

José Antonio Alonso  
Juan Carlos Jiménez  
José Luis García Delgado

**LOS FUTUROS DEL ESPAÑOL**  
**HORIZONTE DE UNA LENGUA INTERNACIONAL**

Alianza Editorial

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



© Fundación Antonio Nebrija, 2023  
© Alianza Editorial, S. A., 2023  
Calle Valentín Beato, 21; 28037 Madrid  
[www.alianzaeditorial.es](http://www.alianzaeditorial.es)  
ISBN: 978-84-1148-389-6  
Depósito legal: M. 17.010-2023  
Printed in Spain

---

SI QUIERE RECIBIR INFORMACIÓN PERIÓDICA SOBRE LAS NOVEDADES DE ALIANZA EDITORIAL, ENVÍE UN CORREO ELECTRÓNICO A LA DIRECCIÓN:

[alianzaeditorial@anaya.es](mailto:alianzaeditorial@anaya.es)

---

## ÍNDICE

Presentación, <i>por Manuel Villa-Cellino</i> .....	11
Nota de los autores.....	15
1. ENSANCHAR EL CONDOMINIO DEL ESPAÑOL: UNA INTRODUCCIÓN .....	17
Cuestión de prioridades.....	17
Valor económico .....	19
Posición (hoy) aventajada .....	21
El tiempo que llega.....	25
Factor de cohesión social .....	30

### PRIMERA PARTE TRES CARTOGRAFÍAS DEL ESPAÑOL

2. LA LENGUA: UN BIEN SINGULAR .....	35
Lengua y demografía .....	35
Lengua y nivel de desarrollo .....	39
Lengua y sociedad digital.....	42
Lengua, identidad y estatus.....	44
3. DEMOGRAFÍA DEL ESPAÑOL .....	47
Panorama actual .....	47
Evolución prospectiva de hablantes: 2030-2050 .....	54
El español entre otras lenguas .....	65

4.	CAPACIDAD DE COMPRA DEL MUNDO HISPÁNICO	71
	Claves de una cartografía económica .....	71
	Poder de compra 2019-2020 .....	75
	Proyecciones 2030-2050.....	80
5.	EL ESPAÑOL EN EL ESPACIO VIRTUAL .....	87
	Un universo difícil de precisar .....	87
	Las lenguas en Internet .....	88
	Una mirada complementaria .....	94
	Capacidad de compra de los internautas .....	104

SEGUNDA PARTE  
EL ESPAÑOL EN LAS RELACIONES  
ECONÓMICAS INTERNACIONALES

6.	LENGUA Y MIGRACIÓN .....	109
	Signo de época: tres dimensiones .....	109
	Modificación de los mapas lingüísticos .....	114
	Los migrantes hispanos en Estados Unidos .....	117
	Los migrantes hispanohablantes en Europa.....	121
	Selección de los mercados.....	123
	La comunidad de lengua y los costes de integración.....	130
7.	EL ESPAÑOL EN LOS FLUJOS DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	141
	Lengua común, mercado común .....	141
	Los países hispanohablantes en el mapa lingüístico del comercio mundial.....	142
	El efecto multiplicador de una lengua común .....	148
	Un puente comercial: perspectiva desde España.....	155
8.	EL ESPAÑOL EN LA ECONOMÍA DIGITAL .....	161
	Del mundo físico al virtual .....	161
	Lengua y economía digital.....	163

El comercio electrónico en los países hispanohablantes .....	171
Un apunte sobre la edición digital .....	182
<b>9. ACTORES Y AGENTES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL .....</b>	<b>189</b>
Introducción .....	189
El proceso de internacionalización .....	191
La estrategia competitiva en los mercados internacionales....	204
Lengua común y funcionamiento organizativo .....	216
Un balance .....	224
TERCERA PARTE	
BALANCE Y RECOMENDACIONES	
PARA LA ACCIÓN	
<b>10. PROMOVER EL ESPAÑOL: UN BIEN SUPERIOR .....</b>	<b>231</b>
Ocho ideas-fuerza.....	231
De la evidencia a las políticas: algunos postulados.....	241
Consolidar la comunidad lingüística.....	249
Preservar la homogeneidad de la lengua .....	249
Convivencia deseable con lenguas minoritarias .....	251
El español como lengua minoritaria.....	255
Ampliar la comunidad de hablantes.....	258
La enseñanza del español .....	258
La acción internacional de la lengua: el Instituto Cervantes .....	264
Política de internacionalización de la enseñanza universitaria.....	266
Medidas de apoyo transversal.....	268
Cuatro esferas de relevancia .....	268
Una gobernanza integrada .....	275
EPÍLOGO .....	279
NOTAS .....	281



## PRESENTACIÓN

La elección de un nombre puede ser una declaración de intenciones, la asunción de un compromiso. Cuando, hace casi cuatro décadas, decidimos vincular nuestro proyecto educativo a Antonio de Nebrija estábamos proclamando nuestro propósito de defender los valores del humanismo, de reivindicar la cultura y el conocimiento científico y, por supuesto, de desarrollar el extraordinario potencial de la lengua española, cuyas bases sentó nuestro eminente filólogo a finales del siglo xv.

Dicho propósito institucional se ha mantenido y agrandado desde entonces, como demuestra el hecho de que siempre haya habido cuatro académicos de la RAE en el Patronato de la Universidad Nebrija.

Por eso mismo, consideramos excelente la propuesta de los profesores José Luis García Delgado, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez para acoger y dar respaldo al libro que estaban elaborando: *Los futuros del español*. Entendimos, además, que ese inspirador estudio debía constituir la primera obra acabada de un proyecto de largo aliento: el Observatorio Nebrija del Español, constituido en el seno de la Fundación Nebrija y dirigido por el catedrático José Luis García Delgado,

formando parte de las iniciativas tomadas con motivo del V Centenario del fallecimiento de Antonio de Nebrija.

El Observatorio busca, en primer lugar, levantar acta del estado actual de nuestra lengua con una visión múltiple, que atiende aspectos demográficos, económicos y culturales. Pero sus objetivos son más ambiciosos; a partir del análisis del presente, se trata de anticipar posibles escenarios, esos diferentes futuros y retos, en competencia mundial con otras lenguas, que deberá afrontar el español en la era digital, a los que alude el título de esta obra.

En la Universidad Nebrija estamos convencidos de que el papel de la institución universitaria es preservar y expandir el conocimiento, proporcionar a los estudiantes la mejor formación para su progreso personal y el de toda la sociedad. Y pensamos que también debemos aportar soluciones a problemas que aún no se han planteado. Por eso, el tercer objetivo del Observatorio Nebrija del Español es formular propuestas, recomendaciones para quienes pueden emprender acciones, como las que se recogen en la tercera parte del libro.

Hemos iniciado una singladura para la que no podríamos contar con mejores pilotos. Los profesores José L. García Delgado, José A. Alonso y Juan C. Jiménez son, sin duda, los mayores expertos en el estudio de la dimensión económica del español, y autores de la más extensa serie de trabajos de investigación que se ha publicado en nuestro país sobre esta materia.

Quisiera destacar que *Los futuros del español* es también el resultado de una visión plural, omnicomprendensiva, de la realidad de la lengua española. Una pluralidad que, en primer lugar, impone asumir una perspectiva panhispánica, pero que también se manifiesta en el interés por nuevos entornos y modalidades de uso del idioma, como las series de televisión, los videojuegos o el pódcast y el audiolibro. Ámbitos, entre otros muchos, que son y serán objeto de estudio del Observatorio Nebrija del Español.

El propósito de colaboración con otras Instituciones y de defensa colectiva de nuestro idioma inspira también el convenio suscrito por la Fundación Nebrija con el Instituto Cervantes, por el que el Observatorio ha abordado el estudio de la situación de las certificaciones del conocimiento del español como lengua extranjera.

El Centenario del fallecimiento de Antonio de Nebrija ha promovido más de un centenar de iniciativas de toda índole, y ha conseguido despertar el interés por el gran humanista y por su época. Nuestra apuesta, tanto de la Universidad Nebrija como de la Fundación, es que este impulso se prolongue más allá de la efeméride con proyectos que pervivan en el tiempo, como el Observatorio Nebrija del Español. *Los futuros del español* es fruto de esta vocación de permanencia y de continuidad. Un empeño que nos comprometemos a mantener.

Manuel Villa-Cellino  
Presidente del Consejo Rector de la Universidad Nebrija  
Presidente de la Fundación Antonio de Nebrija



## NOTA DE LOS AUTORES

Hay causas que merecen perseverar. A la que quiere servir esta obra es, sin duda, una de ellas: realzar la importancia que tiene el español en tanto que lengua de comunicación internacional y crear opinión sobre el carácter estratégico —y no solo desde la perspectiva económica— de este activo intangible compartido por España y la comunidad panhispánica de naciones. Por eso quienes firmamos estas páginas prolongamos con ellas lo que iniciamos hace ya algo más de quince años.

Primero, desde 2006 y durante una década ininterrumpidamente, desarrollamos el proyecto de investigación *Valor económico del español*, promovido por la Fundación Telefónica, con catorce volúmenes publicados entre 2007 y 2016<sup>1</sup>. Luego, de modo intermitente, hemos añadido contribuciones singulares sobre unos u otros aspectos de lo allí abordado<sup>2</sup>. Hasta desembocar en el libro que abren estas líneas, cobijado en el Observatorio Nebrija del Español. Respecto a lo antes avanzado, la obra que ahora se presenta se caracteriza por su mirada prospectiva y su ánimo propositivo: se trata de anticipar lo que el futuro puede deparar

al español como lengua internacional y de sugerir algunas respuestas de política para mejorar su posición en ese escenario incierto.

Para edificar el análisis se ha recurrido a un amplio repertorio de datos de fuentes diversas y a algunos modelos estadísticos de estimación. No obstante, en el desarrollo argumental se han tratado de eludir tanto las complejidades técnicas como las referencias académicas más allá de lo imprescindible. Se ha optado —el lector así lo advertirá— por un tono más bien ensayístico, aunque con el mejor sustento empírico disponible. El deseo es que los mensajes ganen audiencia, incluyendo en esta a los decisores políticos y a los responsables de la diplomacia exterior y de la proyección internacional de España.

Perseveramos, en definitiva, en el empeño; una obligación autoimpuesta que nos dicta la razón y la devoción. La primera, porque el español es el producto más internacional —y valioso en muchos aspectos— de España y de todos los países que lo tienen como lengua propia. La segunda, porque su estudio —también desde la óptica del análisis económico y social— es una forma de expresar respeto y estima por una lengua con la que tan rico patrimonio cultural se ha creado. Como consideración y aprecio se profesa también a las otras lenguas originarias —ibéricas y amerindias— con las que el idioma castellano convive en unos u otros territorios. Todo el orbe panhispánico es plurilingüe, y quien ama una lengua ama todas las lenguas.

José Antonio Alonso, Juan Carlos Jiménez  
y José Luis García Delgado  
Marzo de 2023

# ENSANCHAR EL CONDOMINIO DEL ESPAÑOL: UNA INTRODUCCIÓN

## Cuestión de prioridades

El español es el producto más internacional de España y de todos los países que lo tienen como lengua propia. El más internacional por el número de sus hablantes, repartidos por el ancho mundo, casi 600 millones (596 de usuarios potenciales en 2022, ha sumado el Instituto Cervantes). Y el más internacional, también, por su condición de soporte —materia prima, instrumento o estímulo— de actividades económicas con proyección global. Integrada en el grupo de las grandes lenguas mundiales —junto al chino mandarín, el hindi, el inglés y el francés—, hoy puede aspirar a ocupar el segundo lugar como lengua de comunicación internacional, por detrás del inglés.

En un mundo que suprime fronteras para la producción y los intercambios económicos y para las transacciones financieras, en una época que contempla el incesante despliegue de la sociedad del conocimiento y del ecosistema digital, con la transmisión instantánea de la información y la universalización de más —y más novedosos— productos cul-

turales, las lenguas que han conseguido penetrar en unos y otros recintos nacionales, esto es, las lenguas de comunicación internacional, acrecientan su importancia. El español, ciertamente, es una de ellas.

Todo rema en el mismo sentido. El espacio virtual permite la distancia física de los interlocutores, pero no disminuye el recurso de la lengua; antes bien, lo hace más necesario. Por su lado, a la hora de apostar por señas de identidad diferenciadoras entre países o comunidades, y a la hora de elegir elementos intangibles que potencien la influencia diplomática y política o la promoción económica en el espacio global, la lengua se erige como uno de los más solicitados. Cuando la creciente e intensa competencia entre países realza los aspectos emocionales y la conformación de marcos mentales en los consumidores, el aporte de la lengua puede ser y es muy relevante. La política lingüística —en todo lo que concierne a la promoción internacional— reclama, por tanto, prioridad. Actuaciones firmes al modo —por ejemplo— de Francia, que tanta preeminencia está concediendo a la difusión de su lengua nacional y tanta atención dedica a las comunidades que integran la francofonía. Un buen ejemplo —y no es el único— para el universo hispanohablante, dado que el español cumple, y acentuadamente, esa función como el más importante de los intangibles identificativos del conjunto de las naciones que forman la hispanofonía, inequívoco componente distintivo de todas ellas.

Conviene, por tanto, abordar el estudio de tal recurso, atendiendo al estado que hoy presenta y a las posibilidades de su expansión futura. Demografía —con el fenómeno migratorio muy presente— y economía —con su dimensión digital añadida— son los puntos de vista ahora elegidos, destacando ventajas y beneficios, pero también los flancos que han de reforzarse para asegurar una posición prevalente al español en el mercado mundial de lenguas. Aunque el presente justifique la autoestima, el futuro no está escrito, y debilidades de hoy pueden convertirse en carencias de mañana; la autocomplacencia no ha sido nunca buena compañera. Por eso nos obligamos a formular propuestas que neutralicen riesgos y permitan aprovechar oportunidades.

## Valor económico

Similares propósitos nos impulsaron hace más de tres lustros a adentrarnos en un campo ajeno al convencionalmente reservado a los economistas. Aquel atrevido empeño tomó forma en el proyecto *Valor económico del español*, que dio lugar a una amplia colección de monografías<sup>1</sup>.

¿Por qué fijarnos en la dimensión económica de la lengua? Por razón de la especialización de quienes acometíamos tal estudio, es obvio. Pero un motivo de oportunidad resultó entonces —el primer diseño de la investigación se hizo entre 2005 y 2006— determinante: la economía española ampliaba vigorosamente en esos años la apertura iniciada décadas atrás, con un gran dinamismo exportador, culminando a la vez el formidable proceso de internacionalización empresarial iniciado en el decenio de 1980, hasta el punto de invertir la dependencia tradicional de inversiones extranjeras. Un proceso que tenía como destino principal los mercados iberoamericanos, cuando también algunas de las más pujantes economías de América Latina multiplicaban intercambios comerciales y flujos financieros entre ellas. ¿Jugaba algo la lengua común en todo ese despliegue? ¿En qué medida contribuía a decidir operaciones de comercio y de inversión? Hablar la misma lengua —y compartir modos y pautas culturales que ella lleva consigo—, ¿ayudaba a la apertura y al desarrollo posterior de relaciones económicas? ¿Facilitaba el asentamiento, primero, y la operatividad después de las empresas que se internacionalizaban en los países hispanohablantes? Como al mismo tiempo, en los años interseculares, el flujo migratorio hacia España desde varios países latinoamericanos se había hecho especialmente caudaloso, las preguntas eran ineludibles: ¿influyó la lengua común en la elección del destino de esos desplazamientos? ¿Facilitaba la incorporación posterior al mercado laboral y a la integración social? El momento no podía ser más oportuno para un análisis que tratara de responder a dichas cuestiones.

Estaba bien justificado, en definitiva, emprender el trabajo referido, buscando cuantificar —medir y cifrar— interacciones y efectos intuitivamente perceptibles en no pocas ocasiones. Un reto casi inédito, pues

solo se contaba con una aportación anterior en ese campo, la dirigida por Á. Martín Municio<sup>2</sup>, si bien ese estudio pionero se limitaba al cálculo de la aportación de la lengua a la producción total de bienes y servicios de la economía española. Nuestra meta era más ambiciosa, contemplando todo un haz de potenciales contribuciones del español como lengua internacional.

El resultado de ese esfuerzo permitió, por una parte, revelar y cuantificar la entidad económica del español; por otra, crear opinión sobre la importancia macro y microeconómica de este activo intangible.

Respecto al primero de esos objetivos, se dejó fijado ante todo el cuadro conceptual básico para el entendimiento de la naturaleza económica de la lengua, es decir, para la comprensión de la lengua como *bien económico*. Un bien inasible, pero materia prima o componente fundamental para la producción de otros bienes o para ciertas realizaciones: piénsese en la industria editorial y otras industrias culturales o en la enseñanza del español. Un bien que es, si no soporte principal, sí recurso básico: piénsese en una amplia gama de servicios imprescindibles, desde los financieros a la administración de justicia. Un bien, en fin, que también conforma actividades cuya razón de ser descansa en la provisión de la infraestructura necesaria para la comunicación humana: por ejemplo, las telecomunicaciones.

Un no poco singular bien intangible, en suma, cuyo valor se agranda al asentarse en una pluralidad de países. De modo similar a los recursos que la naturaleza prodiga, la posesión de una lengua internacional se constituye para quien la posee en un activo valioso del que, sin apenas esfuerzo, se extraen réditos, y réditos que son colectivos. Disponer de una lengua internacional consolidada —dicho de otro modo— no está al alcance de cualquiera, y ello es fuente de beneficios para quien la posee. Mientras la pluralidad de lenguas fragmenta el mercado, la existencia de una lengua común convierte en diáfano el espacio para los intercambios.

Fijadas las coordenadas teóricas, el análisis efectuado dejó un extenso repertorio de datos que precisan numéricamente causalidades y efectos reacios a la cuantificación. Por ejemplo, la porción del valor total de la producción de bienes y servicios o del empleo en España que cabe atri-

buir a la lengua; o el efecto multiplicador del español en el comercio y las inversiones exteriores entre los países que comparten la lengua; o el cálculo de la compensación salarial que obtienen los inmigrantes que hablan esa lengua; o el volumen de recursos generado por la enseñanza del español cuando esta actividad se constituye en pieza central de todo un distrito industrial —así se consideró la economía de la ciudad de Salamanca a este propósito—; o el cálculo del ahorro en los *costes de transacción* que la lengua común propicia en procesos de internacionalización empresarial, al aminorar la *distancia psicológica* con la que se contempla el mercado y la percepción de riesgo asociada a la respectiva operación.

Si en el flanco de la medición lo investigado permitió cifrar —por primera vez en bastantes casos— relaciones y efectos, en el de creación de opinión tampoco el trabajo ha resultado estéril. Queremos pensar que la abundante y continuada documentación aportada ha contribuido a la mayor sensibilidad hacia el tema que se aprecia tanto en la esfera pública como en la privada. Declaraciones al respecto por parte de gestores y representantes políticos son cada vez más frecuentes, multiplicándose también convocatorias de encuentros y seminarios académicos sobre un tema hasta no hace demasiado prácticamente ignorado. La sensibilización de la opinión pública, aunque todavía corta, quizá sea ya irreversible. Un logro que a todos beneficia.

### Posición (hoy) aventajada

Simultáneamente a la realización del estudio que acaba de glosarse, dos acontecimientos han contribuido a dar más protagonismo al español en la línea que aquí nos interesa.

El primero atiende a la ventaja competitiva que le confiere al español en el mercado global de lenguas el avance conseguido en su normativización; una normativización consensuada, gracias al programa lingüístico panhispánico desarrollado con la participación de todas las Academias de la Lengua Española.

Tarea coral que no deja de prosperar, habiendo puesto a punto en menos de una década las tres principales obras con carácter normativo

de que puede dotarse una lengua culta, pues al *Diccionario panhispánico de dudas*, publicado en 2005, le han seguido la *Nueva gramática de la lengua española* en 2009, la *Ortografía de la lengua española* en 2010 y la nueva edición del *Diccionario de la lengua española* al cumplirse en 2014 el tricentenario de la Real Academia Española, que ha liderado el trabajo del conjunto. Y que sigue manteniendo un encomiable vigor creativo en este terreno, como lo prueban los diccionarios de especialidad en proceso de elaboración, con un primer logro sobresaliente en su haber: el *Diccionario panhispánico del español jurídico* (2020). En su conjunto, una aleccionadora pauta para otras acciones con proyección en la América hispana que España tiene el deber de encabezar.

Lo hemos subrayado en otras ocasiones, pero no será ocioso repetirlo ahora. Se trata de aportaciones que refuerzan la *homogeneidad* de la lengua —esa cualidad que hace más atractivo su aprendizaje y facilita la *comunicatividad*, esto es, el entendimiento mutuo—, con efectos positivos sobre la expansión, sobre la funcionalidad y, sin duda también, sobre los réditos económicos que genera el español. Con otras palabras: solo el español entre las grandes lenguas internacionales, y merced a ese esfuerzo participado, dispone hoy de ortografía, gramática y diccionario comunes. Se ha ganado la apuesta por la unidad, evitando la fragmentación, como ocurrió en su día con el latín al escindirse en un nutrido ramillete de lenguas neolatinas. El favor que así se le hace al español en tanto que lengua internacional es inequívoco. Se enseña y se aprende, se habla y se escribe con iguales reglas y con léxico común: un privilegio. No se olvide que los lenguajes matemático y musical, los más normativizados, son igualmente los más universales.

En el mapa internacional de las lenguas, esa condición unitaria será provechosa. Como lo será también en el campo de la inteligencia artificial, pues facilitará que el español que aprendan las máquinas responda a pautas comunes gramaticales y lexicográficas. Otra vez aquí la iniciativa de la Real Academia Española debe mencionarse. Supo dicha corporación desde los años finales del siglo xx adelantarse y abrir un proceso de producción y desarrollo de recursos lingüísticos digitales que en poco más de dos décadas la ha situado en la vanguardia de la creación de medios de esta naturaleza: reténgase como prueba los mil millones

de visitas en línea —o consultas virtuales— que recibe cada año el Diccionario de la Lengua Española. Y a esa misma voluntad de anticipación para que el español gane espacio en los ecosistemas digitales responde hoy el proyecto LEIA (Lengua Española e Inteligencia Artificial), cuyo objetivo estratégico es enseñar un español correcto a las máquinas; esto es, que la automatización del lenguaje que estas consiguen «respete el canon fijado por las Academias para el correcto uso de nuestra lengua», diciéndolo con Santiago Muñoz Machado, quien ha hecho notar que «actualmente hay más máquinas hablando español que seres humanos»<sup>3</sup>.

Es cierto que la vitalidad de las lenguas fluye al margen de los dictados académicos, pero esos insumos colocan a la lengua plurinacional —o transnacional— y multiétnica que es el español en una posición no poco destacada.

El segundo hecho que ha situado al español en posición aventajada al iniciarse el siglo XXI lo ofrece la demografía. Una favorable demografía mantenida a lo largo de los últimos cien años, arrojando crecimientos espectaculares: la cifra de hablantes de español se ha multiplicado por seis desde aproximadamente 1920, hasta situarse muy cerca de esos 600 millones ahora (2022) contabilizados. Tal aumento ha coincidido además en los decenios más cercanos con el también rapidísimo de la minoría hispana en Estados Unidos, hasta acercarse a los 60 millones de personas (más de la mitad con derecho a voto, 32 millones, pudieron ejercerlo en la elección presidencial de noviembre de 2020, tres veces más que en 1992, cuando Clinton ganó por primera vez).

Registros muy positivos, en efecto, pero no repetibles. No hay que engañarse; el capítulo 3 de esta obra —que recoge la cartografía demográfica— lo analiza con detenimiento y es cuestión recurrente en otros lugares. Es ya constatable el retroceso en los indicadores de crecimiento de la población en todos los países que hablan español, cuando además la inmigración de latinos a Estados Unidos se ralentiza, hasta perder la primacía desde hace algunos años a favor de la que llega desde el otro lado del Pacífico. La demografía, pues, dejará de ser nuestro aliado, nuestro fuerte, la catapulta de los exitosos recuentos anuales del número de hispanohablantes.

¿Qué hacer para no perder el terreno conquistado? La respuesta es obvia: mayores esfuerzos en ganar hablantes entre quienes no lo tienen como lengua nativa, conquistar espacios y usos para el español hasta hoy dominados por otras lenguas (los ámbitos de la ciencia y de la tecnología, principalmente) y conseguir que el español se preserve en aquellos países donde, sin ser la lengua dominante, existen comunidades considerables de hispanohablantes. Ante el menor empuje demográfico, aumentar por doquier el atractivo de la lengua y potenciar su enseñanza en unas y otras latitudes. Lo primero requiere calidad institucional, creatividad científica y cultural, y economía con capacidad de competir en los mercados internacionales; prestigio, reputación. Lo segundo, dar preferencia a desempeños hasta hoy en situación muy subordinada, como es la enseñanza del español para extranjeros; volcarse en la formación de profesores, multiplicando su número y su calidad, también su estatus; conseguir sistemas de certificación con amplio y justificado reconocimiento. Son requerimientos mucho más que convenientes; son necesarios si queremos ganar el futuro para el español.

Por eso mismo no se debe volver la espalda a la dificultad para mantener el uso del español que se habla en Estados Unidos. Ahí se juega nuestra lengua gran parte de su suerte en los próximos tiempos: ser la segunda lengua de la primera potencia mundial —militar, económica, científica y cultural— es inmejorable credencial. Pero cuidado con los «alegres guarismos» habituales; la calidad del español entre los hispanos deja mucho que desear según estudios recientes: solo la mitad del total tiene un dominio aceptable de él, mientras que un tercio solo lo chapurrea y un quinto lo ha perdido prácticamente. Es verdad que en ciertos estados de la Unión (Nuevo México, Texas, Arizona, Nevada, Florida, Colorado, y también Wisconsin, Pensilvania y Georgia), así como en algunas de las mayores capitales (comenzando por Nueva York), un cierto bilingüismo inglés-español es ya una situación de hecho; pero lo es solo a escala popular y en la calle, no en las Administraciones públicas, en los despachos decisorios de las empresas o en los círculos de alta cultura.

Hay que agradecerle a Steven Spielberg la rotundidad de sus declaraciones con ocasión del estreno de la nueva versión de *West Side Story*

(2021): «Somos un país bilingüe y mi película es la representación de un país bilingüe»; pero la realidad —también la reflejada en esa misma película— está muy lejos de ese ideal. Y acercarse a él obliga a acciones coordinadas de los principales países de habla hispana, con México a la cabeza (pues de México son originarios más de 30 millones de residentes en Estados Unidos), y planteamientos audaces en el campo de las industrias culturales más ligadas a la lengua: editorial, musical y audiovisual global, incluyendo series de ficción, videojuegos y pódcast, tan pujantes desde hace ya varios años y tan crecientemente demandadas en el ámbito juvenil.

### El tiempo que llega

La prioridad que recaba la promoción del español por todas las razones expuestas se hará apremiante a partir de ahora, al compás de los hondos y acelerados cambios que seguirán marcando época. El mercado global de las lenguas no se va a quedar al margen, y habrá que hacer los deberes para que el español al menos mantenga la posición aventajada que hoy ostenta. Esta es la esencia del mensaje que aquí se quiere transmitir.

No se trata ya de recabar atención, es hora de actuar. Bien está el trabajo dedicado a saber lo que se tiene, cuántos somos y cuál es el valor económico de la lengua que compartimos; pero lo que conviene —incluso, urge— hoy es pensar y mirar hacia delante. Y como son varios *los futuros del español* que se presentan ante nosotros, la tarea consiste en escoger la dirección más deseable. Nuestra responsabilidad hoy es pujar por el que más convenga. Por supuesto que los cisnes negros seguirán existiendo, pero hay que evitar que su vuelo nos sorprenda cruzados de brazos.

De la misma forma que los resultados de la investigación realizada años atrás han podido servir para la autoestima de quienes hablamos español, aspiramos a que las páginas de esta obra contribuyan a alertar sobre las dificultades que van a encontrarse en años venideros, espolcando voluntades y compromisos de uno u otro orden. En tres partes se han sistematizado los nueve capítulos que siguen. En la primera, se