacia China se centra principalmente en los sectores industriales, atraída, entre otros factores, por las ventajas derivadas de los reducidos costes de mano de obra y el gran tamaño del mercado nacional. Por su parte, las inversiones directas dirigidas hacia los nuevos países miembros de la UE tienen un carácter diverso, impulsadas por las ventajas que ofrecen estos países como plataformas de exportación, derivadas de la integración comercial y económica en la UE, y de su proximidad geográfica al centro de la Unión (especialmente, a Alemania), así como por la existencia de capital humano cualificado a un coste relativamente bajo. También han contribuido al incremento de las inversiones directas los programas de privatización ligados al proceso de integración europea.

La insuficiente capacidad tecnológica, el reducido tamaño empresarial, la corta tradición en los mercados internacionales, determinadas deficiencias organizativas de las empresas, así como la baja motivación a la movilidad internacional del capital humano español, explican la débil presencia de España en los mercados emergentes. También el escaso dominio de los idiomas y la lejanía cultural pueden constituir un factor limitativo de la inversión española en estos mercados. No obstante, existen determinadas excepciones como es el caso de Inditex.



Mapa 1.- Inditex en el mundo (2006)

Fuente: Alonso, M., Furió, E. & Birabent, Ch. (2008), *Panorama de l'Espagne contemporaine*, Paris, Ellipses.

Para profundizar en la importancia de los factores lingüísticos, abordaremos en el siguiente apartado el estudio del español en Francia. Hubiese sido natural abordar el estudio del francés en España y su relación con el comercio franco-español; sin embargo, en la enseñanza reglada en España, la presencia del estudio de otros idiomas diferentes al inglés es muy limitada. En cambio en Francia, se observa durante los últimos años una fuerte expansión del estudio del español.

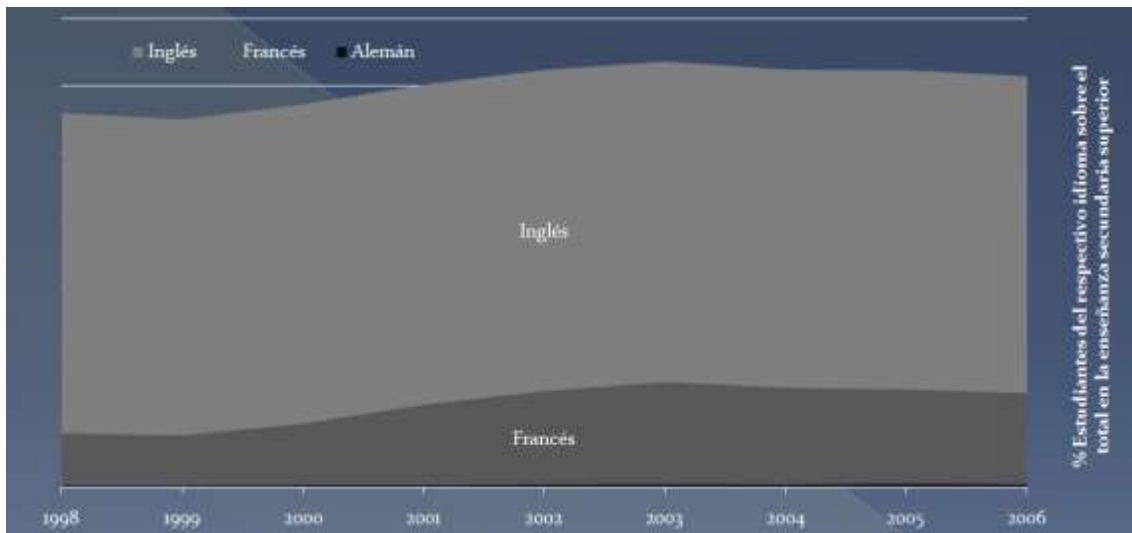


Gráfico 5.- Aprendizaje de idiomas en España (1998-2006)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Educación, Política Social y Deportes, www.mepsyd.es

Sin embargo, podemos hacernos la pregunta de cuál es la influencia de estos intercambios en la presencia de las correspondientes lenguas a nivel de los estudios de idiomas.

6 El estudio del español en Francia

Si la Unión Europea es el centro de la geografía del comercio exterior español también constituye uno de los primeros mercados culturales para la lengua y la cultura españolas. En Europa existen más de 130 departamentos de español o donde la lengua se enseña y, aún cuando el inglés y el francés cuentan con una mayor demanda, en algunos países se observa, desde hace algunos años, una fuerte expansión de la demanda por aprender español. El interés por el español en Europa es especialmente importante en Francia y Alemania (Alonso, Furió & Birabent, 2008).

En Alemania, el español supera al francés en términos de los departamentos de filología románica. En lo que respecta a la enseñanza media ya hay más de 2 millones de alumnos, lo que posiciona al castellano como tercer lengua extranjera más estudiada, detrás del inglés y el francés. Sin embargo, mientras que estas últimas no aumentan, el estudio del español lo hace a gran velocidad, hasta el extremo de haber superado al ruso (que tradicionalmente ocupaba el tercer puesto en el rango de lenguas extranjeras) y haberse convertido, para el caso de algunos länder, en la segunda lengua del recorrido educativo escolar.

De hecho, Alemania es el tercer país europeo en términos de la acción exterior del Ministerio de Educación español. Cuenta con 3.902 alumnos en centros educativos españoles en el extranjero. Una cifra ligeramente superior a la de Bélgica, pero inferior a la de Suiza, con 5.296 alumnos en el curso académico 2007-2008, año en que Francia contaba con 6.224 alumnos (Tabla 3).

CUADRO GENERAL POR PAÍSES				
ACCIÓN EDUCATIVA				
CURSO 2007-2008				
PAÍSES	ALUMNOS		PROFESORES	
	TOTAL	%	TOTAL	%
ALEMANIA	3902	10,5%	47	3,9%
ANDORRA	1199	3,2%	107	8,8%
AUSTRALIA	526	1,4%	12	1,0%
BELGICA	3585	9,7%	54	4,4%
BRASIL	1949	5,2%	160	13,2%
ESTADOS UNIDOS	2895	7,8%	47	3,9%
FRANCIA	6224	16,8%	132	10,9%
ITALIA	1911	5,1%	61	5,0%
LUXEMBURGO	696	1,9%	18	1,5%
MARRUECOS	4723	12,7%	353	29,1%
PAÍSES BAJOS	824	2,2%	9	0,7%
PORTUGAL	1039	2,8%	79	6,5%
REINO UNIDO	2356	6,3%	71	5,8%
SUIZA	5296	14,3%	65	5,3%
Total muestra	37125	100,0%	1215	100,0%

Tabla 3.- Acción exterior del ministerio de Educación en favor del español (curso académico 2007-08)

Fuente: elaboración propia a partir del Ministerio de Educación, Política Social y Deportes, Madrid, www.mepsvd.es

La situación de Francia es particularmente importante para la difusión internacional del español. Se trata de un país próximo, principal socio comercial de España, además ha sido el principal destino de la inmigración española de los años cincuenta y sesenta.

A estos tres elementos hay que añadir que España desarrolla en Francia un gran volumen de actividades educativas y culturales y de sus principales programas exteriores. Por ello, Francia cuenta con varios centros docentes, secciones españolas internacionales y agrupaciones de Lengua y Cultura. Estos cuatro rasgos podrían justificar la existencia de un contexto especialmente favorable para el español. Sin embargo, la realidad es más compleja y requiere la consideración de factores propios del español y factores enteramente franceses.

En la actualidad, la presencia del español en Francia no está exclusivamente vinculada a los descendientes de la inmigración española. Se trata de terceras y cuartas generaciones que están fuertemente integrados en la sociedad y la cultura francesas. De modo que puede considerarse que el alumnado de español no se nutre de los nietos de los españoles, sin que ello quiera decir que éstos no ocupan parte de los pupitres.

En cambio, las características del sistema educativo francés juegan un papel, sino determinante, sí facilitador de la implantación del español. En comparación con el sistema español, las lenguas extranjeras tienen una mayor presencia en el conjunto de los niveles de la enseñanza desde la primaria hasta la universidad y en las diferentes orientaciones educativas (con carácter profesional o no).

Este contexto favorable al aprendizaje de dos lenguas extranjeras ha hecho posible que el español adquiera una importante presencia en la escuela francesa. La promoción del estudio de las lenguas extranjeras es un objetivo prioritario del gobierno francés cuya meta es que los alumnos dominen dos lenguas vivas al acabar la enseñanza secundaria. De esta forma, en la enseñanza primaria se ha consolidado desde 2004 el estudio de lenguas extranjeras. El inglés es la primera lengua estudiada (82%), le sigue el alemán (11,5%) y el español (2%). En la enseñanza secundaria francesa, el inglés sigue ejerciendo un claro dominio como primera lengua con un 90% de los alumnos, el alemán concentra menos de un 8% de alumnos y el español se sitúa en torno al 1-1,3%.

Alumnos de Secundaria distribuidos según la lengua extranjera elegida en primer lugar (LV1)					
CURSO	2004-05				
	Alemán	Inglés	Español	Italiano	Otras
Sixième	9,7%	87,6%	1,9%	0,4%	0,4%
Cinquième	9,0%	88,5%	1,8%	0,3%	0,3%
Quatrième	7,5%	91,6%	0,7%	0,1%	0,1%
Troisième	7,7%	91,4%	0,7%	0,1%	0,1%
Total Primer ciclo	8,5%	89,8%	1,3%	0,2%	0,2%
Seconde	8,2%	90,9%	0,6%	0,1%	0,2%
Première	8,1%	90,8%	0,9%	0,1%	0,2%
Terminal	8,4%	90,3%	1,0%	0,1%	0,2%
Total Segundo ciclo General y Tecnológico	8,2%	90,7%	0,8%	0,1%	0,2%
Total Segundo ciclo Profesional	2,6%	95,2%	2,1%	0,1%	0,0%
Total Segundo grado	7,6%	90,7%	1,3%	0,2%	0,2%

Tabla 4.- Distribución de los alumnos de secundaria en función de la primera lengua extranjera de estudio en Francia (curso académico 2004-05)

Fuente: Ministerio de Educación y Ciencia (2007), *El mundo estudia español*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, Subsecretaría General de Cooperación Internacional.

En la secundaria francesa, además de la primera lengua extranjera de la primaria, se introduce una segunda lengua. El español destaca en este segmento y desde los años 70 es el idioma más estudiado. La integración de España en Europa, el auge del español en Estados Unidos, así como las expectativas que crea Hispanoamérica, han contribuido a este auge. Además, el número de alumnos de esta segunda lengua ha aumentado mucho. En la actualidad un 78% de los alumnos la cursa, de los que 70% elige español, una posición de liderazgo que el español ha adquirido a costa del inglés (que ha descendido como segunda lengua al crecer como primera) y del alemán. El español es mayoritario incluso en las regiones fronterizas con Italia, ya que el italiano es cada vez más minoritario.

En Francia también se estudia una tercera lengua aunque es bastante marginal. Los alumnos que cursan una tercera lengua son escasos (99.000 en 2004-05) y además el estudio de la tercera lengua está en retroceso (14% de la población escolar, en 1990, frente a 7%, en la actualidad). En este segmento el español también tiene una posición importante concentrando un cuarto del alumnado²⁷.

Esta situación se prolonga en la Universidad en donde de 103 lenguas ofertadas, el inglés ejerce una supremacía indiscutible con 64% de los estudiantes de lengua y civilización extranjera, el español le sigue con un 30% de los efectivos y en tercer lugar el alemán con 13%. El italiano se sitúa muy por detrás con un 6% de la población. En la especialidad aplicada de LEA donde las posibilidades de elección son más restringidas (unas 20 lenguas), el 94% de los estudiantes elige inglés, el 50% español y el 25% alemán.²⁸

Alumnos de Secundaria distribuidos según la lengua extranjera elegida en segundo lugar					
CURSO	2005-06				
	Alemán	Inglés	Español	Italiano	Otras
Quatrième	12,5%	8,2%	71,5%	7,0%	0,8%
Troisième	12,7%	8,7%	71,0%	6,8%	0,8%
Total primer ciclo	12,7%	8,5%	71,3%	6,9%	0,8%
Seconde	14,7%	9,1%	69,1%	6,1%	1,0%
Première	16,1%	9,8%	67,3%	5,7%	1,1%
Terminal	17,5%	10,5%	65,5%	5,4%	1,1%
Total segundo ciclo					
general y tecnológico	16,0%	9,8%	67,4%	5,7%	1,0%
Total segundo ciclo					
profesional	11,1%	6,3%	77,4%	4,2%	1,0%
Total	14,1%	9,0%	69,7%	6,3%	0,9%

Tabla 5.- Distribución de los alumnos de secundaria en función de la segunda lengua extranjera de estudio, en Francia (curso académico 2004-05)

Fuente: Ministerio de Educación y Ciencia (2007)

²⁷ Aquí la competencia del italiano es más importante pues cuenta con un 40% de los alumnos. Sin embargo, en este segmento, es probable que las lenguas “tradicionales” disminuyan relativamente en beneficio de las lenguas orientales que están tomando posiciones en toda la enseñanza.

²⁸ Hay que señalar que en la enseñanza superior la presencia de las lenguas japonesa y china es más importante que en los establecimientos de enseñanza secundaria y están en neto progreso.

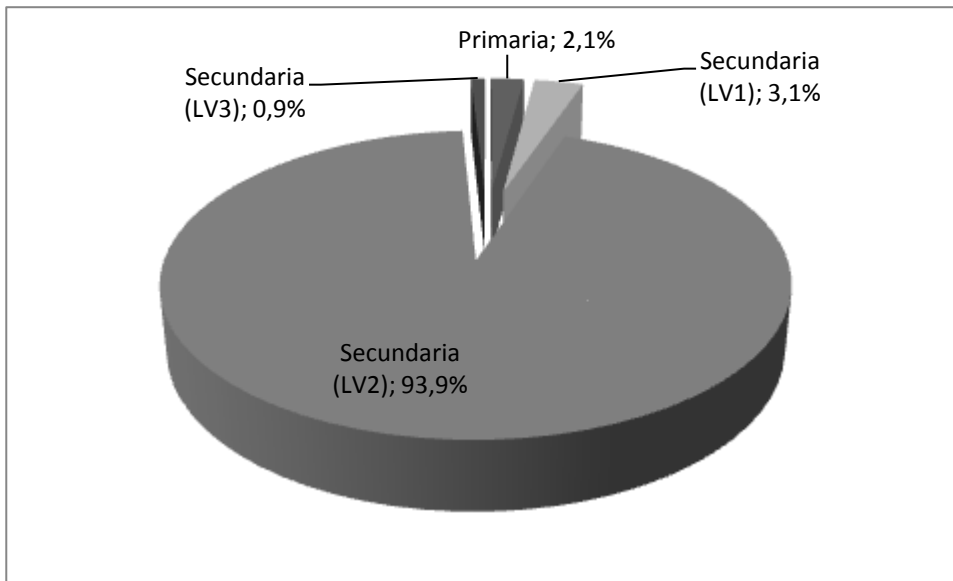


Gráfico 6.- Alumnos matriculados en español lengua extranjera en Francia (curso académico 2005-06)

Fuente: Ministerio de Educación y Ciencia (2007).

7 Nota final

A lo largo de estas páginas se han mostrado algunos elementos que participan en el análisis económico del lenguaje. Se ha explorado, en la segunda parte de este trabajo, la relación que existe entre idioma y comercio exterior. Una relación con una doble dimensión: por una parte, la cuestión de las relaciones entre flujos comerciales y pertenencia a una misma comunidad lingüística y, por otra, la relativa al comercio exterior y la dimensión internacional de un idioma. A la luz del contenido de este trabajo, en ninguno de los dos casos es posible establecer conclusiones definitivas. Hemos recensado algunos trabajos que evidencian la importancia que juega el hecho de compartir una misma lengua en la intensidad de los intercambios comerciales. Éste parece ser el caso de buena parte de los países latinoamericanos para los cuales el hecho de compartir el idioma español impulsa sus relaciones económicas. En cambio, no parece que la proximidad lingüística intervenga en la determinación de la orientación geográfica del comercio exterior de España. En este caso, variables como la proximidad geográfica, la pertenencia a una misma área de integración económica, la similitud de las estructuras productivas y consuntivas parecen adquirir una mayor importancia en el comercio exterior que la pertenencia a una misma comunidad lingüística.

En cambio, durante mucho tiempo, la internacionalización de la empresa española ha estado fuertemente orientada al continente latinoamericano, con lo cual es difícil escapar a la idea de la importancia del idioma en las estrategias de implantación internacional de las empresas españolas. Sin embargo, es difícil establecer cuál es el grado de esta importancia, dado que la similitud idiomática ha coincidido con otras variables sumamente importantes en la definición de dichas estrategias. La IDE saliente española se ha orientado hacia América Latina en el momento en que la mayoría de los países latinoamericanos llevaban a cabo políticas de liberalización, desregulación y privatizaciones. Se trata en todo los casos de factores clave en la explicación de la selección del destino de implantación de la IDE saliente española.

En la medida en que la internacionalización de la empresa española adquiere suma importancia con la llegada de las empresas a América Latina es difícil no atribuir una importancia al hecho de compartir uno mismo idioma y una mismas características culturales e institucionales. Puede avanzarse la idea que ante la incertidumbre que para una empresa supone su implantación en el exterior, el compartir un mismo idioma ayuda a reducir las incertidumbres. En este sentido, el idioma interviene como un factor importante, junto con otros, en la determinación del destino de la inversión exterior de España.

Sin embargo, para muchas empresas españolas, el deficiente grado de conocimiento de idiomas extranjeros en España sigue siendo una restricción importante a la hora de llevar a cabo su internacionalización, tanto comercial como productiva. Se trata de una restricción que puede conllevar, en muchos casos, la asunción de estrategias pasivas en la internacionalización empresarial. Del mismo modo que las exportaciones españolas han ido evolucionando desde estrategias totalmente pasivas (en las que las empresas españolas exportaban sus productos, sin marca ni inscripción en las etiquetas del origen del producto), a unas exportaciones activas (con marcas y canales de distribución propios), la falta de conocimiento de idiomas extranjeros en España podría estar posicionado a España en una situación similar a la de la época de las exportaciones pasivas, con importantes pérdidas en términos de valor añadido y rentabilidad de la implantación internacional.

8 Referencias

- Alonso, M., Furió, E. & Birabent, Ch. (2008), *Panorama de l'Espagne contemporaine*, Paris, Ellipses.
- Becker, G. (1975), *El capital humano*, Madrid, Alianza editorial, 1983.
- Becker, G. (1979), *The Economic Approach to Human Behavior*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Blaug, M. (1968), *La teoría económica actual*, Barcelona, Luis Miracle.
- Blaug, M. (1980): *La metodología de la economía o cómo explican los economistas*, Madrid, Alianza Universidad, 1985.
- Boisso, D. & M. Ferrantino (1997), « Economic Distance, Cultural Distance, and Openness in International Trade: Empirical Puzzles », *Journal of Economic Integration*, vol. 12, nº 4, pp. 456-84.
- Breton, A. (1998a), « An Economic Analysis of Languages », in Breton (ed.) (1998)
- Breton, A. (ed.) (1998), *Economic Approaches to Language and Bilingualism*, New Canadian Perspectives, Department of Public Works and Government Services Canada, www.canadianheritage.gc.ca
- CIDREE (Consortium of Institutions for Development and Research in Education in Europe) (2005), *Cross-curricular themes in secondary education*, www.cidree.org
- De Groot, H. L. F., G. J. Linders, P. Rietveld & U. Subramanian (2003), « The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns », *Tinbergen Institute Discussion Paper 2003-044/3*, Amsterdam, Tinbergen Institute.

- De Groot, H. L. F., G. J. Linders, P. Rietveld & U. Subramanian (2004), « The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns », *Kyklos*, vol. 57, nº 1, pp.103-24.
- Delgado, J.M., Ramirez, M., & Espitia, M. (2006), « Intangible Resources as a Key Factor in the Internationalization of Spanish Firms », *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 53, 2006.
- Disdier, A. C. & T. Mayer (2005), « Je t'aime, moi non plus. Bilateral Opinions and International Trade », *CEPR Working Paper*, nº. 4928.
- Frankel, J. A. (1997), *Regional Trading Blocs in the World Economic System*, Institute for International Economics, Washington, D.C.
- Frankel, J. A. & A. Rose (2002), « An Estimate of the Effect of Common Currencies on Trade and Income », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 117, Nº 2, pp. 437-66.
- Frankel, J. A., E. Stein & S. J. Wei (1995), « Trading Blocs and the Americas: The Natural, the Unnatural and the Super-natural », *Journal of Development Economics*, vol. 47, pp. 61-95.
- Furió Blasco, E. (2005), *Los lenguajes de la Economía*, Málaga, Eumed/ Universidad de Málaga.
- Geraci, V. J. & W. Prewo (1977), « Bilateral Trade Flows and Transport Costs », *Review of Economics and Statistics*, vol. 59, pp. 67-74.
- Gordo, Esther; Martín, César & Tello, Patrocinio (2008), « La internacionalización de las empresas españolas a través de la inversión extranjera directa », *Boletín económico*, Banco de España, Enero, 2008, pp. 92-103.
- Guiso, L., P. Sapienza & L. Zingales (2004), « Cultural Biases Economic Exchanges », *NBER Working Paper*, nº 11005.
- Guiso, L., P. Sapienza y L. Zingales (2006), « Does Culture Affect Economic Outcomes? », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 20, nº 2, pp. 23-48.
- Helliwell, J. (1999), « Language and Trade », en A. Breton (ed.) (1999), *Exploring the Economics of Language*, New Canadian Perspectives, University of Toronto, Ottawa, pp. 5-30.
- Jiménez, J.C & A. Narbona (2008), « El español en el comercio internacional », *Documento de Trabajo*, 10/08, Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid
- Martínez-Zarzoso, I., M. Cantavella Jordá & J. I. Fernández Guerrero (2003), « Estimación y aplicaciones de una ecuación de gravedad para el comercio atlántico de la Unión Europea », *Información Comercial Española*, nº 806, pp. 23-32.
- Ministerio de Educación y Ciencia (2007), *El mundo estudia español*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, Subsecretaría General de Cooperación Internacional.
- Narbona, A. (2005), « Determinantes de los flujos comerciales. Evidencias gravitacionales para el caso del Mercosur », *VII Reunión de Economía Mundial*, Universidad Complutense, Madrid.
- North, Douglass C. (1990), *Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press.

Ramirez, M. & Espitia, M (2002), « The Impact of Product Diversification Strategy on the Corporate Performance of Large Spanish Firms », *Spanish Economic Review*, Vol. 4, nº 2, pp. 119-137.

Ramirez, M. & Espitia, M. (2001), « The Effect of International Diversification Strategy on the Performance of Spanish-Based Firms during the Period 1991-1995 », *Management International Review (MIR)*, Vol. 41, 2001/3, pp. 291-315.

Stulz, R. M. & R. Williamson (2003), « Culture, openness and finance », *Journal of Financial Economics*, nº 70, pp. 313-49.

Thornton, J. & A. Goglio (2002), « Regional Bias and Intra-regional Trade in Southeast Asia », *Applied Economics Letters*, vol. 9, nº. 4, pp. 205-20.

Thornton, J. & A. Goglio (2002), « Regional Bias and Intra-regional Trade in Southeast Asia », *Applied Economics Letters*, vol. 9, nº. 4, pp. 205-20.