

## El conocimiento lingüístico en la economía de la sociedad de la información\*

### Linguistic Knowledge in Information Society's Economy

**Lirian Astrid Ciro**

Integrante del Grupo de Estudios Lingüísticos Regionales  
Universidad de Antioquia, Facultad de Comunicaciones.  
Actualmente aprovecha una beca MAEC-AECID  
*convocatoria 2008/09 para el programa I-D Becas para Extranjeros  
con Sedes de las Academias asociadas a la RAE para Estancias de  
Colaboración Formativa* en la Academia Colombiana de la Lengua.  
Correo: [lirianastrid@gmail.com](mailto:lirianastrid@gmail.com)

**Tipo de artículo:** documento de reflexión no derivado de investigación.

**Recepción:** 2008-27-06

**Revisión:** 2008-14-07

**Aprobación:** 2008-08-08

#### Contenido

1. A manera de introducción: lengua y economía.
  2. La "mejora" como potenciación del español.
  3. Explotación de la lengua.
  4. Innovación lingüística.
  5. A modo de conclusión: retos lingüísticos en la globalización.
- Bibliografía.

---

\* Este texto se escribe en el marco de los estudios de doctorado *La Construcció Europea: Societat, Cultura, Dret i Educació*, Universidad de Lérida, España.

**Resumen.** En este texto se hace énfasis en la relación entre lengua y economía. Se señala que la potenciación del español en el campo económico, la cultura y la red se presenta como un reto de mercadeo lingüístico, que también implica pensar la lengua como un capital social. Las reflexiones que aquí se presentan analizan la relación ya enunciada desde tres tipos de conocimiento lingüístico: mejora, explotación e innovación, focalizándose en la lengua como código y su conexión con Internet como medio y soporte tecnológico y económico; finalmente, se presenta una conclusión que retoma estos aspectos y los amalgama al fenómeno de la globalización.

**Palabras claves.** Globalización; Internet; La mejora, explotación e innovación en el campo lingüístico; Lengua y economía; Sociedad de la información.

**Abstract.** This article highlights the relation between language and economy. It shows how Spanish language's strengthening with regard to economy, culture and the net means a challenge for linguistic marketing, what lead us to think about language as social capital. The concepts presented herein analyze such relation from the perspective of three types of linguistic knowledge: improvement, exploitation, and innovation in linguistic field; all of them focused on language as a code, and on its connection to the Internet as a medium and technological and economic support. Finally, it proposes a conclusion where all concepts are collected and mixed up in the frame of globalization.

**Key Words and Expressions:** Globalization, Improvement, Exploitation, and Innovation in Linguistic Field, Information Society, Internet, Language and Economy.

## 1. A manera de introducción: lengua y economía

Cuando se habla de economía lingüística, un especialista del lenguaje piensa inmediatamente en André Martinet con su famoso precepto que reza que una lengua tiende a presentar la mayor información con el mínimo esfuerzo, evitando la ambigüedad y permitiendo la comunicación efectiva, no obstante esta expresión ha traspasado su significado traslaticio al literal, por cuanto en la sociedad de la información efectivamente existe una economía lingüística o más precisamente un comercio con el lenguaje.

Hablar de un mercado del idioma podría sonar como un exabrupto, pues la lengua siempre se ha presentado como un bien cultural que posibilita la comprensión e interpretación del mundo de una determinada comunidad lingüística; no obstante, en varias situaciones históricas, este valor cultural se ha tergiversado, en la época de la conquista y la colonia americanas, por ejemplo, la lengua española fue un mecanismo de control y de poder: la lengua de los indígenas fue menospreciada al igual que su propia cultura y el español fue el estandarte de la anulación cultural y lingüística, de ahí que el lema "la lengua es el imperio", proclamado por Nebrija, volvía a reiterar lo sucedido con Roma y el latín. Hoy en día es el inglés el que se impone y no cabe duda de que el mismo criterio de cultura, control y poder se presenta aunado al aspecto tecnológico.

En el ámbito hispánico se están haciendo esfuerzos, como el Sistema Internacional para la Certificación del Español como Lengua Extranjera y las reflexiones a las que han dado lugar los cuatro *congresos internacionales de la lengua*, por hacer del español un idioma con más fuerza; no obstante, los valores que adquiere no son tanto culturales sino económicos, pues no cabe duda de que la mayoría de estos esfuerzos están encaminados a plantear soluciones para potenciar la presencia del español en los ámbitos de los negocios, la cultura y la Internet, presentándose como un reto de mercadeo lingüístico; así lo expresa Jairo Alberto Galindo al hacer alusión a titulares, como: "El español será el tercer idioma del mundo", y a información de esta índole: "...lo que le falta al español; el español como lengua materna superará al inglés en el 2050; Brasil será el país con más sedes para la enseñanza del Español en el ámbito mundial..."(2006, en línea), todos ellos con un tinte claramente mercantilista.

Aunque la economía clásica ya había llamado la atención sobre la relación entre lengua y economía, tal como lo hizo Adam Smith en su texto *Riqueza de las naciones* al indicar el principio que motiva la división del trabajo y que lleva a pensar en las facultades discursivas del hombre que le permiten llevar a cabo las acciones del comercio, todavía la conexión de éste con la lengua no ha sido lo suficientemente explorada y sólo se ha presentado en las últimas décadas en la literatura económica (Jiménez y Aranzazu, 2007, en línea).

Además, pareciera que los tres grandes factores productivos de la economía neoclásica: capital, trabajo y tecnología no permiten que la lengua encaje en dicho sistema; a pesar de ello, si se analiza detenidamente se evidencia que el idioma involucra a estos tres factores: en primer lugar la lengua "...en tanto que destreza comunicativa, es parte del *capital humano*, y, por tanto, del factor trabajo, tal y como hoy se concibe: de este modo, el conocimiento de varias lenguas –o el buen uso de una– se monetiza en el mercado de trabajo, bien lo sabe cualquier emigrante ..." (Jiménez y Carbona, 2007, en línea). Por otra parte, se puede evidenciar a la lengua como una tecnología social de comunicación, libre y sin retribución económica, que facilita "...la relación y lazos de confianza que tanto contribuye al crecimiento, como se reconoce cada vez más ampliamente en la literatura, aunque siga siendo en todas sus facetas tan difícil de cuantificar..." (Jiménez y Carbona, 2007, en línea), lo que la convierte en un capital social.

Añadiendo a lo anterior, la lengua, en el campo económico, se ha visto como un código que facilita el intercambio comercial entre dos o más países, pero pocas veces se han presentado análisis serios de la lengua como producto comerciable o al menos no se ha reflexionado suficientemente sobre ello, incluso hay autores que expresan que "...el español no es un lenguaje vendedor, por desgracia. Puede vender algo realmente admirable, su literatura [...] pero no puede vender satélites. Y cuando eso se produzca, la presencia del español en Internet será importante. Pero hasta la fecha no es una lengua primariamente necesaria, sino se es hispanista o turista..." (Lázaro Carreter en una entrevista realizada por Paco Barragán, 2003, 33).

Es así que el comercio con el idioma está íntimamente ligado al desarrollo científico y tecnológico de la comunidad de hablantes, en cuanto a esto al español le falta mucho para ser considerado como una lengua que venda y se venda.

Respecto a este valor económico del idioma, Jiménez y Carbona (2007, en línea) indican que el español y su potenciación "reduce los costes de transacción, multiplica externalidades positivas, acorta la distancia psicológica, trenza vínculos de confianza y de creación de capital social...", por ello, el español se constituye en sí mismo en una "industria cultural de dimensión internacional", que ha sido poco explorada tanto desde la teoría como desde la práctica.

Por otra parte, es necesario tener en cuenta todas las dimensiones de la relación entre lengua y economía; la primera de ellas tiene que ver con las funciones económicas que el idioma desempeña, y la segunda trata de evidenciar a la lengua como activo económico. En el primer caso, se presentan, fundamentalmente las siguientes funciones: "...la lengua como soporte de las industrias culturales, a manera de materia prima de la creación intelectual y artística; la lengua como medio de comunicación compartido que agiliza las tareas de identificación y de negociación entre las

partes contratantes, propiciando entornos de afinidad en los mercados externos; la lengua, por último, como seña de identidad colectiva, expresión de lazos intangibles y simbólicos que nutren el capital social de una comunidad y que también aproximan las relaciones económicas...” (García, 2007, en línea).

De igual forma, según García (2007), tres son los aspectos que se presentan en la dimensión económica del español: la avanzada internacionalización de los mercados y de los procesos productivos; la mayor demanda de productos culturales, el rápido aumento conforme lo hace la renta en todos los países; “el despliegue de la sociedad del conocimiento, donde es crucial «lo que se sabe y cómo se trasmite lo que se sabe», correspondiéndole a la lengua, además, definir y articular buena parte de los factores intangibles del crecimiento que ocupan hoy el lugar central de la reflexión económica y de la actividad mercantil...”(García, 2007, en línea)

Como se puede observar, son muchos los aspectos que inciden en la relación entre lengua y economía, en la que, como se indicó anteriormente, aún falta mucho por explorarse, sobre todo teniendo en cuenta el aspecto de la sociedad de la información que lleva a pensar en una economía del conocimiento. Drucker señala al respecto que todavía no se ha formulado una teoría sólida sobre cómo se comporta el conocimiento como recurso económico, pues “...si bien la economía mundial seguirá siendo una economía de mercado y conservará las instituciones del mercado, su *sustancia* ha cambiado radicalmente. Si es todavía “capitalista”, lo que la domina es el “*capitalismo de información*” (Drucker, 1997, 198), de tal manera que hoy predomina más la producción y distribución de conocimientos que de objetos, de ahí que “...cada vez es menor el *rendimiento* sobre los recursos tradicionales –trabajo, tierra y capital (dinero)–. Los únicos –o por lo menos los principales– productores de riqueza son la información y el conocimiento...” (Drucker, 1997, 199), por ello se debe empezar a explorar más la lengua como productor de riqueza.

Otro aspecto relevante, que va muy unido al de la sociedad del conocimiento o de la información, es la fuerza que cada día tiene la Internet, pues la potenciación del comercio electrónico ha llevado a pensar en la “importancia estratégica del *ciberespacio* para el español”, ya que “...en un mundo globalizado, la lengua se ha convertido, en cuanto símbolo de una comunidad cultural, en un valor económico” (Federación de Gremios de Editores de España, citado por Gómez, 2001, en línea).

Así, no sólo la información se convierte en un bien económico, también el idioma y la cultura lo son, por ello el primero es “...un elemento clave de la Sociedad de la Información y la Comunicación. Esa es la ventaja del castellano, un idioma que hablan casi 400 millones de personas...” (Gómez, 2001, en línea), pero no es suficiente quedarse con la “ventaja numérica”,

hay que crear acciones estratégicas que realmente potencien al español como lengua internacional y como activo.

Otro factor que interviene en la relación entre lengua y economía tiene que ver con la capacidad económica de los usuarios de una determinada lengua, si bien es cierto que el número de hablantes y el impacto cultural influye en la difusión de una lengua, también es cierto que el poder adquisitivo de los usuarios de una lengua determina, en cierto grado, el prestigio lingüístico, valga la pena compararse al inglés con el español, a pesar de que este último tiene ciertas ventajas comerciales como el acortamiento de las distancias físicas y hasta, en muchos casos, la existencia de fronteras comunes, la capacidad de compra de sus hablantes es muy baja comparada con los países que hablan la primera; de lo anterior se desprende que "...la defensa del idioma español, en el estado actual de la sociedad, es un tema básicamente económico..." (Martín de Bustamante, 1997, en línea).

A pesar de que en párrafos anteriores se ha evidenciado a la lengua desde el punto de vista económico, hay que tener presente que "...la lengua, aunque a veces apoyada en soportes físicos (como puede ser un libro o un disco compacto), tiene una naturaleza esencialmente *intangible* que dificulta, en todo caso, su valoración desde un punto de vista material y contable. Y, por otro lado, es indudable que la lengua, en su condición de gran «tecnología social de comunicación», cumple una función esencial en el desarrollo de otro factor de crecimiento en boga, pero muy difícil de medir, como es el *capital social* de una colectividad..." (Alonso y Jiménez, 2007, en línea); esto recalca la importancia de pensar en la elaboración de una teoría económica desde la sociedad de la información que indique cómo se comporta el conocimiento como recurso económico, por cuanto "...necesitamos una teoría económica que coloque el conocimiento en el centro del proceso de producción de riqueza. Sólo dicha teoría puede explicar la economía actual..." (Drucker, 1997, 200), esto se sustenta en la afirmación de Alonso y Jiménez (2007, en línea), quienes especifican que

la Economía de la lengua, nacida a partir del decenio de 1960 en respuesta a esa *percibida* importancia de una lengua común desde el punto de vista económico, además de ser una disciplina *joven*, se ajusta a los calificativos de *dispersa* –por sus muchos focos de atención–, *fronteriza* –en relación con los enfoques convencionales de la ciencia económica– y *mestiza* –en tanto que multi e interdisciplinar–. Como ha sabido observar François Grin, uno de sus más destacados cultivadores: «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]» (Grin, 1996).

Estos mismos autores, retomando a Grin, plantean seis temas que son abordados desde la relación entre lengua y economía: la lengua como factor crucial en procesos económicos, el idioma como capital humano, la

enseñanza de la lengua como inversión social, las implicaciones económicas de las políticas lingüísticas, la relación entre ingresos y el manejo de una determinada lengua, finalmente, los trabajos relacionados con el idioma: traducción, enseñanza, entre otros (Alonso y Jiménez, 2007, en línea).

Todos los anteriores aspectos serán desarrollados a continuación, de forma muy general, a partir de los presupuestos planteados por Drucker (1997) para una economía del conocimiento, teniendo en cuenta que el comercio con la lengua se instaura en este ámbito, es así que se requieren acciones urgentes para explorar las potencialidades económicas del español, por cuanto "...sería suicida que el español, hoy en expansión, no intentara consolidar la posición que viene conquistando. Por cierto, los iberoamericanos no somos potencia mundial y de allí, entonces, la necesidad de no dejarlo todo librado a la espontaneidad de los acontecimientos..." (Sanguinetti, 2007, en línea), por ello es necesario pensar una economía del conocimiento desde una teoría sólida y clara que permita potenciar al español como un activo económico.

Según Drucker (1997, 202) existen tres maneras de aplicar el conocimiento para producir cambio en la economía (cambio social), no obstante el mismo autor aclara que hay que trabajarlas simultáneamente, teniendo en cuenta que la lengua sería al mismo tiempo producto, proceso y servicio (depende de cómo se mire) dentro de la sociedad del conocimiento.

A continuación se enunciarán unas reflexiones de cómo se presentaría cada una de estas tres maneras en la lengua que se han denominado como tipos de conocimiento lingüístico: mejora, explotación e innovación. Finalmente, se aclara que se enfatizará en un aspecto concreto de la lengua (la lengua como código – retomando los elementos de la comunicación) y su relación con Internet como medio y como soporte tecnológico y económico.

## **2. La "mejora" como potenciación del español**

Si se considera a la lengua como un proceso, producto y servicio al mismo tiempo, se puede evidenciar que admite el término "mejora" desde diversos puntos de vista. En primer lugar, la lengua como proceso es inacabada y susceptible de desarrollo y potenciación, aquí vale la pena recalcar la enseñanza de la lengua, no tanto como la venta que se pueda realizar de un determinado curso virtual o de folletos o repertorios léxicos, sino como una necesidad de los mismos usuarios por *mejorar* su desempeño lingüístico. En segundo lugar, la lengua como producto, involucra directamente a la comercialización de elementos que posibiliten una aprehensión de aspectos lingüísticos, como diccionarios y cursos guía, aquí nos estaríamos refiriendo más a los soportes que al código, que requieren también el aval de una política lingüística bien definida. Finalmente, la lengua como servicio permite evidenciar la necesidad de manejar un idioma en la comunicación cotidiana,

como se puede observar en los países con alto número de inmigrantes, sin duda acciones en este campo tenderían a una mejora lingüística, pues se estaría garantizando que el español que aprende dicho grupo social es de calidad.

En el aspecto de la "mejora" son pertinentes acciones que permitan potenciar el conocimiento de la lengua y también se presentan cuestiones que tienen que ver con acciones encaminadas a dar a conocer el idioma y hacer de sus usuarios más competentes en su uso y en el uso de los soportes lingüísticos, por cuanto en la sociedad del conocimiento no importan tanto el hecho de adquirir recursos electrónicos "...sino de *saber usarlos*: cuantos más hispanohablantes manejen adecuadamente las nuevas tecnologías [...] mayor y más calificada será la información en español que circule por las autopistas, mayor el interés por su lengua y más amplio el espectro de difusión de su cultura en el espacio cibernético..." (Lucila Pagliai, 1997, en línea)

Otro aspecto que está muy en boga sobre la mejora de la lengua tiene que ver con las cuestiones de la política lingüística, es decir, todo lo que regula las relaciones entre lengua y sociedad, es así como todas las acciones que se vienen desarrollando permitirán una mayor explotación del español como lengua extranjera; al respecto son interesantes las discusiones que en congresos lingüísticos se vienen adelantando, como por ejemplo la determinación de los criterios de unidad y diversidad en lo que respecta a la lengua, de esta manera surge un debate alrededor de si se debe propender por la unidad del idioma o por mantener las peculiaridades lingüísticas, aspecto de gran importancia tratado en el IV Congreso Internacional de la Lengua Española (Cartagena de Indias, Colombia, 2007), respecto a esto es necesario apuntar que el contexto de globalización exige cierta homogeneidad léxica (en cuanto a las variantes del español se refiere), pero no cabe duda de que las diferencias dialectales siempre existirán a pesar de las normas, pues hay que tener presente que es el uso el que impone la norma y no al contrario, al respecto es importante recordar a Barcia, cuando especifica que "...todos los hablantes debemos preocuparnos de que, manteniendo las diferencias regionales y dialectales, la lengua sea cada vez más unitaria, más rica, más matizada..." (Murphy, entrevista a Pedro Barcia, 2004, en línea).

Las ideas planteadas por Serrón Martínez van hacia el mismo sentido, éste asevera que

...la lengua y la cultura, o mejor dicho, la pluralidad de lenguas y de culturas necesita que, como ocurrió en Europa, se fomente la integración a partir de la interculturalidad, entendida por una parte, como el respeto, la coexistencia y la valoración de la otredad y, por otra, como el relevamiento y orgullo ante la identidad propia que

lleva a difundirla sin imponerla: otredad e identidad que se afirman en lengua y cultura. Y éste no es un proceso unidireccional sino que exige, más que la bi, la multidireccionalidad... (2005, en línea).

No obstante, aunque se pueda evidenciar que la búsqueda de una pretendida unidad de la lengua sería lo ideal para potenciar el mercado lingüístico, no cabe duda, como lo indica Millán (retomando a Castro), que la búsqueda de un español neutro no surge de una actitud altruista sino comercial. A pesar de ello, esto redundaría en el beneficio del idioma español y de la cultura de los países que lo tiene como lengua oficial (Millán, 1997, en línea), no obstante del recelo que exista por una pretendida unidad lingüística, es necesario, desde un punto de vista económico, analizar las bondades de dicha unidad.

Por otra parte, es evidente que en tanto mayor sea la extensión geográfica de una lengua es más vulnerable a los dialectos y regionalismos (Alonso y Jiménez, 2007, en línea), lo anterior justifica las acciones que instituciones como la Real Academia Española de la Lengua, el Instituto Cervantes y la Asociación de Academias de la Lengua Española están emprendiendo en pos de mantener la unidad lingüística; a pesar de esto, no se puede obviar que "...tampoco el intercambio económico entre los individuos –o el comercio entre los países– se sujeta a un solo idioma, por más que algunos hayan aspirado históricamente a constituirse en *lingua franca*. Las lenguas son, ante todo, herramientas de comunicación, y de ahí su tendencia a la unicidad..." (Jiménez y Carbona, 2007, en línea).

Esta idea de unidad viene ligado al concepto de globalización, ya que "...el capitalismo de la globalización se constituye sobre un concepto desconcertante en tanto oxímoron estructurado sobre la idea de unidad de un mundo fragmentario: un gran mercado concentrado para una aldea planetaria de entidad virtual y existencia viable por y en las tecnologías de la comunicación, naturalmente hegemónicas por la anglofonía..." (Pagliai, 1997, en línea), lo que obligaría a pensar que si el español pretende ser competitivo a nivel económico debe propender por su unidad, no sólo sintáctica sino también semántica.

Respecto a la globalización y a la unidad lingüística hay autores que consideran esto como algo inminente, ya sea que "...cambie o no la situación política del mundo, la unificación que los medios electrónicos han realizado ya conducirá quizá de manera inevitable a la lengua única en un plazo más o menos largo..." (Montes, 2000,93), este mismo autor es pesimista y señala su preocupación por la calidad del español que circula en Internet; aunque hay otras opiniones que ven en la Internet una oportunidad para rescatar las variedades lingüísticas del español, por ejemplo Jorge Echavarría Carvajal indica que

...la circulación del lenguaje en los medios informáticos, potenciada y deslocalizada, posibilita que las variantes de uso ligadas a singularidades (de región, nacionalidad, edad, género, marginalidad, etc.), transiten e intercambien en las redes con una velocidad que no permitía el libro y que tampoco los productos audiovisuales lograban a cabalidad, herederos como son de restricciones, prejuicios y límites de una cultura esencialmente letrada. Incluso, el patrimonio lingüístico, representado por las lenguas en peligro y minoritarias, tiene más posibilidades de supervivencia al acogerse a las redes y circular en comunidades involucradas o interesadas de forma más rápida, abierta y amigable que en los soportes textuales de la imprenta... (2000, 70).

En la anterior cita se pone de manifiesto que se está dando más importancia al medio que al código, incluso el mensaje se ha relegado a un segundo plano, cuando la Internet es únicamente un canal del idioma, aspecto que llevaría a pensar que son innecesarias las voces de alarma frente al uso de ésta y habría que pensar mejor en planes de acción frente a la aprehensión y uso de la lengua como código y no tanto a sus soportes.

No obstante, hay autores que consideran que la globalización no va en contra de la lengua ni muchos menos de las culturas locales, por cuanto "...la globalización que vive el mundo hoy en día, no ha producido una significativa pérdida de culturas locales, aunque sí ha introducido elementos culturales de las naciones anglosajonas, en gran medida, gracias al hecho de que el idioma inglés es el instrumento central del desarrollo tecnológico..." (Chela-Flores, 2003, 66), lo que reitera la necesidad de impulsar la presencia del español en el ámbito tecnológico, empezando por su potenciación en el campo virtual.

El último aspecto que se tratará aquí y que tiene que ver con la mejora de la lengua como proceso, producto y servicio, se halla ligado a otro fenómeno que se ha acentuado con la globalización y es la inmigración. La búsqueda de nuevos horizontes económicos (la gran mayoría de los casos) ha llevado a buscar nuevos destinos lingüísticos (como el caso de los africanos, latinos, rumanos, etc. que emigran a España o de los latinoamericanos que se trasladan a Estados Unidos) llevando sus propias características lingüísticas y llegando incluso a crear hibridaciones como el *spanGLISH*, de ahí que se evidencie la necesidad de crear mecanismos reguladores del español y de integración cultural y lingüística para la población inmigrante, por ello la importancia de analizar más el fenómeno de la inmigración, pues éste se convierte en un factor primordial para la expansión de un idioma, constituyéndose en un elemento importante para determinar el impacto económico y cultural de la lengua.

Aunque la globalización y la expansión de la Internet y otras tecnologías de la información no obligan necesariamente al desplazamiento físico para realizar intercambios lingüísticos con otros países y culturas, esa misma

globalización ha posibilitado más movimientos migratorios, por esto "...las migraciones internacionales siguen jugando un papel fundamental en la mejora o la reducción del valor económico de una lengua..." (Gutiérrez, 2007, en línea)

Otro de los aspectos que potencia el mejoramiento de la lengua española debe focalizarse en estudiar la presencia y la calidad de ésta en la Internet, respecto al ámbito hispánico y teniendo en cuenta sus características económicas y culturales, es pertinente prestar atención a los siguientes aspectos: mejoramiento de condiciones técnicas y económicas para acceder a Internet; creación de contenidos de calidad e interés en español, dedicar esfuerzos y dinero "...a la producción de herramientas y recursos lingüísticos basados en el español que aporten a la documentación existente en la red y a su recuperación la 'inteligencia' lingüística de la que, en términos generales, carecen en este momento, lo cual implica tanto la investigación básica como la aplicada. Solo la conjunción de esfuerzos en las tres direcciones permitirá que la red en español esté al nivel que la comunidad hispanohablante quiere tener en el futuro..." (Rojo, 2007, en línea).

Sumado a lo anterior, la Internet puede posibilitar la unidad lingüística en cuanto a ciertos aspectos claves de la estructura de la lengua española, por cuanto gracias a las facilidades comunicativas que presenta "podemos lograr algo que hace poco tiempo era imposible: podemos estar en contacto rápido y permanente con nuestros colegas de todo el mundo hispanohablante, racabar información, compartir opiniones y tomar las decisiones entre todos, evitando así que en cada país se den distintas soluciones a los mismos problemas..." (Gómez Font, 1999, 63)

Para cerrar este aparte, es interesante centrarse un momento en las palabras de Betancur (2001, en línea):

Vivimos en un mundo en el que la geografía ya no es límite para la comunicación, pero seguimos sin aplicar un modelo de cultivo de la lengua materna que permita al estudiante, en primer lugar, y al profesional durante su vida, usar en forma pulcra el idioma para transmitir con propiedad su pensamiento y su conocimiento. A pesar del progreso en los estudios derivados de la tecnolingüística, la sociolingüística, la pragmática y otras escuelas contemporáneas en nuestros colegios y universidades se dictan clases de gramática tradicional, que no responden a las necesidades del entorno tecnológico y de comunicación instantánea, ni corresponden a la era de Internet.

Nuestra lengua es abierta al lenguaje de la tecnología, al de la cibernética. Por lo mismo, es deber de nuestra comunidad académica tomar más en serio la investigación científica, explorar con más ahínco en la ciencia y en la tecnología, y comunicar estos resultados en un buen español; y es deber de nuestras Academias mantener su

capacidad de búsqueda, análisis e incorporación, abiertas a las mutaciones de la ciencia y la tecnología.

De ahí que un mayor uso de la lengua -pero un uso con sentido y calidad- en los diferentes ámbitos científicos, permitirá un mejor posicionamiento del español como lengua del comercio y de comercio.

### **3. Explotación de la lengua**

Este es uno de los campos más fructíferos a la hora de analizar el valor económico de la lengua española, pues aquí se presenta la explotación continua del idioma como conocimiento existente, "para desarrollar nuevos y diferentes productos, procesos y servicios" (Drucker, 1997, 202).

Amancio Fernández (2006, en línea) hace un recuento de los productos lingüísticos que dejan grandes ganancias a España y que hacen pensar en el potencial económico del idioma español, entre éstos están: actividades como la edición de libros, radio, cine, televisión, turismo idiomático; también menciona ciertos elementos críticos frente a aspectos intangibles de la lengua, al respecto señala que "...el español [...] mantiene una espléndida fuerza y riqueza literaria, pero no ocupa el lugar que le correspondería en otros ámbitos como el lenguaje científico, el tecnológico, el económico o su presencia en Internet. Y eso le resta capacidad económica..." (2006, en línea). De esta manera se evidencia que el idioma es un importante generador de riqueza e impulsor del desarrollo, aspecto que ya ha sido reiterado.

A las potencialidades económicas del español presentadas anteriormente hay que sumarle el hecho de que "...los hispanohablantes constituimos un «mercado interno virtual» de más de trescientos millones de habitantes: plataforma de lanzamiento nada desdeñable hacia la globalización para las empresas vernáculas, y espacio privilegiado para profundizar las relaciones entre nuestras universidades y el sector socioeconómico..." (Pagliai, 1997, en línea), de ahí que sea necesario realizar convenios de cooperación científica y tecnológica que permitan la transmisión en español de saberes y prácticas.

Otro aspecto vital en la explotación de la lengua, en cuanto a su valor económico, ya fue retomado en el apartado anterior y tiene que ver con la explotación de la enseñanza del idioma, ya que "...el interés en el aprendizaje del español está relacionado con las posibilidades profesionales que ofrece a los extranjeros que lo estudien y con el interés en la cultura española e iberoamericana" (Troyano y Gómez, 2007, en línea). Así el valor económico del español está ligado a la prosperidad económica de los países de habla hispana y a su capacidad para atraer turismo e inversiones; al respecto Troyano y Gómez señalan los aspectos que deben tenerse en

cuenta para aprovechar mejor el español como activo económico, desde el ámbito educativo:

...a) acuerdos para la realización de actividades de promoción y/o enseñanza de ELE de forma conjunta entre países iberoamericanos, ya sea a través de una institución como el Instituto Cervantes u otra creada *ad hoc* con similares características; b) como quiera que los alumnos de ELE en los países hispanohablantes suponen sólo un 1 por 100 de los que estudian ELE en el mundo, y la mayoría lo estudian en sus países de origen, los contactos de índole diplomática y política para facilitar la oferta de enseñanza de ELE dentro de las enseñanzas regladas (de primaria, de secundaria, universitaria) en los países de origen puede ser decisiva para la expansión del sector en España y la Comunidad Iberoamericana; c) defensa conjunta del español en organismos internacionales; y d) creación de una acreditación iberoamericana de calidad en la enseñanza de ELE con un nivel de exigencia similar al estándar internacional marcado por la empresa Eaquals... (Troyano y Gómez, 2007, en línea).

Ya Jiménez y Carbona (2007, en línea) señalaban la necesidad de prestar mayor interés al español y a sus posibilidades económicas, resaltando, principalmente la cantidad de hablantes y el número de países que lo tienen como idioma oficial o como segunda lengua, a lo anterior se debe sumar el efecto colateral que conlleva la globalización de la economía.

...ligado a instituciones académicas de vigilancia y control de la lengua y a empresas editoriales afines: la producción en inglés-español de varios y diversos glosarios, repertorios y diccionarios de términos científicos y tecnológicos, flagrantemente sesgados hacia las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como no podía ser de otra forma. A estos materiales en inglés-español, en Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, debido a los intercambios producidos en el marco del Mercado Común del Sur o MERCOSUR, se agregan repertorios terminológicos en portugués-castellano y castellano-portugués, que ponen en relación términos ligados a la necesidad concreta de comunicarse entre productores y consumidores en el español de la Cuenca del Plata y en el portugués del Brasil, de la manera más afinada posible... (Pagliai, 1997, en línea).

En la cita que antecede, nuevamente se pone de relieve el papel del idioma en las relaciones comerciales entre países y en la posibilidad de explotarlo desde el punto de vista económico.

Finalmente, no cabe duda de que hace falta una mayor explotación de la lengua en el aspecto virtual, pues los pocos contenidos en español ponen de manifiesto la dificultad para convertir al español en una industria de la información, es así que "...el destino de la lengua como industria, en un mundo donde la información actuará como elemento organizador de la

economía, estará unida a su capacidad para expandir Internet hacia los aspectos más cotidianos de la vida cotidiana..." (Fernández, 1999, 65). Según este mismo autor, lo que hay que hacer es propender por la difusión de la cultura de lo real "en la cultura de lo virtual y vehicular este tránsito a través de la lengua..." (Fernández, 1999, 65).

#### **4. Innovación lingüística**

En este campo se tienen en cuenta aspectos como: desarrollo de software y demás programación electrónica que posibilite a los hablantes "el acceso, el manejo y la combinación de expresiones propias y ajenas en formato multimedia" (Echeverría, 2003, 51). Lo que se debe hacer en este ámbito es posicionar al español como lengua internacional, por ende, como lengua de la ciencia y la tecnología, de ahí que sea muchísimo lo que falta por hacerse al respecto, pues, no cabe duda, es la lengua la que tiene que salir al paso de la tecnología; no al revés; es la lengua la que debe conocer y seleccionar los recursos que el actual desarrollo tecnológico ofrece, de ahí que la "lengua española tiene mucho que ganar si utilizan adecuadamente los recursos que la tecnología pone a su alcance. Pero, importa insistir, es el idioma el que ha de saber atraer hacia sí y moldear de acuerdo a sus propias necesidades las herramientas que el desarrollo tecnológico produce..." (Martín Mayorga, 1997, en línea), no obstante, como afirma el mismo autor, todavía no se ha desarrollado un plan adecuado para hacer de la lengua española un activo competente en este campo.

Sumado a lo anterior, es pertinente recordar que la conservación de la lengua y, por ende, de la cultura iberoamericana, requiere de acciones innovadoras "...en este sentido, iniciativas como el desarrollo de redes en las que el castellano sea la lengua dominante son acciones concretas y trascendentes. Esos sistemas podrán promover, además, la deseada generación de nuevos contenidos en castellano, imprescindible para el fortalecimiento de nuestra lengua y para la vitalidad de nuestra cultura..." (Reggini, 1997, en línea), es así como se presenta un desafío que va, según este mismo autor, ligado al buen uso de la lengua, de esta manera la tecnología puede ser usada para velar por ella.

En el mismo sentido de las ideas presentadas anteriormente, varios autores hacen énfasis en que Latinoamérica no puede seguir siendo una espectadora ante los cambios que la sociedad de la información impone, por cuanto "estamos en un momento histórico que puede hacer coincidir una comunidad lingüística y cultural con una comunidad virtual unida por los lazos impalpables de la red. Mi postura es que debemos construirla, no sólo para no quedar privados de los beneficios que podemos obtener, sino para aumentar la comunicación entre nosotros y para asomarnos al mundo de la manera que queremos..." (Millán, 1997, en línea), al respecto valga resaltar que actualmente la presencia del inglés en Internet está mucho más

extendida que el español, por ello "...defender una mayor presencia de contenidos propios en español no tiene porque ser un reclamo de tipo nacionalista. En realidad se trata de una cuestión de supervivencia económica y cultural absolutamente legítima que afecta a todos los países hispanohablantes. Si queremos crecer en las redes y sacar partido de que somos una comunidad de 400 millones de personas, deberíamos crear unas herramientas digitales propias para manejar el español, en vez de pagar por usar las ajenas..." (Gómez, 2001, en línea).

En el campo de la innovación, referente a la lengua española, hay muchas acciones pendientes para llevarse a cabo, entre ellas se encuentran el desarrollo de redes telemáticas de banda ancha robustas y fiables que faciliten los flujos informacionales en Español (protocolos, navegadores, portales de acceso, documentos multimedia...) y la creación de buenos sistemas de transcripción y traducción automática que permitirán el avance el español en la Internet. (Echeverría, 2003, 52 - 53).

Es así como se requieren proyectos de innovación en el campo de la pragmática, la psicolingüística, la sociolingüística, que permitan evidenciar al español en toda su riqueza y potencial cultural y económico.

## **5. A modo de conclusión: retos lingüísticos en la globalización**

Sería interesante que tanto economistas como lingüistas planificaran y aplicaran una teoría sobre la economía en la sociedad del conocimiento, focalizada en la lengua como producto, proceso y servicio, puesto que, como se evidencia en las páginas anteriores, son muchos los aspectos que intervienen en la relación lengua y economía y pocos los estudios sólidos al respecto; de ahí que se reitere la necesidad de una formulación de políticas económicas referentes a la lengua española, esto es perentorio si se quiere conservar la cultura, pues la lengua siempre será el estandarte de los estados y de la forma de ver el mundo de sus usuarios.

Frente a lo anteriormente expresado, cabe preguntarse por la necesidad y la importancia de conocer y explotar el idioma materno, al respecto es interesante destacar que

... El castellano es ya una lengua de comunicación internacional, empleada no sólo en los ámbitos académicos o cultos, sino en la diplomacia y, en cierta medida, en los negocios. Pero los campos de la tecnología y la ciencia se le resisten y es de temer que, dado el atraso en los terrenos de la investigación y el desarrollo de las naciones hispanohablantes, ésta sea una situación que perdure en el tiempo. Hay que potenciar el uso del español en la investigación científica y en la economía, propiciar traducciones adecuadas y

uniformes de los nuevos términos de esas disciplinas y defenderse, como de la peste, de la invasión de barbarismos que están generando.

Por parecidas razones, la presencia de nuestro idioma en la red sigue siendo muy deficiente y no se corresponde con la expansión física y territorial que conoce... (Cebrián, 2005, 10).

Es así como se reitera que en el campo lingüístico falta mucho por hacerse, sobre todo en la utilización del español en la investigación tecnológica y científica, pues si se quiere que el idioma español sea realmente competitivo a nivel económico y cultural, es necesario asumir este desafío que tiene una importancia de primer orden por cuanto

...el idioma constituye una plataforma potencial para el desarrollo de las fuerzas globalizadoras en ámbitos como: los movimientos migratorios, inversiones y desarrollo de proyectos empresariales [...] Con el idioma español hay un potencial en temas muy diversos, pero también puede constituir un elemento restrictivo más, definitorio de la propia brecha digital y lo que supone de acceso desventajoso a una información menos rica y abundante, especialmente en términos que son relevantes para la educación, el conocimiento, la innovación, la tecnología... (Pedreño, 2006, en línea).

Al respecto, vale la pena añadir que el contexto de globalización no es un factor en contra de la difusión del español y de los elementos culturales que éste conlleva, por el contrario, "...la globalización misma es [...] una gran aliada en el proceso de extensión del castellano, que es una lengua realmente planetaria y distingue cada vez menos entre español de Europa y español de América..." (Cebrián, 2005, 11).

Aquí también cabría remitirse nuevamente al campo informático, específicamente a la Internet, donde el español no tiene la fuerza que se espera, no obstante se podría pensar que "...a medio plazo [...] las barreras ligadas a los idiomas pueden diluirse de forma muy notable. En unos segundos el propio navegador nos devolverá la página traducida al idioma que le indiquemos. Esto me lleva a una consideración final centrada en la calidad y cantidad de los contenidos. Es aquí donde está la clave del desarrollo de la sociedad de la información, cuya conexión estratégica debería estar asociada a los conceptos de "comunidad" y "cultura" mucho más que al idioma..." (Pedreño, 2006, en línea). Desde este punto de vista el concepto de lengua se debería replantear, no obstante hay elementos vitales que ligan al idioma tanto con la cultura como con la forma en que se percibe el mundo, así que una sociedad donde prime la cultura y la comunidad por encima del idioma está lejos de presentarse.

En las reflexiones presentadas anteriormente se evidencia que son los mismos usuarios del español los que deben tomar cartas en el asunto y mejorar, explotar e innovar en el campo lingüístico para hacerlo realmente competitivo en el ámbito internacional, ya que "...si la comunidad hispanohablante permite que el inglés ocupe las funciones intelectuales del conocimiento y del comercio, más temprano que tarde pasará a un plano inferior de valor para sus hablantes, y tenderá a ser una lengua de comunicación oral, popular y familiar, imposibilitada para la manifestación del conocimiento, la técnica y la comunicación internacional" (Lara, 1997, en línea); de ahí que le corresponda a los gobiernos, a las Academias de la Lengua, al Instituto Cervantes, y demás agentes lingüísticos, además, de manera obvia, a sus propios hablantes proteger el idioma español frente a los tratados de comercio internacional e impulsarlo en acciones en las que se ponga de relieve el uso con calidad de la lengua.

Para concluir se retoman las palabras de José Luis Martín de Bustamante (1997, en línea), quien indica que la defensa del idioma es un tema básicamente económico, que implica preguntarse por los medios con los que se cuenta para plagar a la Internet de contenidos en español que resalten por su calidad, además de indagar por la capacidad y la solvencia económica para desarrollar "... una ingeniería lingüística capaz de hacer frente con éxito a los nuevos requerimientos informáticos", pues si se cuenta con capitales dispuestos a suplir estas falencias, se podrá posicionar al español en el "campo de las tecnologías del futuro, de ese futuro que en muchos casos ya es presente". De lo que no cabe duda es que en la lengua, desde el punto de vista económico, no importa tanto "su aspecto cuantitativo, no es ni con mucho tan importante como la *productividad* del conocimiento, o sea su impacto cualitativo..." (Drucker, 1997, 202), de ahí que los factores, aquí brevemente descritos, se deben enfocar a hacer del idioma español una lengua productiva tanto en el ámbito científico como en el tecnológico.

## Referencias

*Alonso, José Antonio y Jiménez, Juan Carlos* (2007). El valor de la lengua: aspectos conceptuales y analíticos. En: *Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset*, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art9.htm>

*Barragán, Paco* (2003). La lengua de Lázaro. Entrevista con Fernando Lázaro Carreter. En: *Encuentros. Los destinos de la lengua española*. Medellín: Universidad de Antioquia; p.p. 31 – 42

*Betancur, Belisario* (2001, octubre). El español en la Sociedad del Conocimiento. II Congreso Internacional de la lengua Valladolid. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en [http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/el\\_espanol\\_en\\_la\\_sociedad/1\\_la\\_prensa\\_en\\_espanol/betancur\\_b.htm](http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/1_la_prensa_en_espanol/betancur_b.htm)

*Carrera Troyano, Miguel y Gómez Asencio, José J* (2007). La industria de la enseñanza del español como lengua extranjera. En: *Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset*, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en: <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art4.htm>

*Cebrián, Juan Luis* (2005, enero – febrero). El español, lengua internacional. En: *Claves de Razón Práctica*. Madrid. Nº 149. pp. 10 – 12

*Chela-Flores, Godsuno* (2003). Globalización y cambio lingüístico: nuevas dimensiones del español hablado en Venezuela. En: *Letras*. Caracas; p.p. 47 – 71

*Drucker, Peter* (1997). *La sociedad post-capitalista*. Bogotá: Norma.

*Echavarría Carvajal, Jorge* (2000, julio – diciembre). El futuro de las lenguas y el Internet (o por qué Platón acertaba y se equivocaba). En: *Lingüística y Literatura*. Año 21, Nº38. Medellín. p.p. 65 – 74

*Echeverría Ezponda, Javier* (2003). El futuro de las lenguas en Internet. En: *Encuentros. Los destinos de la lengua española*. Medellín: Universidad de Antioquia; p.p. 49 – 54

*Fernández, Amancio* (2006, octubre). Lengua y economía. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en [http://independent.typepad.com/elindependent/2006/10/lengua\\_y\\_econom.html](http://independent.typepad.com/elindependent/2006/10/lengua_y_econom.html) (sin más datos)

*Fernández Hermana, Luis* (1999, junio). El español en la red: quintos en la liga y bajando. En: *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. Nº66; p.p 64 - 65

*Galindo, Jairo Alberto* (2006, octubre). ¿La lengua es el imperio? No ¡Es el Negocio!. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en: <http://indudable.wordpress.com/2006/10/31/%C2%BF-la-lengua-es-el-imperio-no-%C2%A1-es-el-negocio/>

*García Delgado, José Luis* (2007). El valor económico del español: una incitación. En: Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art1.htm> [Consultada el 28

*Gómez Alamillo, Francisco* (2001, octubre). Perspectivas del español en Internet: La situación del español en el mundo. II Congreso Internacional de la lengua Valladolid. Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en [http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/el\\_espanol\\_en\\_la\\_soci edad/4\\_internet\\_en\\_espanol/gomez\\_f.htm](http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_soci edad/4_internet_en_espanol/gomez_f.htm)

*Gómez Font, Alberto* (1999, junio). Un nuevo lenguaje técnico: el español en la red. En: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº66; p.p. 59 – 63

*Gutiérrez, Rodolfo* (2007). Inmigración, lengua y mercado de trabajo. En: Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art2.htm>

IV Congreso Internacional de la Lengua Española (2007). Presente y futuro de la Lengua Española: Unidad en la Diversidad. Cartagena de Indias, Colombia, 26 – 29 de marzo.

*Jiménez, Juan Carlos y Carbona, Aranzazu* (2007). Economía y lengua: el español en el comercio internacional. En: Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en: <http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art3.htm>

*Lara, Luis Fernando* (1997). La importancia de las redes de terminología. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/lara.htm>

*Martín de Bustamante, José Luis* (1997). La lengua española en los servicios de telecomunicaciones. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en: <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/bustama.htm>

*Martín Mayorga, Daniel* (1997). El idioma español y la sociedad de la información. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en:

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/dmayorga.htm>

*Millán, José* (1997). El español en las redes globales. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en:

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/millan.htm>

*Montes, José Joaquín* (2000, julio – diciembre). Antecedentes, estado actual y perspectivas del español en Colombia. En: *Lingüística y Literatura*. Año 21, Nº38. Medellín. p.p. 75 - 96

*Murphy, Martín* (2004, noviembre). "La globalización afecta el idioma". *Barcia critica el exceso de vulgaridad en los medios de comunicación*. Argentina: BBC. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

[http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid\\_3996000/3996725.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_3996000/3996725.stm)

*Pagliai, Lucila* (1997). La situación del español en la ciencia y la tecnología. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 17 de diciembre de 2007, en

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/pagliai.htm>

*Pedreño, Andrés* (2006 a). El idioma español en la globalización. España: Universidad de Alicante. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

<http://economia-globalizacion.blogspot.com/2006/04/el-idioma-espaol-en-la-globalizacin.html>

\_\_\_\_\_ (2006 b) El valor económico del español. España: Universidad de Alicante. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

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

*Reggini, Horacio* (1997). Tecnología, palabra y reflexión. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas, México. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/tecnologias/ponencias/reggini.htm>

*Rojo, Guillermo* (2007). El español en la red. En: *Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset*, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

<http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art5.htm>

*Sanguinetti, Julio María* (2007). La lengua como activo. En: *Circunstancia: revista de ciencias sociales del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset*, Nº. 13 (Ejemplar dedicado a: Economía del español, economía en español). Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en

<http://www.ortegaygasset.edu/circunstancia/numero13/art6.htm>

*Serrón Martínez, Sergio* (2005, marzo). Geopolítica, economía y globalización en el español como lengua extranjera en el Caribe no Hispánico: La acción regional y venezolana. FIAFE primer congreso internacional: El español, lengua del futuro. Toledo. Recuperado el 28 de diciembre de 2007, en <http://www.mec.es/redele/biblioteca2005/fiape/serron.pdf>