

“ESPAÑOL LENGUA GLOBAL” Il successo del *Made in Spain*

ANTONELLA DE LAURENTIIS
UNIVERSITÀ DEL SALENTO

Abstract – In this paper I will analyse the political process, also actively involving the main Spanish and Hispano-American companies, leading to the understanding and promotion of Spanish language as an essential resource for the development of Spain’s economy. The process completed by the President Pedro Sánchez’s new-elected government in the second half of 2018, started in the early 90s and involved a plurality of voices from the political and academic sphere as well as from the business world (*RAE, ASALE, Telefónica, Banco Santander*). All these institutions, in many occasions, promoted and guided specific actions supporting this shared glottopolitical goal. In particular, the analysis will examine the project “Español lengua global” as a part of the wider *Marca España* that can be considered the last act of the former Spanish President’s Mariano Rajoy’s linguistic policy.

Keywords: Glottopolitics; Economy; Marca España; Panhispanism; Polycentrism.

*Las lenguas son realidades más vastas que las
entidades políticas e históricas que llamamos naciones.*
(O. Paz “La búsqueda del presente”, 1990).

1. La promozione della lingua spagnola e la *Marca España*

Con il presente contributo proponiamo una serie di riflessioni che prendono spunto dal discorso pronunciato il 24 gennaio del 2018 dall’allora presidente spagnolo Mariano Rajoy in occasione della presentazione, presso il museo *Reina Sofía* di Madrid, del progetto dal titolo “El Español Lengua Global”. Il progetto, trasformato in Real Decreto dal re Felipe VI il primo febbraio del 2018, si presenta come una linea guida operativa e programmatica che sintetizza e attua i risultati conseguiti dai diversi protagonisti della politica linguistica ed economica spagnola come la Real Academia Española e l’Istituto Cervantes, e alcune compagnie private quali *Repsol, Banco Santander* e *Telefónica*; a quest’ultima, in particolar modo, è stato affidato nel 2005 uno studio decennale volto ad appurare e a quantificare – come vedremo – il valore economico della lingua spagnola.

Rajoy inizia il suo discorso con la celebrazione del cinquecentesimo anno dalla spedizione di Magellano ed Elcano, che non esita a definire come il primo giro del mondo compiuto dalla lingua spagnola:

La importancia de aquel viaje no puede acotarse a lo geográfico, a lo científico o a lo económico. Aquella hazaña liderada por españoles revolucionó la Historia en todos sus ámbitos, abrió un nuevo horizonte a nuestra cultura. Fue la *primera vuelta al mundo del español*, la primera vez que nuestro idioma se convirtió en *vehículo global de conocimiento y de comercio*; un conocimiento y un comercio que a partir de entonces se abrieron en un caudal de ida y vuelta; un caudal enriquecedor para muchas naciones en los cuatro puntos cardinales del globo (Rajoy 2018, nostro il corsivo).

Le celebrazioni, in questo caso, sono soltanto il pretesto per promuovere il progetto “El Español Lengua Global” le cui finalità e modalità di realizzazione chiarisce, almeno programmaticamente, nel prosieguo del suo discorso:

Celebramos lo que más une, lo que nos hace más fuertes a todos. Es, en definitiva, un gran día para el español, para la cultura en español y para España (Rajoy 2018).

Si tratta, come si evincerà dalla seguente affermazione, di un progetto inteso come una vera e propria questione di stato, che mira a preservare, per le future generazioni, il patrimonio linguistico e culturale, autentica e preziosa “dote” da lasciare in eredità.

Un proyecto, el de la lengua y la cultura en español, que es para nosotros un *asunto de Estado*; algo en lo que vamos a trabajar con intensidad, con la certeza de que responde al interés de todos los ciudadanos y con la seguridad de que es un *patrimonio* que tenemos la obligación de *custodiar y legar* a las próximas generaciones (Rajoy 2018, nostro il corsivo).

Dopo aver elogiato la ricchezza culturale e letteraria in lingua spagnola, l'ex presidente del governo sottolinea come, proprio a partire da questo immenso potenziale, si sviluppi il progetto “El Español, Lengua Global”, con il fine di attuare pienamente le possibilità insite nella lingua spagnola nel resto del mondo. A tal proposito si sofferma sull'importanza di quelle che definisce le tre dimensioni dello spagnolo: “el español como producto”, “el español como soporte” e, infine, “el español como mercado”.

La prima si deve soprattutto al lavoro svolto dall'Istituto Cervantes nel diffondere e promuovere l'insegnamento della lingua a livello mondiale; inoltre, sottolinea Rajoy, la Spagna è una delle mete principali degli studenti Erasmus e lo spagnolo è la seconda lingua parlata negli Stati Uniti. Per quanto riguarda “el español como soporte”, si pone l'accento sui settori dell'editoria e dell'audiovisivo oltre alla sempre più importante crescita e diffusione delle tecnologie e dei nuovi servizi digitali in lingua spagnola. Infine, “el español como mercado” si riferisce in modo chiaro all'aspetto economico della lingua poiché, “en plena globalización, quien dispone de un vehículo de comunicación global como el nuestro se sitúa en primera línea de oportunidades de crecimiento económico” (Rajoy 2018).

Queste tre potenzialità della lingua spagnola, secondo Rajoy, dovrebbero produrre un incremento della ricchezza, una diffusione della cultura in lingua spagnola e un consolidamento di una non ben chiarita identità. Tra gli strumenti individuati spiccano, come si è potuto osservare, l'espansione dei contenuti digitali in spagnolo, lingua che è al terzo posto tra quelle più usate in rete e al secondo posto per quanto riguarda i social networks:

En estos momentos, el español es la tercera lengua más utilizada en Internet y la segunda en las redes sociales. Esa capacidad de comunicación representa muy bien el valor cuantitativo y cualitativo del español en el mundo. Se trata de algo que trasciende lo lingüístico y que nos invita a reformular su valor como agente global productor de riqueza, identidad y cultura (Rajoy 2018).

Continuando l'analisi del discorso presidenziale, possiamo vedere come Rajoy passi dalla descrizione dei tre pilastri chiave per la crescita e lo sviluppo della lingua spagnola alla loro applicazione attraverso due grandi linee di azione: la prima riguarda “la cohesión y la vocación global de la lengua española” e la seconda “el valor económico del español”. Accanto ad esse non poteva mancare il richiamo alla necessità di preservare l'unità della lingua spagnola in collaborazione con le altre Accademie della Lingua:

Buscaremos preservar su *unidad* en coordinación con todos los países donde es lengua oficial, con las *Academias de la Lengua*, las universidades, los medios de comunicación y multimedia en general (Rajoy 2018, nostro il corsivo).

Il progetto prevede, inoltre, l’istituzione della figura del “Embajador del español”, cioè di personalità del mondo della cultura che offriranno la propria immagine per promuovere nel resto del mondo la cultura in lingua spagnola e, infine, l’istituzione di un Erasmus Iberoamericano che, tuttavia, è già attivo nelle Università spagnole dal 2016, come si evince anche da un articolo pubblicato su *El País* il 27 gennaio del 2018 dall’eloquente titolo “Rajoy anuncia un Erasmus Iberoamericano del español que ya existe”. In questo articolo si sottolinea, inoltre, la volontà di applicare incentivi fiscali per poter promuovere al meglio la partecipazione del settore imprenditoriale spagnolo e iberoamericano al progetto in questione:

Entre las iniciativas que arroparán ese Erasmus Iberoamericano estarán también la designación de embajadores del español con personalidades que prestarán su imagen para promover la cultura en este idioma; se fomentará la implicación de la sociedad civil y el sector privado poniendo a su disposición incentivos fiscales de hasta un 90% de desgravación para la promoción de ese proyecto; y se creará un [...] Plan de Empresarios por el Español, destinado a empresas y multinacionales españolas e iberoamericanas (Casqueiro 2018).

A tal proposito Rajoy enuclea gli obiettivi da realizzare in collaborazione con l’intera Comunità Iberoamericana, come si legge nella parte conclusiva del suo discorso:

Junto con la *Comunidad Iberoamericana*, queremos ocupar la primera fila en los nuevos cambios que ya estamos viviendo. Son tiempos de unión, de *globalización*, de apertura al mundo, de *cultura colaborativa*, de acuerdos, de *cohesión* y de *fortaleza* institucional. Es tiempo de vivir, comprender y construir un *nuevo mundo en español* de grandes horizontes y posibilidades, y estamos ante una ocasión inédita en la *Historia* que no vamos a dejar escapar: la de *liderarlo* (Rajoy 2018, nostro il corsivo).

Per quanto finora riferito sui contenuti del discorso analizzato non sarà certo malizioso chiedersi a chi si riferisca Rajoy quando parla di leadership indiscussa del nuovo mondo in spagnolo in quella che definisce un’occasione unica nella “Storia”. La percezione, condivisa con la *Asociación de Academias de la Lengua Española* (ASALE), come vedremo dalle reazioni assai critiche che proverranno da oltreoceano, è quella di un ritorno al passato, a una visione ispanocentrica di cui le realtà ispanoamericane rappresentano la risorsa indispensabile per una penetrazione realmente globale dello spagnolo come prodotto. D’altra parte non potrebbe essere diversamente se si pensa che al di là degli slogan e dei convenevoli, la storia, le istituzioni, il livello di ricchezza ed equità sociale della Spagna sono notevolmente distanti da quelli degli stati ispanoamericani, aspetto non trascurabile quando simili dichiarazioni provengono da un capo di governo. Pertanto, l’appello ad una ideale “Comunità Iberoamericana”, che può immaginarsi coesa solo nello sforzo di sostenere un progetto concepito unilateralmente, è da ritenersi una concessione retorica per giustificare una politica linguistica di natura strettamente economica che vede nello stato spagnolo il maggiore beneficiario. Quanto detto sembra trovare conferma nelle stesse parole di Mariano Rajoy:

Dos grandes líneas de actuación van a centrar las medidas del proyecto: - Primera, la *cohesión* y la *vocación global de la lengua española* [...]. - En segundo lugar, el *valor económico del español*. La cuantificación del potencial de nuestro idioma nos sitúa ante el escenario de esos 570 millones de hispanohablantes que conforman una *gran sociedad* de negocios e intercambios comerciales ajenos a toda frontera (Rajoy 2018, nostro il corsivo).

Il richiamo al valore economico della lingua spagnola, che sposta in secondo piano la dimensione culturale della comunità ispanofona finisce, quindi, col ridurre al ruolo di grande mercato il folto numero degli ispanoparlanti riproponendo, tuttavia, quella retorica componente simbolica e identitaria che presenta la lingua come patrimonio condiviso, elemento principale di unione, e il ben noto riferimento a un passato comune, alla storia che consentì l'“incontro” tra due civiltà (Rizzo 2016, p. 64).

Il Real Decreto, con cui le proposte presentate da Rajoy hanno trovato piena attuazione, prevede alcuni cambiamenti riguardanti le iniziative di promozione della lingua spagnola come lingua globale e come risorsa economica:

Se introduce una nueva letra e) en el artículo 4:

«e) Impulsar y coordinar las iniciativas de promoción del valor de la *lengua española* como *lengua global* y su puesta en valor como *activo* en cualquier ámbito y, especialmente, en los ámbitos económico, político, social, cultural o *digital*» (*Boletín Oficial del Estado* 2018, p. 13053, nostro il corsivo).

Lo “spagnolo” va riconosciuto, dunque, come risorsa all'interno dei diversi settori della vita politica ed economica senza che sia trascurato il ruolo che, come sottolineato più volte dallo stesso Rajoy, la lingua spagnola deve avere in seno ai mezzi di comunicazione informatica.

España posee entre sus lenguas una de las más extendidas del mundo y atesora un acervo cultural de primerísima magnitud que es compartido por una *gran comunidad* cultural y lingüística como es la *comunidad hispana*.

La lengua española constituye un instrumento esencial en la promoción internacional de *España* y se erige como área de especial relevancia en el proyecto de *Marca España*.

La expansión y el prestigio de la cultura en español han convertido a la lengua española en una herramienta *global* de comunicación. [...]

El español es uno de los principales *activos* de nuestro país, tanto como transmisor de nuestra riqueza histórica y cultural, como por su capacidad de generar oportunidades para toda la *comunidad hispanohablante* en su creciente *vocación globalizadora*. Este gran potencial requiere un proyecto de Estado del *español como lengua global*, que aglutine y coordine las diferentes iniciativas que coexisten en torno a la lengua y la *cultura en español*, y que se incardina en los planes, inspiraciones y objetivos específicos de la *Marca España* (*Boletín Oficial del Estado* 2018, p. 13051, nostro il corsivo).

Il decreto offre continui richiami alla comunità ispanofona con “vocazione alla globalizzazione” e alle ampie opportunità che si prospettano nell'investire nella “cultura in spagnolo”. Ci sembra opportuno sottolineare come, in questo decreto, sia celebrata anche la varietà linguistica presente in Spagna all'interno della quale lo spagnolo emerge per diffusione e importanza. È percepibile, quindi, una sorta di contraddizione tra la suddetta varietà e il fatto che soltanto la lingua spagnola rientri all'interno della *Marca España*, cioè di quei tratti distintivi e caratterizzanti dello stato iberico. Inoltre, il decreto reale è rivolto principalmente agli investitori peninsulari con l'obiettivo di promuovere il proprio paese a livello internazionale. Diventa chiara, pertanto, la scelta di modificare la denominazione dell'“Alto Comisionado para la Marca España” in “Alto Comisionado para la Marca España y la promoción del español”.

2. Gli antefatti dell'attuale glottopolitica spagnola

Per comprendere il valore e la portata del progetto “El Español Lengua Global”, è opportuno chiarire il contesto molto ampio in cui questo si colloca e le cui radici affondano nei primissimi anni '90. Il discorso pronunciato dall'ex presidente Rajoy e i successivi atti

governativi si inseriscono, infatti, all’interno di un processo di politica linguistica ed economica portato avanti negli ultimi decenni dalle istituzioni spagnole. Se la componente ideologica è rappresentata dall’azione normativa della *Real Academia Española* (RAE) e della *Asociación de Academias de la Lengua Española* (ASALE), è certamente alla *Fundación Telefónica* che si affida, con il progetto decennale “El valor económico del español”, la dimostrazione dell’equivalenza tra lingua spagnola e risorsa economica.

Dal punto di vista istituzionale il primo atto che ha contribuito alla nascita e allo sviluppo del progetto glottopolitico spagnolo è stata la costituzione, nel 1991 a Guadalajara in Messico, della *Conferencia Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno* all’interno della *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura* (OEI), organismo internazionale di cui fanno parte ventiquattro paesi, inclusa la Spagna. Il tema della prima Conferenza è stato quello dell’educazione come inclusione, ma al tempo stesso si tratta del primo incontro all’interno del quale si è discussa l’importanza della promozione della lingua spagnola come strumento di sviluppo socio-economico:

De esta manera, se inició el camino de concertación política de los gobiernos en su intento por buscar soluciones conjuntas a los desafíos que enfrentan las naciones iberoamericanas y convertir el conjunto de afinidades históricas y culturales de la Comunidad en un instrumento de unidad y desarrollo, basado en el diálogo, la cooperación y la solidaridad (<https://www.segib.org/?summit=i-cumbre-iberoamericana-guadalajara-mexico-1991>).

Il 21 marzo del 1991, inoltre, il Governo spagnolo, con il patrocinio della corona, crea l’Istituto Cervantes che, sin dalle sue origini, ha la duplice finalità di promuovere l’insegnamento della lingua spagnola e diffondere la cultura della Spagna e dei Paesi Ispanoamericani. In effetti, è proprio a partire dagli anni ’90 che il mondo istituzionale spagnolo, a più riprese, ha fatto del panispanismo il vessillo sotto il quale dare nuovo impulso alla diffusione dello spagnolo e alla sua normativizzazione. Il *leitmotiv*, motto e artificio retorico costantemente ripetuto, è sempre stato quello della celebrazione delle comuni radici culturali, storiche e linguistiche pur nel rispetto e valorizzazione delle diversità.

“Unidad en la diversidad” e “Panhispanismo” sono state e continuano ad essere espressioni ricorrenti all’interno dei discorsi pronunciati in varie occasioni sia dai reali Juan Carlos e Felipe VI, sia da illustri accademici e direttori dell’Istituto Cervantes. Vedremo, inoltre, come queste stesse espressioni siano presenti anche nei volumi pubblicati grazie al finanziamento della Fondazione spagnola *Telefónica*.

Nel 2000 l’ex direttore dell’Istituto Cervantes e direttore onorario de la *Real Academia Española*, Víctor García de la Concha, affermava:

Es realmente emocionante cómo la lengua está sirviendo de lugar de encuentro y no sólo como canal de comunicación. La lengua nos hace *patria común* en una *concordia superior*. [...] Mantener la *unidad del español* es un objetivo superior, una cuestión de *política hispana* de primer orden (*El País*, 7/09/2000, nostro il corsivo)¹.

Lo stesso tenore e le medesime espressioni risaltano nel discorso pronunciato dal re Felipe VI nel 2014, in occasione dei festeggiamenti per i 300 anni della RAE:

El objetivo fundacional de fijar la lengua nacional se ensancha así para situarse en la defensa de la *unidad de un idioma*, el español, que hoy comparten casi 500 millones de personas en todo el mundo y que se ha convertido en un hecho realmente universal. [...] Me agrada recordar

¹ Il passo riportato di García de la Concha è citato da José Del Valle in un suo articolo del 2007, *La lengua, patria común: la hispanofonía y el nacionalismo panhispánico*.

especialmente el impulso decisivo que mi padre el Rey Don Juan Carlos dio al trabajo académico durante su reinado, con particular atención a la denominada *política lingüística panhispánica*. [...] La Academia afronta en la actualidad los retos que le plantea un tiempo nuevo en el que el idioma español se ha convertido ya en la segunda lengua de comunicación internacional y en un *activo económico* de primer orden (Felipe VI 2014, nostro il corsivo).

In questo caso il re aggiunge al discorso dell'accademico l'importanza del valore economico della lingua spagnola preannunciando, in tal modo, gli studi e le ricerche che saranno pubblicate l'anno seguente. Ci riferiamo al già citato progetto "El valor económico del español", al quale ha partecipato una équipe di economisti, sociologi e linguisti e il cui risultato è stata la pubblicazione di quattordici monografie volte a dimostrare il valore di una lingua parlata da una comunità di circa 500 milioni di persone e il cui apporto al prodotto interno nazionale è quantificato "empiricamente".

In questi volumi si analizza in dettaglio il valore economico che la lingua come prodotto detiene dagli anni '90 e, nell'ultima pubblicazione, dal titolo *Lengua, Empresa y Mercado* (2016), si sottolinea l'importanza che il comune idioma ha rivestito per gli investitori spagnoli nella scelta dei mercati iberoamericani. Citiamo un breve passo che sembra rievocare la metafora della "patria común" a cui si riferiva quindici anni prima l'accademico Víctor García de la Concha:

América Latina era el mercado regional que tenía la ventaja de encontrarse a una *menor distancia psicológica* para el inversor español. Eran mercados más conocidos y familiares. La *comunidad de lengua* se alzaba entonces como un factor facilitador muy notable, por cuanto reducía los costes de acceso y facilitaba la penetración empresarial. *Comunidad de lengua* que, como se ha repetido en esta obra, no es sino la manifestación más visible de otra serie de rasgos comunes en los ámbitos cultural, institucional, de usos y costumbres e, incluso, de la existencia previa de una densa red de vínculos entre personas e instituciones (García Delgado, Alonso, Jiménez 2016, pp. 182-183, nostro il corsivo).

Il concetto di minor distanza psicologica è ben chiarito dallo stesso economista José Luis García Delgado, professore emerito dell'Università Complutense di Madrid e co-direttore del progetto, in una intervista rilasciata nel 2017 al quotidiano *La opinión de Murcia*, in cui afferma che la "lengua común actúa como una moneda única" e spiega quali sono i vantaggi derivanti da una moneta comune, nel nostro caso rappresentata dalla lingua spagnola: "que ahorra muchos costes de transacción, lo que se nos va en el cambio. Agiliza los trasvases, los intercambios y la lengua es una moneda común, también interactúa"².

L'autorevole opinione del professore García Delgado è tanto più importante se si pensa che le sue analisi relative alla lingua spagnola come risorsa già nel 2010 aggiungevano un tassello importante nella comprensione della vasta scacchiera all'interno della quale, oltre alle istituzioni di cui si è fatta menzione, hanno ricoperto un ruolo di primaria importanza anche i *Congresos Internacionales de la Lengua Española (CILE)*. In una relazione presentata in occasione del quinto *CILE* (Valparaíso 2010) l'economista spagnolo chiarisce come, già all'interno del Congresso del 2001 – unico fino ad oggi tenutosi in Spagna, nella città di Valladolid – il concetto di lingua spagnola come risorsa economica da lui stesso sostenuto abbia dato avvio, nel 2005, alle ricerche finanziate da *Fundación Telefónica*.

Fueron esas iniciativas en torno al *Congreso de Valladolid* las que acabaron alentando algo más tarde, ya en 2005, el diseño de un amplio proyecto de investigación, con el apoyo desde el

² L'intervista è stata realizzata in occasione del conferimento della laurea *honoris causa* al professore García Delgado presso l'Università di Murcia.

principio de *Fundación Telefónica*, concebido para actualizar lo hasta entonces realizado y para profundizar resueltamente en un tema, la *entidad económica de la lengua española*, cuyo interés no deja de acrecentarse día a día en un escenario mundial marcado por el avance de la *globalización económica*, cultural y geoestratégica (García Delgado, *V CILE* 2010, nostro il corsivo).

Il *CILE* del 2001 è stato anche l’unico incontro al quale hanno partecipato, in modo ufficiale, alcuni rappresentanti di imprese spagnole con forti interessi economici in America Latina e che hanno anche patrocinato l’evento: *Telefónica* e *Iberia*. Da questo momento in poi la dimensione economica della lingua spagnola diventerà parte integrante di queste celebrazioni e sarà legittimato il connubio lingua-mercato (Rizzo 2016, p. 64).

Per meglio comprendere l’organicità del progetto glottopolitico spagnolo occorre tenere presente che nel 2003, in occasione della tredicesima *Cumbre Iberoamericana* svoltasi a Santa Cruz in Bolivia, è stata istituita la *Secretaría general iberoamericana* (Segib), con sede a Madrid, che sarà guidata, proprio a partire dal 2005, da Enrique Iglesias, ex presidente del *Banco Interamericano del Desarrollo* (BID) ed ex segretario della *Comisión Económica para América Latina y el Caribe* (CEPAL). Questo aspetto non è certamente trascurabile se si vuole avere una più chiara visione della fitta rete istituzionale che unisce la Spagna alle grandi aziende e ai sistemi bancari d’oltre oceano e getta una maggiore luce sulle ragioni che hanno portato molte aziende iberoamericane ad investire dal 2005 al 2010 in modo crescente all’interno della penisola iberica³.

Se le *Cumbres Iberoamericanas* rappresentano l’organo politico-amministrativo internazionale e decisionale, i *CILE* rappresentano il contesto culturale e celebrativo all’interno del quale gli intenti ideologici e le strategie economiche possono trovare un proprio spazio discorsivo. Questi ultimi, infatti, si propongono come i momenti e i contesti più fruttuosi per l’incontro tra aziende, investitori e rappresentanti governativi per addivenire alla concretizzazione di quanto espresso a livello teorico e progettuale. Inoltre, è indicativo il fatto che la *RAE* e l’Istituto Cervantes abbiano un ruolo di rilievo nelle sessioni inaugurali e conclusive dei Congressi, poiché ciò contribuisce alla formazione di uno spazio importante di visibilità e di legittimazione delle due stesse istituzioni all’interno del mondo ispanico (Rizzo 2016, p. 69).

Non è certo casuale il fatto che il primo *CILE*, risalente al 1997, sia stato celebrato nella città di Zacatecas, in Messico, paese in cui maggiormente si erano concentrati gli investimenti delle multinazionali spagnole e dove vive il maggior numero di ispanoparlanti. Nell’ambito del secondo Congresso (2001), nella sezione intitolata “El activo del español”, oltre alla citata conferenza del professore García Delgado, è opportuno accennare all’interessante contributo di un altro economista spagnolo, Ramón Casilda Béjar, il quale sottolinea l’importanza della lingua comune nei rapporti economici tra Spagna e America Latina. Al contempo, l’economista denuncia l’inquietudine espressa dall’opinione pubblica di essere prossimi a quella che viene definita una vera e propria “reconquista española”:

Ahora con otras ideas, perspectivas e ilusiones que nos confieren las nuevas armas: las empresas españolas, que se han expandido con los nuevos vientos de la *globalización*. [...] la extraordinaria posición alcanzada en este continente ha sido posible gracias a *nuestro extraordinario aliado: el idioma*, causa y efecto de nuestra *afinidad cultural, psicológica y afectiva*. [...]. Con algunos componentes de nacionalismo, pero sobre todo con una preocupación legítima respecto del futuro funcionamiento de los mercados, la opinión pública – tanto en América Latina como en España – está manifestando su *inquietud* por esta ya llamada “*reconquista española*” (Casilda Béjar, *II CILE* 2001, nostro il corsivo).

³ A tal proposito si veda l’interessante studio realizzato da Danilo Manera, *Il potere dello spagnolo*, pubblicato sulla rivista italiana di geopolitica *Limes* nel 2010.

Il connubio tra ideologia e obiettivi economici della politica linguistica risulta ancor più evidente se si riflette sul fatto che i principali finanziatori delle attività svolte dall'Istituto Cervantes, dalla *RAE* e dall'organizzazione dei *CILE* sono stati, oltre al governo spagnolo e alla corona, soprattutto alcune multinazionali spagnole come *Telefónica*, *Repsol*, *Iberia* e vari istituti bancari.

Sebbene la retorica ideologica a sostegno del valore economico della lingua spagnola abbia costantemente posto l'accento sui già citati concetti di “panispanismo”, “patria comune” e “unità nella diversità”, non è certamente sfuggito a molte voci dissenzienti l'ispanocentrismo della politica linguistica in oggetto (Cfr. De Laurentiis 2018, pp. 357-360). Moreno Cabrera, professore presso l'Università Autonoma di Madrid, una delle voci più apertamente in contrapposizione rispetto alle posizioni ufficiali espresse dal governo spagnolo e dai reali accademici, parla apertamente di “nazionalismo linguistico”, ideologia che definisce in questi termini:

Ideología según la cual el español es una lengua superior a los demás idiomas con los que convive o ha convivido. [...] Según esta ideología, el castellano fue visto desde el principio, por razón de esta superioridad, como una lengua especialmente ventajosa para la comunicación y el entendimiento mutuo, así como para todo tipo de actividades jurídicas, políticas y económicas. [...] Según esta ideología, cualquiera que se atreva a negar o poner en cuestión esos postulados lo hará, la mayor parte de las veces, llevado por un apego nacionalista a su lengua propia, mucho menos ventajosa, útil y necesaria que el español (Moreno Cabrera 2011, pp. 306-307).

Tali critiche, d'altra parte, trovano negli atti ufficiali della corona vere e proprie conferme. Il 13 febbraio del 2017, durante la cerimonia di chiusura del progetto “El valor económico del español”, si è chiarito apertamente il fine delle ricerche: “cuantificar económicamente nuestra lengua”. Nelle pubblicazioni scaturite da questo progetto si ribadisce, inoltre, l'importanza di abbandonare l'obiettivo della purezza linguistica in favore dell'unità al fine di ottenere “un'arma industriale” sicuramente più efficace sul piano degli investimenti delle multinazionali, delle relazioni commerciali e, non ultimo, della vendita del prodotto lingua nei paesi non ispanoparlanti.

El tercer hecho, en fin, que alienta la expansión del español, en este caso al facilitar su aprendizaje, es la reforzada cohesión idiomática que se está consiguiendo en el orbe hispanohablante gracias a la *política lingüística panhispánica* desplegada por la Asociación de las Academias de la Lengua Española, siguiendo aquel sabio mandato proclamado hace más de medio siglo por Dámaso Alonso: en lo tocante a la lengua, es preferible aspirar a la *unidad* antes que a la *pureza* [...] solo el español ha logrado consensuar los tres códigos fundamentales de toda lengua culta: código gramatical, código léxico y código ortográfico. Y esa *unidad* de la lengua española es lo que hace de ella «una auténtica arma industrial», el «mayor y más valioso activo intangible que tiene la economía española», y ambas son expresiones de conocidos empresarios (García Delgado, Alonso, Jiménez 2016, pp. 17-18, nostro il corsivo).

Alle affermazioni contenute in questo passo fanno eco le parole del re Felipe VI il quale, ancora una volta, sostiene l'importanza dell'unità nella diversità e del raggiungimento di un primato ineguagliato della lingua spagnola, cioè quello di essere l'unica ad avere vinto la prova dei secoli, ad essersi diffusa in tutto il mondo e ad avere una norma condivisa. Non di secondaria importanza il richiamo al valore economico dello spagnolo, paragonato dal re alle risorse naturali e utile essenzialmente al settore imprenditoriale per lo sviluppo di investimenti e relazioni commerciali (Felipe VI 2017).

Che l'investimento economico nell'organizzazione dei *CILE* e di altri simili eventi sia ampiamente giustificato dai margini di guadagno e profitto emerge in modo chiaro dalle affermazioni dell'economista García Delgado secondo il quale il valore economico dello spagnolo, vera e propria “risorsa immateriale”, può essere espresso attraverso tre concetti

chiave: *peso*, *palanca* e *premio*. La lingua, infatti, è da considerare come un bene economico pubblico, una vera e propria risorsa naturale o *peso*, che non ha costi di produzione e il cui uso ne aumenta il valore; inoltre, la lingua intesa come *palanca* ha la capacità di promuovere produzione e scambi economici riducendo le distanze psicologiche e comunicative e abbattendo persino i costi legati alla traduzione e alla interpretazione nell’ambito degli scambi commerciali; infine, lingua come *premio* perché permette a coloro i quali hanno imparato lo spagnolo, o che lo parlano già, di inserirsi in modo più efficace all’interno del tessuto lavorativo di stati come gli USA o la stessa Spagna, guadagnando fino al 30% in più di chi non conosce la lingua. Infine, Delgado sottolinea l’importanza di preservare la competenza linguistica in spagnolo degli ispanici che vivono negli Stati Uniti: “es un cometido crucial, pues ahí se juega en gran medida el futuro del español, sin que la suerte esté todavía decantada” (García Delgado 2016, p. 18).

È interessante il fatto che si sottolinei, in diverse occasioni, il non voler sostituire l’inglese come lingua franca⁴ ma, dall’altro lato, risulta evidente come tutte le affermazioni fatte puntino in una direzione ben diversa. Non è un caso, infatti, che l’ultimo *CILE* del 2016 sia stato celebrato a san Juan de Puerto Rico, capitale dello Stato libero associato di Porto Rico, dipendente dagli Stati Uniti, la cui moneta ufficiale è il dollaro statunitense e nel quale, soltanto nel 1991, lo spagnolo è stato dichiarato unica lingua ufficiale del paese!

Riportiamo qui di seguito le parole di apertura del Congresso del re Felipe VI, un *Congreso panhispánico* il cui significativo motto è “Diálogo de lenguas y culturas”:

Es la primera vez que un *Congreso panhispánico* de esta serie inaugurada en 1997, se celebra en un país tan íntimamente ligado al conjunto de los *Estados Unidos*, y va a dedicar una atención especial al *diálogo de las lenguas*: del español con todas las lenguas originarias de cada país; del castellano con el eusquera, el catalán y el gallego. Y, naturalmente, del español como lengua en contacto aquí con el inglés (Felipe VI 2016, *VII CILE*, nostro il corsivo).

La valorizzazione delle comunità ispaniche negli Stati Uniti rientra all’interno di quegli obiettivi che non sono stati ancora raggiunti, come è possibile evincere anche dai risultati presentati nel volume *Valor económico del español*. Il professore García Delgado, coautore della stessa monografia, sottolinea quali siano ancora oggi i limiti da superare affinché si consegua un autentico processo di globalizzazione della lingua spagnola; tra questi emergono, ad esempio, il fatto che, pur essendo lingua ufficiale presso istituzioni quali l’ONU e l’Unione Europea non sia però lingua franca e, di certo non meno importante, la necessità di una sua maggiore diffusione all’interno della comunità scientifica.

Nella stessa monografia è posta, sempre in chiave retorica, anche la questione dell’importanza della difesa del plurilinguismo. Tale presa di posizione dimostra di essere una mera concessione, tenuto conto che viene affermato, all’interno del medesimo studio, che “la promoción de estas (lenguas), minoritarias a escala de toda la comunidad hispanohablante, no ha de redundar en peor dominio de la lengua mayoritaria que aporta tantas posibilidades en una economía y una sociedad globales” (García Delgado, Alonso, Jiménez 2016, pp. 192-193). Si sottolinea, ancora una volta, il ruolo egemonico dello spagnolo in funzione del suo valore economico a discapito delle cosiddette “lenguas minoritarias”.

⁴ A tal proposito è interessante quanto riportato nel volume *Lengua, empresa, mercado* (2016): “No debe malinterpretarse este resultado, que en nada pone en cuestión el carácter del inglés como lengua franca de los negocios internacionales, ni, por esta vía, su mayor importancia comercial frente a cualquier otra lengua, incluido el español”, p. 135. Lo stesso concetto ricorre anche in alcuni dei volumi precedenti, quali *Economía del español* (2007) e *Valor económico del español* (2012).

Se il mercato statunitense, per le ragioni su esposte, appare come uno degli obiettivi principali da raggiungere è altrettanto vero che la lingua spagnola è stata utilizzata anche come un prodotto in grado di favorire la penetrazione degli investimenti cinesi in America Latina, come messo in luce da Javier Rupérez e David F. Vítóres nel volume *El español en las relaciones internacionales*: “el español en China es importante porque su relación comercial con Iberoamérica es cada vez mayor” (2012, p. 137). Questa osservazione chiarifica in parte le intenzioni e i principali obiettivi dei viaggi in Oriente dei due primi ministri José Luis Zapatero e Mariano Rajoy in visita presso le sedi dell’Istituto Cervantes di Pechino: promuovere l’insegnamento della lingua spagnola in Cina con l’obiettivo di aumentare i rapporti tra questa e i paesi ispanoamericani, ovviamente con la finalità di consolidare l’immagine del proprio paese e della *marca España*:

Un estudio de hace unos años valoraba en un 15% el *Producto Interior Bruto (PIB)* de España el importe de toda la riqueza derivada de las industrias culturales que utilizan *la lengua de Cervantes* (Zapatero, Istituto Cervantes di Pechino, 12/04/2011, nostro il corsivo).

En la actualidad, el español constituye el 15 % de nuestro *Producto Interior Bruto (PIB)* y es, además, una de nuestras más sólidas herramientas para promocionar nuestra presencia exterior y para *consolidar la imagen y marca España*” (Rajoy, Istituto Cervantes di Pechino, 26/09/2014, nostro il corsivo).

Alle obiezioni di tipo ideologico mosse alla nuova politica panispanica dal professore Moreno Cabrera, da lui definita come una mera sovrastruttura tesa a nascondere obiettivi neocoloniali da parte delle multinazionali spagnole all’interno dell’America Latina, fanno eco le altrettanto interessanti obiezioni poste dal professore basco Uharte Pozas il quale, utilizzando una chiave di lettura diversa, analizza l’impatto delle multinazionali spagnole sul mercato latinoamericano.

Nel suo contributo dal titolo *Las multinacionales españolas en América Latina: impactos múltiples*, mette a confronto da un lato gli studi dell’economista Casilda Béjar commissionati dalla banca spagnola BBVA sull’impatto degli investimenti spagnoli sulle economie latinoamericane e dall’altro presenta gli studi di Pedro Ramiro, portavoce dell’*Observatorio de Multinacionales en América Latina* (OMAL) e di Greenpeace. Dallo studio comparato delle diverse fonti Uharte Pozas rileva numerose contraddizioni. Come ci si può aspettare, l’analisi di Casilda Béjar non fa che confermare i dati presentati nelle pubblicazioni di *Telefónica*, celebrando così l’importanza degli investimenti da parte delle multinazionali spagnole in America Latina e i vantaggi che ne possono derivare in particolare per gli stati oggetto del suo studio, Argentina, Brasile e Messico. La prospettiva, in questo caso, è certamente quella delle grandi imprese; diversa se non diametralmente opposta, è quella di Greenpeace e dell’OMAL che denunciano uno stato di impoverimento globale dei lavoratori oltre alla violazione di alcuni dei più importanti diritti della popolazione locale e delle minoranze. In altri termini, ciò che emerge è un quadro assai critico nei confronti degli investimenti spagnoli, che sembra confermare l’idea dell’imperialismo economico proposta da Cabrera sebbene i termini utilizzati di “segundo desembarco” (Ramiro, 2011) e “nuevos conquistadores” (Greenpeace, 2009) risultino certamente più evocativi.

Uharte Pozas denuncia, infine, alcune contraddizioni presenti nello studio dell’economista Casilda Béjar il quale, nelle sue interpretazioni dei dati raccolti, sembra voler mettere in secondo piano la percezione ampiamente negativa dei lavoratori intervistati. Il professore basco conclude la sua analisi sottolineando le problematiche insite in questa nuova “colonizzazione”, evidenziando la posizione egemonica di alcune delle più importanti compagnie spagnole all’interno di settori strategici dell’economia

latinoamericana come quello finanziario e delle comunicazioni (Uharte Pozas 2014, pp. 441-460).

3. Dal *Made in Spain* al *Global Spanish*...passando per la *marca en español*

Il valore della lingua come risorsa, contrariamente alle istanze ideologiche già messe in luce di panispanismo e policentrismo linguistico, è stato inserito all'interno del più ampio concetto di *Marca España* suscitando reazioni piuttosto risentite sia in parlamento sia da parte di accademici di alcuni paesi iberoamericani privati di un ruolo di autentica partnership. Come osservato in precedenza, la lingua spagnola risulterebbe essere una risorsa economica distintiva e di pertinenza dell'immagine e del patrimonio dello stato spagnolo, nonostante vi sia stata una parziale modifica, povera persino nella forma e del tutto ininfluyente nella sostanza: la *Marca España* è diventata *Marca en español*, come annunciato dall'allora ministro della cultura Méndez de Vigo il 20 febbraio del 2018. In quell'occasione il ministro ha presentato alcune proposte nella più totale continuità rispetto a quanto preannunciato dall'ex presidente, sia per quanto riguarda la parte progettuale, sia nel modo di argomentarle.

In quel discorso, infatti, de Vigo fa proprie le “etichette” utilizzate da Mariano Rajoy, riferite allo spagnolo come “producto”, “soporte”, e “mercado” e sottolinea, ancora una volta, l'importanza delle nuove sfide digitali. Secondo le parole del ministro, il governo avrebbe lavorato sulle dimensioni dello spagnolo come “producto”, per valorizzare così il suo insegnamento, come “soporte”, affinché divenisse una “lengua de programación” nell'ambito delle tecnologie e, infine, come “mercado”, con il fine di convertirsi in un'area di “crecimiento económico”. Ci preme sottolineare, inoltre, come la rilevante importanza dello spagnolo all'interno del mondo digitale, già messo in luce dalla ricerca su *El valor económico del español*, rientri sempre all'interno di interessi economici di parte, se si pensa ai vantaggi goduti da *Telefónica* nell'acquisizione e sviluppo del portale *Internet Terra* rilevato proprio nel 2005 e che avrebbe chiuso nel 2017 in tutti i paesi latinoamericani fatta eccezione per il Brasile.

In questa stessa occasione il ministro de Vigo annuncia la volontà del governo di proclamare il 2019 “Anno Internazionale dello Spagnolo” e che questa iniziativa sarà “inglobata” all'interno della *Marca España*; è da notare l'alto valore simbolico della data in cui ricorre il cinquecentesimo anniversario della circumnavigazione del globo terrestre, intrapresa dall'esploratore portoghese Ferdinando Magellano e successivamente dallo spagnolo Juan Sebastián Elcano, entrambi al servizio della corona spagnola (10 agosto del 1519)⁵.

A seguito di queste dichiarazioni non sono mancate voci critiche, sia interne alla Spagna sia provenienti da autorevoli accademici ispanoamericani. Nel primo caso ci riferiamo alle reazioni di alcuni partiti dell'opposizione al governo spagnolo di allora, che hanno sottolineato sia una mancanza di considerazione e di inclusione all'interno di tale progetto dei paesi ispanoamericani sia un totale disinteresse nei confronti delle altre lingue ufficiali della Spagna. L'unico partito dell'opposizione ad aver appoggiato tale iniziativa è stato il PSOE, attualmente partito del presidente del governo Sánchez, con le seguenti

⁵ Queste dichiarazioni sono riportate da un articolo pubblicato sul quotidiano spagnolo *La Vanguardia*: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20180220/44940411857/el-gobierno-propondra-que-2019-sea-el-ano-internacional-del-espanol.html>).

motivazioni: “el español es un activo muy importante para los españoles y ciudadanos de todo el mundo. Desde ese punto de vista, fortalecer lo que nos beneficia a los hablantes es un proyecto con el que debemos estar de acuerdo”. Allo stesso tempo, però, il PSOE ha anche sottolineato la necessità di una maggiore complicità con il resto dei paesi che non solo condividono con la Spagna lo stesso idioma ma che insieme a questa “están empeñados en la defensa del español como lengua”⁶.

Per quanto riguarda le reazioni provenienti da oltre oceano, alcuni rappresentanti delle Accademie della lingua spagnola hanno manifestato il proprio dissenso, come possiamo leggere in un interessante articolo pubblicato nel mese di febbraio del 2018 sul quotidiano *El País*, dal significativo titolo “América también reclama el español”. In questo articolo si riportano le critiche piuttosto pungenti sollevate da rappresentanti di paesi quali Argentina, Messico, Venezuela e Colombia. Il venezuelano Francisco Javier Pérez, segretario generale della Associazione *Asale*, ritiene che tale tentativo di centralizzare ancora una volta il dominio della lingua comune a partire dalla Spagna sia a dir poco preoccupante mentre sarebbe più opportuno parlare non di una *Marca España* ma di una *Marca Panhispánica*:

Aunque no puedo especular sobre los motivos que han llevado a esta conceptualización de la lengua dentro de la Marca España, me parece que ha sido un error hacerlo como se ha hecho. Propondría una rectificación, en el terreno estrictamente lingüístico: que se hable, más bien, de una *Marca Panhispánica*, compartida por las 23 naciones o territorios en los que se desarrolla el español (*El País*, 26/02/2018, nostro il corsivo).

Gli accademici di *Asale*, tra i quali si annoverano anche quelli della *RAE*, non solo non vedono di buon occhio questa sorta di ritorno al passato ma ritengono che il governo spagnolo abbia dimenticato, o non consideri importanti i risultati di una politica linguistica panispanica che da oltre vent'anni si dedica a mantenere un'unità linguistica all'interno dell'estesa comunità ispanoparlante:

No se ha tomado en cuenta lo que significa dicha política lingüística como ideología y metodología para comprender lo que es hoy el español y su estudio descriptivo. Esta estrategia se sustenta sobre la idea de que no puede reconocerse un solo centro de dominio lingüístico desde donde se irradian mandatos y normas que regulen el uso del idioma, sino que debe regirse por un policentrismo (*El País*, 26/02/2018).

Per quanto riguarda la posizione dell'accademia argentina, il suo presidente José Luis Moure condivide queste posizioni critiche e sottolinea come l'unità della lingua spagnola sia la manifestazione di una volontà collettiva e non di una scelta individuale:

Nadie debe dudar de las buenas intenciones del proyecto, pero integrar la *lengua común* a una *Marca España* sin haber considerado que 22 naciones, cuyos hablantes constituyen una abrumadora mayoría, son accionistas activos de una sociedad igualitaria, a quienes no se ha dado participación alguna en aquella construcción, parece, por decir lo menos, desacertado e inconveniente (*El País*, 26/02/2018, nostro il corsivo).

Altrettanto significative e illuminanti, ai fini del nostro discorso, sono le posizioni di due importanti istituzioni linguistiche e accademiche del Messico e della Colombia, la *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM) e l'Istituto colombiano *Caro* y

⁶ Possiamo leggere queste dichiarazioni sul quotidiano online *El Español* all'interno della sezione culturale: https://www.elespanol.com/cultura/20180220/garrafal-gobierno-ado-olimpico-espanol-sin-latinoamerica/286471735_0.html.

Cuervo. A dare voce al Messico è Andrés Ordóñez, rappresentante dell’UNAM a Madrid e grande sostenitore del panispanismo, il quale sottolinea l’importanza di “una civilización panhispánica que ocupa su lugar en la modernidad. Nuestra asociación con las instituciones españolas prima el sentido de la integración para políticas comunes” (*El País*, 26/02/2018).

Dello stesso avviso è la direttrice del prestigioso istituto colombiano Caro y Cuervo, Carmen Millán, la quale se da un lato sottolinea l’importanza di sentirsi parte di una lingua comune, dall’altro ribadisce la superiorità numerica dei parlanti che popolano paesi come la Colombia e il Messico rispetto a coloro i quali risiedono nella madrepatria:

En nuestro país, hablamos español 48 millones de personas. Aunque nuestras cifras no son comparables a las de México [120 millones de hablantes], sí son superiores a las de España [47 millones]. Pero no se trata de marcar rivalidades, sino de sentir pertenencias a una *lengua común*, de un *diálogo* que se desarrolla en el interior de una *misma lengua*, como lo expresó Octavio Paz en su discurso de aceptación del Nobel de Literatura, que tituló “En busca del presente” (*El País*, 26/02/2018, nostro il corsivo).

Ovviamente nessuno di questi interventi ha avuto come obiettivo quello di generare una rottura, bensì quello di richiamare il governo spagnolo al tanto celebrato lemma della “Unidad en la diversidad” che aveva ampiamente legittimato l’attività dell’istituto Cervantes e di *Asale* in America Latina.

È interessante notare come l’alternanza dei governi, prima dei presidenti Zapatero e Rajoy (PSOE-PP), poi di Rajoy e Sánchez (PP-PSOE) abbia mantenuto ferme e costanti le posizioni riguardanti un progetto glottopolitico ben consolidato. L’attuale ministro degli esteri Josep Borrell ha dichiarato, infatti, l’intenzione del governo presieduto dal presidente Sánchez, di potenziare ulteriormente la *Marca España*, per presentare il Paese per ciò che è, una “full democracy”. Inoltre, lo stesso Borrell annuncia un ulteriore cambio di dominazione: non si parlerà più di *Marca España* ma di *España Global*! Riportiamo qui di seguito le parole del ministro riguardanti gli obiettivi di un progetto di Stato che egli stesso definisce “inclusivo e integrador”:

La nueva *España Global* no perderá los objetivos de mejorar la imagen de país a través de la cultura, la gastronomía, la ciencia, los avances tecnológicos y la internacionalización de sus empresas, entre otras virtudes. Seguirá siendo un proyecto de Estado “*inclusivo e integrador*” y con vocación de permanencia (*El País* 21/09/2018, nostro il corsivo).

I concetti di inclusione e integrazione mostrano, ancora una volta, la vocazione ispanocentrica che non permette di immaginare facilmente forme paritetiche di collaborazione con i paesi dell’America Latina e richiamano alla mente più il concetto della diversità che non quello dell’unità che, in quasi trent’anni di politica linguistica panispanica, si sarebbe già dovuto consolidare. In altri termini, l’ormai consueto lemma volto a giustificare ideologicamente il progetto glottopolitico dello stato spagnolo oggi appare sempre più come una maschera volta a nascondere le insanabili distanze socioeconomiche ampiamente riferite nel presente contributo.

Per esemplificare, uno degli aspetti più rilevanti delle strategie attuate per la valorizzazione dello spagnolo è stato quello dell’eliminazione, tra i valori (non più) condivisi, dell’elemento cattolico. Questa scelta non è stata casuale e diventa tanto più importante se si pensa che la scuola di Samuel P. Huntington, preoccupata per il rifiuto dei valori anglo-protestanti, aveva denunciato il pericolo della penetrazione dei valori cattolico-ispanici negli Stati Uniti, parlando di una vera e propria “minaccia ispanica” (Manera 2010, p. 153). Osservando attentamente gli spot di *Marca España*, ci si rende conto che i valori “condivisi” con i paesi ispanoamericani sono di carattere universale e propri di qualsiasi stato democratico: libertà, democrazia, tradizione (quale?), solidarietà e diritti umani.

Questo aspetto porta a chiederci se la vicinanza culturale non sia più che altro una costruzione appositamente creata al fine di nascondere evidenti differenze.

Sarà interessante osservare quali sviluppi avrà il prossimo *CILE* che si terrà nel 2019, per la seconda volta in Argentina, nella città di Cordoba e il cui lemma è “América y el futuro del español”; ancor più rilevante, probabilmente, sarà vedere se ci saranno reazioni e critiche al modello “Español lengua global” oppure se sarà riproposto ancora il vecchio assunto dello spagnolo come patria comune in una concordia superiore, come si evince dalla presentazione ufficiale sul sito del governo argentino che così definisce i *Congresos de la Lengua*:

Los Congresos de la Lengua constituyen foros universales de reflexión sobre la situación, problemas y retos del español, y pretenden avivar la conciencia de corresponsabilidad de personas gobiernos e instituciones en la promoción y en la *unidad de la lengua*, así como impulsar el diálogo de toda la *comunidad cultural hispánica*.
(<http://yvera.gob.ar/eventos/congresodelalengua>).

Bionota: Antonella De Laurentiis (Ph.D in *Culture e Istituzioni dei paesi di lingue iberiche in età moderna e contemporanea*, Università di Napoli L'Orientale) è professore di II fascia di Lingua e Traduzione - Lingua Spagnola presso l'Università del Salento. Le principali linee di ricerca riguardano: lo studio delle politiche linguistiche e dei processi di codificazione; i fenomeni di policentrismo linguistico e di bilinguismo sociale in ambito ispanico; aspetti teorici della traduzione letteraria e audiovisiva.

Recapito autore: antonella.delarentiis@unisalento.it

Bibliografía

- I Cumbre Iberoamericana, México 1991. <https://www.segib.org/?summit=i-cumbre-iberoamericana-guadalajara-mexico-1991> (20.10.2018).
- Boletín Oficial del Estado, n. 30, 2/02/2018. <https://www.boe.es/boe/dias/2018/02/02/pdfs/BOE-A-2018-1417.pdf> (20.09.2018).
- Casilda Béjar, R. 2001, *Una década de inversiones españolas en América Latina (1990-2000). El idioma como ventaja competitiva*. http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/activo_del_espanol/1_la_industria_del_espanol/casilda_r.htm (15.09.2018).
- Casqueiro, J. 2018, *Rajoy anuncia un Erasmus Iberoamericano del español que ya existe*, in “El País”. https://elpais.com/politica/2018/01/24/actualidad/1516787216_960015.html (20.09.2018).
- De Laurentiis, A. 2018, “*Unidad en la diversidad*”: *el valor económico de la lengua española*, in Colucciello M., D’Angelo G., Minervini R. (eds.), *Ensayos Americanos*, Penguin Random House, Bogotá, pp. 343-368.
- Del Valle, J. 2007, *La lengua, patria común: la hispanofonía y el nacionalismo panhispánico*, in Del Valle J. (ed.), *La lengua, ¿patria común?: ideas e ideologías del español*, Vervuert/Iberomericana Fráncfort/Madrid, pp. 31-56.
- Felipe VI 2014, *Palabras de su Majestad el Rey en la conmemoración del III Centenario de la Real Academia Española*. http://www.rae.es/sites/default/files/Palabras_del_rey_Felipe_VI_DRAE_17-10-2014_0.pdf (15.09.2018).
- Felipe VI 2016, *Palabras de Su Majestad el Rey en el VII Congreso Internacional de la Lengua Española*. http://www.rae.es/sites/default/files/Palabras_de_Su_Majestad_el_Rey_en_VII_CILE.pdf (5.09.2018).
- Felipe VI 2017, *Palabras de Su Majestad el Rey en el acto de clausura del proyecto de la Fundación Telefónica “El valor económico del español”*. http://www.casareal.es/VA/Actividades/Paginas/actividades_discursos_detalle.aspx?data=5647 (5.09.2018).
- García Delgado, J.L. 2010, *Emigración y lengua: el laboratorio español*. http://congresosdelalengua.es/valparaiso/ponencias/politica_economia_sociedad/garcia_jose_l.htm (25.10.2018).
- García Delgado J.L., Alonso J.A., Jiménez J.C. 2007, *Economía del español. Una introducción*, Fundación Telefónica/Ariel, Madrid/Barcelona.
- García Delgado J.L., Alonso J.A., Jiménez J.C. 2012, *Valor económico del español*, Fundación Telefónica/Ariel, Madrid/Barcelona.
- García Delgado, J.L. 2016, *El español, lengua internacional: buenas credenciales, agenda exigente*, in “Les Cahiers du GÉRES” 8, pp. 14-19.
- García Delgado J.L., Alonso J.A., Jiménez J.C. 2016, *Lengua, Empresa y Mercado. ¿Ha ayudado el español a la internacionalización?*, Fundación Telefónica/Ariel, Madrid/Barcelona.
- Gil, M.J. 2017, *José Luis García Delgado: La lengua española es como tener una moneda única que ahorra costes* in “La Opinión de Murcia”. <https://www.laopiniondemurcia.es/comunidad/2017/04/30/compartir-lengua-espanola-22-paises/825454.html> (20.09.2018).
- Manera, D. 2010, *Il potere dello spagnolo*, in “I Quaderni Speciali di Limes. Rivista italiana di geopolitica”, pp. 147-155.
- Moreno Cabrera, J.C. 2011, *Unifica, limpia y fija. La rae y los mitos del nacionalismo lingüístico español*, in Senz y Albete (eds.), *El dardo en la Academia vol. 1*, Melusiana, Barcelona, pp. 157-314.
- Noceda, M.A. 2018, *Borrell potencia la ‘Marca España’ y cambia el nombre por ‘España Global’*, in “El País”. https://elpais.com/economia/2018/09/21/actualidad/1537531560_561509.html (20.09.2018).
- Rajoy, M. 2014, *Discurso del presidente del Gobierno en un encuentro con autoridades hispanistas y personalidades del mundo de la cultura china*. <http://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2014/prdi20141001.aspx> (20.10.2018).
- Rajoy, M. 2018, “Intervención del Presidente del Gobierno, Don Mariano Rajoy, en la presentación del Proyecto “El Español, Lengua Global””. <https://www.mecd.gob.es/prensa-mecd/dms/mecd/prensa-mecd/actualidad/2018/01/20180124-espanol/180124-DISCURSO-Presidente-Proyecto-El-Espa-ol-Lengua->

- Global/180124%20DISCURSO%20Presidente%20Proyecto%20El%20Espa%C3%B1ol%20Lengua%20Global.pdf (8.10.2018).
- Rizzo, M.F. 2016, *Los congresos de la lengua española: configuración de una matriz discursiva*, in “Anclajes” XX. 3, pp. 59-75.
- Ruiz Mantilla, J. 2018, *América también reclama el español*, in “El País”. https://elpais.com/cultura/2018/02/26/actualidad/1519673644_873520.html
- Rupérez J., Vítóres D.F. 2012, *El español en las relaciones internacionales*, Fundación Telefónica/Ariel, Madrid/Barcelona.
- Uharte Pozas, L.M. 2014, *Las multinacionales españolas en América Latina: impactos múltiples*, in “Revista Internacional de pensamiento político”, vol. 9, pp. 441-460.
- Zapatero, J.L. 2011, *El valor de la lengua española*. https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2011/noticias/ic_pekin_discurso_zapatero.htm (15.09.2018).