

Hacia una definición del español neutro

Carolina Iparraguirre

carolina.iparraguirre@gmail.com

Resumen

Este artículo es una síntesis del Trabajo Final de Licenciatura "Hacia una definición del español neutro", el cual propone un estudio reflexivo del concepto *español neutro*.

Aun cuando la comunidad de hablantes reconoce el término y lo utiliza en diversas esferas culturales, no existe un consenso acerca de su significado. Es por esto que esta publicación pretende ser un aporte no solo para las ciencias del lenguaje, sino para todo ámbito en el que es utilizado.

Las investigaciones crecen en el diálogo, ya sea que pertenezcan o no a la misma rama de estudio. En este caso, conceptos propios del campo de la economía y del diseño fueron imprescindibles a la hora de esbozar la definición presentada.

Teniendo en cuenta su intención interdisciplinar, este artículo puede pensarse, entonces, como una invitación a la reflexión compartida y un punto de partida para una posible compleción futura.

Palabras clave: español neutro – diseño - valor económico del español

1. Introducción

"El español neutro, con mucho de sentido común, se dirige a una audiencia mundializada apelando a su mancomunidad lingüística internacional, afinando su hilo para caber por el ojo de todas las agujas".

María Antonieta Andión Herrero [2008: 9]

El español es una de las lenguas más habladas en el mundo. En este momento, se estima que posee más de 450 millones de hablantes y las proyecciones indican que este número irá acrecentándose con el paso de las décadas. Es lengua oficial en dieciocho países y cooficial en tres y, si bien presenta una manifiesta diversidad lingüística, el grado de intercomprensión que existe entre los participantes de la comunidad es elevado y mucho más entre usuarios

pertenecientes a niveles socioculturales medio-altos y altos [López Morales 2006: 476].

Si consideramos, entonces, el número de hablantes, el grado de intercomprensión actual y la extensión geográfica que presenta esta lengua, es entendible que existan intereses socio-económico-políticos que abogan por mantener y expandir su unidad, por lo que encontramos planificaciones lingüísticas y estrategias de mercado que persiguen dicho fin.

En octubre de 2006, se llevaron a cabo cinco encuentros en San Millán de la Cogolla (La Rioja, España), del 26 al 29, conocidos con el nombre de "Acta Internacional de la Lengua Española", en los que especialistas internacionales de diferentes disciplinas reflexionaron acerca del

español como activo cultural y económico. Rafael Escuredo, presidente de la Fundación Biblioteca de Literatura Universal, en la presentación que tituló "Un proyecto de futuro", explicó:

Quando en enero de 2006 conversaba con mi amigo Rogelio Blanco, director general del Libro, Archivos y Bibliotecas de España, sobre la gran cantidad de actividades económicas y culturales que utilizan la lengua española como materia prima, y la importancia que tendría para los países hispanohablantes conocer el peso económico del español en el conjunto de sus industrias culturales, descubrimos con sorpresa que nos encontrábamos ante uno de los aspectos menos estudiados y, por tanto, más desconocidos del idioma español. Nuestra sorpresa fue aún mayor al comprobar que mientras países como Estados Unidos, Francia y el Reino Unido llevan años estudiando y conociendo la importancia económica del idioma en el Producto Interior Bruto (PIB) de sus respectivas economías, [sic] en el caso del español, un idioma hablado por 450 millones de personas, no existe un sólo [sic] estudio que dé cuenta, siquiera aproximada, de su valor económico en el conjunto de los países hispanos [Torres Robles 2006: 3].

Si bien el valor económico del español no era estudiado por disciplinas lingüísticas, diversas prácticas, como el periodismo internacional, las traducciones editoriales y los doblajes y subtítulos de películas, demostraban que había un interés económico en nuestra lengua. En esos contextos, el término *español neutro* comenzó a utilizarse para nombrar a aquella variedad que la comunidad lingüística no habla, pero entiende, pues carece de regionalismos, y cobró fuerza en el ámbito comercial-empresarial relacionado con

las traducciones y los medios masivos de comunicación, ya que se buscó una "neutralidad" que minimizara el costo de la producción de diversos contenidos, como noticias, libros y películas, destinados a ser distribuidos a la mayor cantidad de territorios hispanohablantes posibles. Desde la década del 90, y mucho más en nuestros días, Internet ha acrecentado el debate acerca de qué español utilizar en la World Wide Web (WWW) o, como se han animado a traducir, Malla Mundial Mayor (MMM). El carácter instrumental que presentaba y sigue presentando el *español neutro* para los ámbitos comerciales lo propone como un ideal de comunicación al servicio de las nuevas tecnologías. Sin embargo, en el área de las ciencias del lenguaje, hubo estudiosos interesados en el tema que no trabajaron dicha variedad, o al menos no con esa terminología:

Junto a la etiqueta «español neutro» conviven otras menos marcadas: Raúl Ávila (2001) habla de «español internacional», Violeta Demonte (2001), de «supradialecto estándar» y María Josefina Tejera (2003), de «tercera norma del español de América»; todos ellos, representantes de la visión «lingüística» de los hechos [López Morales 2006: 491].

En el presente artículo, proponemos un estudio reflexivo del concepto *español neutro*, el cual ha tenido pocas repercusiones en las disciplinas lingüísticas, aun cuando la comunidad de hablantes lo reconoce en diversas esferas culturales. Del mismo modo, pretendemos realizar un aporte al formular una definición, ya

que las existentes en los diferentes ámbitos en los que se utiliza varían mucho entre sí, sin que se logre un consenso respecto de qué es el *español neutro*. Cabe destacar que, si bien el concepto es definido desde una perspectiva lingüística, no desconoce la diversidad de usos a los que responde.

2. Fundamentación

"Lamentablemente, los traductores tienen que atenerse a las reglas impuestas por las empresas. Así vemos que se anuncian como especialistas en "español neutro". Lo peor es que, como el tal "español neutro" es una creación puramente artificial, algunos ni siquiera saben muy bien de qué se trata".

Lucila Castro [2004: 2]

El objetivo de esta publicación es responder a la pregunta ¿qué es el *español neutro*?

Si bien este concepto es utilizado en ciertas esferas culturales con asiduidad, no existen acuerdos respecto de su definición, aun cuando el desarrollo de la llamada industria cultural y el denominado proceso de globalización han extendido su uso.

En este contexto, el estudio del *español neutro*, también llamado español internacional o panespañol, se presenta como una propuesta enriquecedora en el campo de la sociolingüística, ya que esta variedad surge principalmente de una necesidad de expansión empresarial y no responde, al menos explícitamente, a políticas lingüísticas ni a proyectos disciplinares:

Como decía antes, lejos de partir de un principio altruista por limpiar, fijar y dar esplendor a nuestro idioma, la idea de emplear el español neutro tiene un claro fundamento comercial: es mucho más barato hacer una sola traducción al español, que hacer dos, tres o veinte. Además de los programas o máquinas y sus respectivos manuales de instrucciones, el uso de una única versión reduce los costos que conlleva la creación de textos complementarios, publicitarios, promocionales, documentación de ayuda, material de formación y cursos, etcétera, y agiliza el entendimiento entre las sucursales hispanohablantes de las grandes empresas, además de favorecer la compatibilidad de un programa o una máquina (independientemente del país en el que sean vendidos) y el intercambio de materiales entre varios países destinatarios [Castro Roig 1996: 2].

Aunque esta variedad lingüística es reconocida en diferentes esferas culturales y, de hecho, ha sido trabajada en numerosos artículos por distintos especialistas, pareciera que no existe un consenso acerca de su nombre, su definición y, por sobre todo, su descripción. Las ciencias del lenguaje y sus instituciones representativas tienen una deuda pendiente:

Hasta ahora, sin embargo, a pesar de los intentos, todavía no se han desarrollado propuestas claras que permitan sistematizar el uso del llamado español neutro, como factor que podría ayudar a garantizar la citada robustez del sistema. ¿Quién debería hacerlo (...): las Academias, las empresas, instituciones como el Instituto Cervantes...? [García Izquierdo 2009: 32].

Quizás el principal obstáculo que encontramos en los estudios sobre el *español neutro* es que puede ser considerado contrario al espíritu de valorización y reconocimiento de la riqueza de

las variedades lingüísticas y su relación con las identidades de los pueblos:

... el problema del llamado español neutro es, en su origen y en parte, precisamente un problema relacionado con el mantenimiento de la identidad lingüística de los pueblos de habla hispana frente a las reglas de la globalización [García Izquierdo 2009: 27].

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento, el valor del presente artículo reside en el nicho que el estudio del *español neutro* posee en los estudios lingüísticos, no solo por las problemáticas que la definición del concepto en sí supone, sino también por los desafíos que para los estudios variacionistas implica.

Ya sea por su estrecha relación con el fenómeno de la globalización y de la expansión del español, ya sea por la necesidad de abastecer a otras disciplinas de información relevante, ya sea por el interés que puede despertar en la sociolingüística, el *español neutro* es un tema de estudio significativo para las ciencias del lenguaje.

3. Marco teórico

“Desde la segunda mitad del siglo XX los estudios sobre la variedad lingüística se ponen de relieve en las disciplinas que, como la sociolingüística y el análisis del discurso, incluyen en la descripción de la lengua factores externos que explican su uso. Estas disciplinas establecen relaciones entre fenómenos internos al sistema (cuestiones de pronunciación, lexicología, morfosintaxis) y fenómenos sociales y situacionales determinantes para su descripción...”.
Centro Virtual Cervantes [2014]

“No se puede restringir más el concepto diseño a las disciplinas proyectuales tales como arquitectura, diseño industrial y diseño de comunicación visual. Pues en las disciplinas científicas también se diseña”.

Gui Bonsiepe [2005: 4 y 5].

Las investigaciones respecto del *español neutro* deben ser enmarcadas en la sociolingüística, cuyo objeto de estudio es la lengua y las variedades lingüísticas que presenta en relación con variables sociales [López Morales 1989].

La sociolingüística, al considerar la naturaleza social del lenguaje, debe atender a las problemáticas que la prescripción, la normalización, la neutralización y la estandarización instalan en la sociedad.

Si bien la naturaleza viva del lenguaje se evidencia en sus variedades lingüísticas, el estudio de los procesos por los cuales se pretende crear una variedad del español que evite, paradójicamente, las variaciones y responda a necesidades comerciales, sociales y políticas debe ser considerado importante.

Los fenómenos sociales que dan lugar al nacimiento y a la utilización del *español neutro* hacen que este no pueda ser pensado como una variedad lingüística espontánea cuyo nacimiento es impensado, sino, muy por el contrario, lo configuran como una construcción consciente fruto de las decisiones disciplinares o empresariales que responden a lógicas de mercado. Se puede presuponer, entonces, que existe una instancia en su constitución durante la cual se utiliza el llamado método proyectual:

El método proyectual, por lo tanto, se orienta a la resolución planificada y lógica de problemas que admiten soluciones óptimas o, simplemente, satisfactorias. Una de sus preocupaciones es determinar el grado de adecuación de la solución propuesta a la realidad demandante. El método proyectual está orientado a hacer aparecer estas soluciones y a materializarlas, más allá de que se trate de objetos materiales o no” [Ledesma, en Arfuch 2011: 36 y 37].

De esta manera, el uso de este concepto perteneciente a la esfera académica del diseño nos permite ampliar nuestro marco teórico.

... el diseño se incluye en la trama formada por la economía, la función, la técnica y la organización social. Entra a formar parte de la red de producción económico-social y, desde entonces, otorga a sus productos un valor económico y un valor simbólico compartido por amplios sectores sociales”. [Ledesma, en Arfuch 2011: 26].

El *español neutro*, entonces, será estudiado como una variedad lingüística del español que responde a una búsqueda de solución por parte de instituciones y empresas. Analizaremos, por tanto, cuál es el valor económico y el valor simbólico que adquiere en diferentes contextos sociales a partir de su puesta en “uso”.

4. El español neutro: antecedentes

“Son muchas las denominaciones que ha recibido esta posible variedad del español: español neutro —la más extendida en el ámbito de la traducción y del desarrollo del software—, castellano general (más utilizada en América Latina), español común (Millán, 1998), español internacional (Gómez, 2003) o español estándar (“variedad a caballo entre el español hispanoamericano y el español peninsular”, en opinión de la empresa de traducción técnica SLS Internacional, citada por

Gómez, 2003). Y mucha la controversia que ha generado...”.

Isabel García Izquierdo [2009: 19]

En este apartado describiremos algunos de los que podrían considerarse antecedentes respecto del estudio del *español neutro*. Para ello, propondremos como ejes ordenadores en la presentación las esferas sociales en las que se ha utilizado este concepto.

4. a Traducciones

Lila Petrella, en su ponencia “El español ‘neutro’ de los doblajes, intenciones y realidades” [1997], expone los resultados a los que arribó en su proyecto de investigación «El español de Buenos Aires» acerca del *español neutro* de los subtítulos y doblajes de películas ficcionales. Si bien no define qué es, sí presenta una descripción, puesto que caracteriza esta variedad lingüística en el ámbito de las traducciones, y el objetivo de su “creación”: su uso comercial.

La autora sostiene que los productos filmicos, nacionales o internacionales, cuya distribución está pensada para todo el mercado hispanohablante presentan guiones, subtítulos y doblajes en una lengua que pretende prescindir de peculiaridades regionales. Dicha búsqueda está avalada por la legislación argentina en la Ley 23.316 (sancionada en 1986 y reglamentada en 2013), en cuya elaboración se prescindió del asesoramiento de lingüistas [Petrella 1997: 2].

Además de pionera, esta investigación es especialmente crítica y nos permite conocer que

el panorama de la traducción en el ámbito cinematográfico de la década del 90 dejaba mucho que desear. Sin embargo, la autora no se muestra contraria a la utilización del *español neutro*, pero sí solicita un análisis desde las ciencias del lenguaje, para que se centren en el llamado núcleo receptivo con el objetivo de que los rasgos dialectales puedan ser comprendidos y no necesariamente producidos, y una preparación formal para aquellos que llevan adelante las tareas de traducción.

Isabel García Izquierdo, por su parte, en sus artículos "El español neutro y la traducción de los lenguajes de especialidad" [2006] y "El español neutro en los discursos de especialidad: ¿mito, utopía o realidad?" [2009], recupera la importancia y la necesidad del *español neutro* en el ámbito científico. Considera que la comunicación entre la comunidad científica internacional se vería beneficiada si se utilizara una lengua neutralizada que, por una parte, permitiera una intercomprensión fluida y que, por la otra, posibilitara hacerle frente a la interferencia constante de la *lingua franca* por excelencia, el inglés. También reconoce que la sistematización de usos lingüísticos neutros del campo específico o especialidad puede ser de gran ayuda a los traductores [2006: 49].

Aun cuando desmiente la existencia real del *español neutro*, intenta explicar en qué consistiría y esboza una definición:

Un artificio, pues, diferente de la norma culta, con carácter descriptivo, no prescriptivo, que unificase los usos estructurales y léxico-terminológicos (semi)especializados entre los diferentes hablantes del español.

La posible existencia, pues, de dicho español neutro, que homogeneizase determinados usos, facilitase la cohesión de la lengua en determinados contextos y, como consecuencia, propiciase su consideración como lengua de prestigio no es todavía una realidad, pero tampoco un mito [García Izquierdo 2009: 34 y 35].

Ahora bien, aun cuando estima que es posible la creación y la posible sanción de este "artificio", no dilucida quién sería responsable de su configuración, pero sí reconoce que debería existir una preocupación por cuidar los sentimientos de pertenencia a las comunidades lingüísticas de los hispanohablantes. Asimismo, considera que los especialistas pertenecen a esferas socioprofesionales que trascienden los límites dialectales y, en el marco de sus discursos de especialidad, es necesaria una variedad común que permita una comprensión lingüística tal que responda a sus intereses.

Por último, reconoce que dicha variedad posibilitaría la expansión del español tan esperada por los especialistas que estudian su valor económico, debido a que la comunicación especializada que tiene lugar en ámbitos internacionales favorece a los idiomas para ser lenguas de prestigio [García Izquierdo 2009: 25].

Álvaro Villegas, un traductor de textos médicos dirigidos a pacientes, al igual que Isabel García Izquierdo, reflexiona acerca de las traducciones

en los ámbitos científico-técnicos. En su artículo "El espanglés y la utilidad del español neutro" [2006], busca aclarar el significado de estos dos términos frecuentes en la esfera social y académica en la que se desenvuelve como profesional y remarcar el hecho de que no poseen ninguna filiación entre sí.

Una vez más, el *español neutro* es pensado como una variedad artificial, que es susceptible de ser aprendida, en la que se prescinde de regionalismos y se utilizan formas léxicas o gramaticales que permiten conformar productos exportables, no ofensivos para los integrantes de las diferentes comunidades lingüísticas del español.

El espanglés, a diferencia del *español neutro*, no es una variante natural o artificial del español, sino un fenómeno lingüístico que tiene lugar en Estados Unidos, pues consiste en las mezclas o interferencias que se dan entre el español y el inglés en las diferentes comunidades latinas que habitan ese país, las cuales ofrecen una gama de usos diferenciados de acuerdo con el origen que cada una presente [Villegas 2006: 318].

El autor sostiene que el *español neutro* puede aprenderse para responder a las exigencias del mercado, pero no así el espanglés. Insiste en que no son los traductores quienes deben escribir discursos de especialidad para los residentes de Estados Unidos que se comunican fusionando las dos lenguas, sino que son los hablantes de este fenómeno los que deberían aprender alguna

variedad del español para comprender los textos científicos [Villegas 2006: 321].

En el ámbito de la traducción literaria es Julia Benseñor, en su artículo "El castellano neutro: sobre tremolinas y escándalos" [1993], quien intenta esbozar una definición del *español neutro* y analizar algunos conceptos propios de la sociolingüística para guiar el trabajo de traductores y evitar posibles confusiones.

La autora nos explica que las editoriales argentinas publican libros para toda Hispanoamérica y, por lo tanto, exigen que los traductores utilicen un "castellano común", es decir, una variedad lingüística en la que se eliminen las expresiones dialectales y se neutralicen las voces propias de las diferentes regiones para lograr una "comunicación inteligible" entre todos los hispanoablantes. Si bien existen detractores de esta variedad lingüística, Benseñor considera que es necesaria.

Advierte, a su vez, que existe una confusión acerca de la labor que debe llevar a cabo el traductor, porque el *español neutro* de ninguna manera debe neutralizar las marcas que responden a variedades socioculturales. En las traducciones literarias, los cronolectos y los sociolectos, así como algunos rasgos individuales del habla de los personajes, deben respetarse, ya que, de lo contrario, se perdería la riqueza expresiva de los textos ficcionales y las obras se

volverían monótonas e inverosímiles [Benseñor 1993: 3].

Para la autora, el “castellano neutro” es malinterpretado, puesto que solo debe ser considerado al trabajar con el eje regional con el objetivo de lograr el entendimiento de los textos por parte de todos los hispanoparlantes [Benseñor 1993: 4].

4. b Enseñanza del español como segunda lengua

En “La diversidad lingüística del español: la compleja relación entre estándar, norma y variedad” [2008], María Antonieta Andión Herrero realiza un interesante análisis sobre los desafíos a los que se enfrenta el español como segunda lengua en el siglo XXI, principalmente ¿qué español enseñar?

En primer lugar, considera que es necesario enseñar una lengua homogénea que pueda ser producida y comprendida por el estudiante de español como segunda lengua en cualquier región hispanoparlante, una abstracción que pareciera tener su correlato solo en las diferentes normas cultas que posee nuestro idioma.

En este marco teórico, propone una definición del *español neutro*, en la que se piensa esta variedad lingüística como una posible concretización de la *koiné* tan estudiada e idealizada por los teóricos de la lengua:

En los márgenes del estándar se encuentra el español neutro, “modelo estandarizado que sin perder los filtros restrictivos de lo común,

toma 'muestras' de normas asociadas a núcleos o comunidades de prestigio más concretos dentro del mundo hispánico y las expande por todos sus usuarios” (Andión 2008a) [Andión Herrero 2008: 9].

La autora considera que el llamado *español neutro* o internacional es un “milagro lingüístico” que permite que millones de hispanohablantes se puedan comunicar con un alto nivel de intercomprensión y lo relaciona con un interesante modelo aplicado a la didáctica del español que describe, en el cual conceptos como estándar, norma y variedades dialectales son fundamentales [Andión Herrero 2008: 1].

Si bien el análisis y la propuesta de la autora se circunscriben al ámbito de la enseñanza, nos permiten pensar en un método proyectual para lograr un *español neutro*, puesto que algunos de sus lineamientos de trabajo pueden ser retomados por aquellos estudiosos o profesionales que se propongan embarcarse en la ardua tarea de diseñar una variedad lingüística.

4. c Medios masivos de comunicación

Alejandro Guevara es el autor de dos libros, *Locución. El entrenador personal* [2006] y *El español neutro. Su realización hablada en audiovisuales, web y telemarketing* [2013], en los que se analiza qué es el *español neutro*, cuál fue su origen, cuáles son sus características y qué importancia reviste para la locución, el doblaje, la WEB y la venta telefónica. Si bien ninguna de las dos obras posee referencias bibliográficas que las

posicionen entre los estudios académicos del español, no podemos dejar de nombrarlos, porque se presentan como una bibliografía consultada por personalidades de los medios, como Chris Crommet, el vicepresidente de CNN en Español [2007].

Las definiciones que propone el autor carecen de una conceptualización lingüística o presentan imprecisiones y vaguedades disciplinares.

Este tipo de bibliografía es la que debe invitar a estudiosos de la lengua a realizar análisis documentados que se presenten como fuentes confiables en el estudio del *español neutro*.

En el ámbito académico, el artículo "Los medios de comunicación masiva y el español internacional" [2001], de Raúl Ávila, ha logrado establecerse como una bisagra en los estudios acerca del *español neutro* o internacional y demarcó un antes y un después, puesto que, mediante trabajos de campo, demostró que el léxico utilizado por los medios masivos de comunicación fuera de ser simplificado y susceptible de "malos usos", como muchos sostenían, no solo es denso, sino también se corresponde con las normas cultas y permite que los hablantes conozcan otras, además de la propia [Ávila 2001: 6 y 7].

Con respecto a la importancia de esta variedad lingüística mediática, el autor sostiene que la lengua que se busca utilizar en los medios y en las industrias culturales responde a propósitos económicos y políticos y, por lo tanto, debe ser

comprendida por la mayor cantidad de hispanohablantes posibles, quienes son pensados en términos de audiencias [Ávila 2001: 1].

Humberto López Morales, en "El léxico hispanoamericano actual. ¿Globalización o no globalización? Esta es la cuestión" [2003], también ha estudiado el español internacional o globalizado, pero sostiene que se diferencia del llamado español común, ya que el primero es utilizado y promovido por los medios de comunicación pública. Para marcar esta distinción, el autor nos brinda ejemplos que dan cuenta de los dos usos. Por una parte, encontramos palabras, como "pulmón" o "avión", que poseen un uso compartido entre todos los hablantes del español, lo que permitiría atribuir a la lengua la calificación de "común". Estos términos, que son más que abundantes, son considerados indispensables para la comunicación internacional. Por la otra, palabras regionales, como "bordillo", "banqueta" o "senda", dan paso a vocablos neutrales, como "acera", que se constituyen como homogeneizadores del vocabulario y, respondiendo al proceso globalizador imperante, neutralizan las variedades lingüísticas propias de las comunidades en favor de un español "internacional". La intercomprensión, en estos casos, se da gracias a que los hablantes entienden las voces neutralizadas, aun cuando no

las utilicen. Según el autor, son los medios masivos de comunicación, como la prensa hispánica difundida por Internet, la CNN en español y las telenovelas, los que, a través de sus productos comerciales, favorecen la llamada nómina pasiva de los hablantes [López Morales 2003: 2, 3 y 7].

Es interesante remarcar que en "El futuro del español" [2006], Humberto López Morales retoma muchas de las ideas trabajadas en el texto nombrado con anterioridad y sí utiliza la terminología "español neutro" para nombrar a la variedad lingüística que permite la internacionalización del español a través de voces neutrales; sin embargo, aclara que ese nombre suele utilizarse con un matiz peyorativo.

El coordinador general de la Fundación del Español Urgente, Alberto Gómez Font también se expide respecto del *español neutro* en el mundo de los medios masivos de comunicación en su artículo "Español neutro, global, general, estándar o internacional" [2012]. En este trabajo, a partir de un revisionismo, intenta sistematizar algunas de las ideas más reconocidas en torno de esta variedad, partiendo de su nombre y su "definición":

Al hablar sobre la modalidad del español que no es propia de ningún país en concreto y que puede funcionar bien en todo el ámbito hispánico se utilizan distintas denominaciones (...).

Son, pues, distintos nombres para una misma realidad, si bien los dos más usados son neutro e internacional [Gómez Font 2012].

El autor sostiene que son los medios de comunicación los que, respondiendo a la era de la globalización, presentan al español internacional como una necesidad, hasta tal punto que, en Hispanoamérica, los locutores y los actores de doblaje se especializan para "neutralizar" su pronunciación y entonación y poder ponerle voz a publicidades o doblajes [Gómez Font 2012].

4. d Atención telefónica

Cecilia de Castro, periodista del diario Clarín, en su artículo "Cómo platicar en castellano neutro" [2005], describe, con ánimo jocoso, cuál es la metodología de trabajo respecto de la lengua utilizada en los centros de atención telefónica para toda Hispanoamérica que en los últimos años se han instalado en Argentina. A manera de ejemplo nombra la consultora de Edgardo Visñuk, que brinda un curso, Neutralización del Idioma Español (NIE), a "telemarketers". Allí, profesionales del doblaje enseñan a los empleados de empresas internacionales, como IBM, Hewlett Packard y Visa, a disimular las entonaciones y las pronunciaciones propias de su variedad lingüística.

4. e Nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones

Xosé Castro Roig, un traductor que fue uno de los primeros en estudiar el *español neutro*, en "El español neutro" [1996], se centra en la

implicancias que las nuevas tecnologías poseen en el uso del lenguaje y sostiene que las comunicaciones y la informática propician un español "comercial", hecho que no pasa desapercibido para las grandes empresas de electrónica e informática:

Así pues, cada vez más, los grandes fabricantes de maquinaria, electrónica, informática y productos para el consumo de todo el mercado hispanohablante comienzan a ver conveniente el abaratamiento de costes en la producción de instrucciones y documentación de sus productos mediante el empleo de una sola versión española para todo el mercado hispanoamericano. Una intención nada altruista, sino comercial, que, sin embargo, va en beneficio de nuestra lengua y nuestra cultura... [Castro Roig 1996: 1].

Este beneficio para la lengua y la cultura no es otro que el que en 2006 se vería confirmado por la I Acta Internacional de la Lengua: el valor que el español tiene y la rentabilidad que conlleva su ingreso en un mercado competitivo.

El autor considera que el uso de un español técnico neutro, que permite la intercomprensión de los hispanohablantes de diferentes países, es una demostración de madurez del sector tecnológico. Para ejemplificar este avance, recuerda que los primeros teclados carecían de "ñ", hecho que pudo ser revertido gracias a que los hispanohablantes utilizan la maquinaria producida, exigen traducciones de los manuales de uso y comienzan a consumir programas en español y no ya en inglés [Castro Roig 1996: 1].

4. f Estudios lingüísticos

En su libro *El español internacional* [2008], Eva Bravo García presenta un panorama del español internacional o *español neutro*. Sus aportes representan una introducción al concepto, que permite establecer cuál es su situación "actual": su contexto, su descripción, su valoración en el mundo hispanoparlante y sus usos. Si bien la extensión del trabajo no favorece un desarrollo exhaustivo de los temas presentados, posibilita un acercamiento a un panorama complejo.

En primer lugar, la autora remarca que, aunque existe un interés comercial a la hora de utilizar y difundir el *español neutro*, interés que responde a la expansión de las tecnologías de la comunicación, este no es el factor más importante a la hora de analizar los fenómenos asociados a esta variedad lingüística. Quizás considera más importante como causa de su requerimiento el prestigio de los propios medios al que aparece asociado [Bravo García 2008: 20].

La visión que presenta Bravo García acerca del *español neutro* no es negativa, especialmente porque considera que la expansión territorial de nuestra lengua española promueve su uso como lengua vehicular, ya que se presenta como ideal para fines comunicativos, sin ir en detrimento de las variedades lingüísticas propias de los hablantes [Bravo García 2008: 23].

En su artículo "El valor de la diversidad en la conciencia lingüística" [2007], Uta Helfrich

presentó una investigación acerca de la conciencia y la actitud lingüística frente a los conceptos homogeneizadores *español neutro* y panespañol que manifestaron, en una encuesta en línea realizada en 2006, dos grupos de estudio de nivel cultural alto procedentes mayormente de Hispanoamérica.

El estudio tenía como fin último recoger las apreciaciones de estudiantes y profesionales respecto de las consecuencias lingüísticas asociadas al proceso de globalización y la homogeneización que se prevé implicará en la lengua española, puesto que “... *la dirección en que evolucionará la lengua no es en absoluto calculable ni controlable desde arriba, sino su desarrollo dependerá más bien esencialmente de las actitudes de los hablantes*” [Helfrich 2007: 3]. Al preguntarles acerca de la importancia de una lengua homogénea, los encuestados reconocieron su necesidad para ciertos fines específicos, pero su consecución era considerada un “peligro” por la posible pérdida de identidad y la necesidad de ser instituida a partir de normas prescriptivas.

Respecto del *español neutro*, el autor considera que, mientras que algunos lingüistas y legos en el tema consideran que colaboraría con la creación de una norma panhispánica, esta variedad no es más que una “*estrategia de marketing*”, cuya existencia es incierta [Helfrich 2007: 3].

5. El valor económico del español

Así, lo que convierte a la lengua en un activo de valor económico es, ante todo, la función que brota de su cualidad más primigenia, la de ser una herramienta de comunicación social. En este sentido, la lengua, como la moneda, es un medio de cambio, de intercambio: crea mercado.
Juan Carlos Jiménez [2012: 45]

El estudio del español como un activo económico tuvo sus inicios en 2006 con los cinco encuentros que dieron nacimiento a la I Acta Internacional de la Lengua Española: “Activo cultural y valor económico creciente” (San Millán de la Cogolla, España, del 26 al 29 de octubre 2006), cuyo análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de nuestro idioma, conclusiones y líneas de actuación fueron publicados en el libro *El español activo cultural y valor económico creciente*, coordinado y redactado por Alfonso Roble Torres.

En las conclusiones, se explicitaron como factores a tener en cuenta la falta de investigaciones que existía hasta el momento, la necesidad de estudios sociolingüísticos con el fin de proporcionar datos y, por sobre todo, la existencia de un campo de estudio fértil:

La falta de datos sobre el valor económico de la lengua en el conjunto de la comunidad hispanohablante se debe, en gran medida, a la carencia de investigaciones sobre esta materia en cada uno de los países de nuestra área lingüística. En ese sentido, las conclusiones del encuentro de San Millán producto de las reflexiones de más de setenta expertos de Europa, América y África, ponen de manifiesto la existencia de un campo inédito para la investigación y el

análisis por parte de economistas, lingüistas, universitarios y profesionales independientes. Sus estudios y propuestas serían una aportación de indudable interés para conocer, con datos fiables y contrastados, el evidente valor económico de la lengua y sus industrias culturales en los países de habla hispana [Escudero, en Torres Roble 2006: 4].

La serie de encuentros en San Millán se convirtió así en una "punta de iceberg", pues diferentes instituciones y expertos ahondaron en el análisis y los estudios del valor económico del español.

Un número importante de especialistas se hicieron eco de la propuesta e investigaron, desde diferentes campos de estudio, las relaciones que se podían establecer entre el español y la economía. El Instituto Cervantes, por su parte, comenzó a redactar informes denominados *El español, una lengua viva*, en los que se presentaron y presentan datos que son considerados fuentes fiables de información para realizar estadísticas, establecer comparaciones, reconocer variables, etc.

Ahora bien, aun cuando en 2006 en los estudios lingüísticos no se poseía una verdadera conciencia acerca de los vínculos entre idioma y economía, en otras esferas sociales, como en el campo de la producción y la distribución audiovisual y editorial, y en campos de estudio asociados, como el de las traducciones, se reconocían y explotaban dichas relaciones. Es justamente en estos contextos empresariales donde el concepto *español neutro* fue haciéndose lugar y cobrando importancia.

Rogelio Blanco, en el "Discurso inaugural" en la IV Acta del Congreso Internacional de la Lengua Española, reconoce que los editores son los precursores en el desarrollo del valor económico del español [Blanco 2010: 4].

De lo expuesto hasta el momento, podemos inferir que, si bien el estudio y las investigaciones lingüísticas respecto del valor económico de nuestra lengua ven un crecimiento exponencial a partir de la I Acta Internacional de la Lengua Española, mucho antes era reconocido por el mundo empresarial, y su riqueza en términos monetarios venía siendo explotada por numerosas industrias, como en el mundo de la edición de libros; en los diferentes medios masivos de comunicación: prensa, radio, televisión y cine; en el universo de Internet: plataformas digitales, comercio en línea, páginas web y contenidos; en el desarrollo de software: sistemas operativos, juegos y programas informáticos; en las escuelas de idiomas, entre otros [Torres Roble 2006: 7].

No podemos dejar de considerar que las cifras que se proyectan acerca del número de hablantes de español en el futuro incrementan el interés económico. Si se plantean proyecciones en torno a nuestro idioma, los hablantes de español hacia 2030 constituirán el 7,5% de la población mundial [Caffarel Serra 2014: 21].

El contexto socio-académico nos invita a reflexionar acerca de qué variedad lingüística se pone en juego al hablar del valor económico del

español. Algunos análisis simplemente nombran una lengua común que se supone debe gozar de un grado alto de homogeneidad, para abaratar costos en negociaciones, lograr una intercomprensión fluida entre hispanohablantes de cualquier territorio y “colocar” a la lengua en el campo visible de los empresarios [Jiménez 2012: 215]. Sin embargo, otros estudiosos, como pudimos apreciar en el apartado anterior, ya trabajaban y llevaban a cabo sus investigaciones en torno a esta variedad del español que se supone es la preferida por las empresas para lograr mayores ganancias en sus intercambios comerciales y favorecer la comprensión en esferas transnacionales. Las compañías relacionadas con la comunicación son las que propugnaron y propugnan por una lengua internacional desde un primer momento [López Morales 2003: 9].

Sea cual fuere el interés que revistan los estudios realizados en los que el español es pensado como un activo económico, sí podemos asegurar que se lo considera un gran negocio en el mercado internacional, en las comunicaciones multimediales y en el “mundo científico”.

6. El diseño

“... parecería que ningún objeto, por insignificante que sea, pudiera escapar a la compulsión del diseño. Cuando se habla de mundialización, de extrañas simultaneidades, de ciudades en las antípodas que ofrecen las mismas imágenes, marcas, costumbres, íconos, ¿no estaremos

hablando de la utopía cumplida del diseño universal?”.

Leonor Arfuch [2011: 208]

En el campo de las ciencias sociales, existen reconfiguraciones. No es de extrañar que los estudios que se centran en el ser humano y su vida en sociedad se desarrollen y, con el paso del tiempo, se propongan nuevos enfoques metodológicos y líneas de análisis consideradas novedosas.

En las últimas décadas, comenzó a reclamar su lugar entre estas disciplinas el estudio del diseño. Hay quienes sostienen que tuvo su nacimiento a comienzos del siglo XX, con las vanguardias artísticas; hay quienes aseguran que en la segunda posguerra con los medios masivos de comunicación y la industrialización a gran escala. Lo que sí se sabe es que es notoria la escasez de teoría en cuanto a su posicionamiento y a su autonomía respecto de las ciencias de la comunicación y de las artes aplicadas [Arfuch 2011].

Aun cuando pareciera no terminar de cobrar forma un aparato crítico que permita delinear su estatuto disciplinar, se considera que existe una estrecha relación entre el diseño y diversas prácticas sociales, especialmente la comunicación y la cultura. El contexto que permite que esta interdependencia tenga lugar es la lógica de mercado, puesto que las exigencias comerciales reclaman repensar a la comunicación y a la

cultura como productos susceptibles de ser diseñados [Arfuch 2011: 10].

Si bien el diseño como disciplina se encuentra en sus albores, en lo que respecta al *español neutro* como práctica social, comunicativa y cultural, podría echar luz sobre una posible definición; en primer lugar, porque este se presenta como un fenómeno de época que responde a una lógica de mercado, como pudimos analizar en el apartado precedente, y, en segundo lugar, porque esta variedad lingüística puede ser pensada como un "servicio" susceptible de formar parte de un método proyectual.

En su artículo "Diseño Gráfico, ¿un orden necesario?", María del Valle Ledesma busca definir qué es el diseño y, en esa búsqueda, encontramos claves para pensar el *español neutro*. La autora considera que se puede explicar a partir del entrecruzamiento de tres aspectos, que no necesariamente tienen que ser pensados como etapas secuenciales: la prefiguración o planificación, la materialización proyectual o puesta en práctica y la habitabilidad social o aceptación por parte de la comunidad. Cabe aclarar que la acción proyectual no implica solo producción de objetos concretos, sino también de servicios que van a ser los que determinen "*modos culturales del habitar*" [Ledesma, en Arfuch 2011: 38 y 39].

¿No se busca, acaso, una solución económica al utilizar el *español neutro*? ¿No se materializa el proyecto de esta variedad lingüística en los

diversos "productos" que responden a una lógica de mercado de los medios masivos de comunicación? ¿No se concreta su habitabilidad cuando los "productores" y los "consumidores" la eligen por sobre otras variedades?

Pareciera que tanto el *español neutro* como el diseño responden al funcionamiento propio del mercado que tiene lugar a partir de mediados del siglo XX con la incorporación de los medios masivos de comunicación y la producción a gran escala. Según Norberto Chaves [en Arfuch 2011], debe establecerse en esta época la diferencia entre el diseñador como comunicador y el diseñador/artista, ya que el primero, respondiendo a lógicas del comercio y de la masividad, investiga, contextualiza e interviene para proporcionar una solución requerida y es una pieza fundamental en los sistemas de producción para el consumo.

Al estudiar en el apartado anterior el español como activo económico, analizamos que tres actividades llamaban la atención en cuanto a su productividad: la enseñanza del español como segunda lengua, la llamada industria cultural y las empresas relacionadas con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Aun cuando el diseño no esté explícitamente asociado a estas tres actividades, no cabe la menor duda de que intervino en la producción y medió en el consumo de sus productos y no solamente contribuyó al crecimiento de su valor económico y utilitario, sino también al simbólico,

evidenciado en el reconocimiento otorgado por los estudiosos del fenómeno.

Gui Bonsiepe [2005] es quien hace hincapié en la indiferencia con la que se trata a esta disciplina en el mundo académico. El autor sostiene que en toda disciplina científica se diseña, y no solo en las llamadas artes aplicadas, puesto que siempre que aparezca implicado un acto proyectual, aun cuando después sea invisibilizado en su uso porque logra su habitabilidad en una dinámica cultural, hay diseño.

Prestando atención a esta advertencia, a continuación propondremos una definición del *español neutro* que permita articular, desde una perspectiva sociolingüística, el valor económico del español, el diseño, los contextos de uso y las variedades lingüísticas.

7. Hacia una definición del *español neutro*

En este trabajo proponemos pensar al *español neutro* como un concepto que surge del entrecruzamiento de tres campos de estudio diferentes: la economía, la lingüística y el diseño.

Como expusimos, las esferas sociales en las que se utiliza el *español neutro* se han desarrollado a partir de la llamada industria cultural y han encontrado su apogeo en el denominado proceso de globalización.

El extenso territorio hispanoparlante y la búsqueda de una intercomprensión generalizada entre los hablantes, el crecimiento de la

población cuya primera lengua es el español y el creciente interés por aprenderlo como segunda, el promisorio uso del idioma en la WEB y la aspiración a que nuestra lengua pueda ser considerada vehicular en las ciencias hacen que instituciones y empresas busquen estrategias para lograr una unificación de la variedad lingüística, cuyo resultado, pretendido o no, sea el acrecentamiento de su valor en el mercado y su configuración como activo económico.

Como ya adelantamos, es el diseño la disciplina que consideramos media entre la variable lingüística y la económica a la hora de definir al *español neutro*.

Sabiendo que hay vocablos y giros lingüísticos que no son entendibles por todos los hablantes de español, quienes trabajan en torno del llamado neutro tienen que decidir qué palabra se ajustará a los requerimientos solicitados y, por lo tanto, proponer una solución que puede o no ser retomada por otros "diseñadores" de esta variedad lingüística en otros contextos o situaciones:

Christopher Crommett explicaba hace pocos meses en Chicago, que el español usado en la famosa cadena de televisión era el resultado de la necesidad de conseguir una comprensión a nivel mundial, con un lenguaje claro, simple, de uso general, que evitaba extranjerismos, punto este último que constituye una preocupación especial para ellos, que transmiten desde los Estados Unidos. Los periodistas de CNN, los corresponsales, redactores, editores y presentadores, continuaba explicando el Director de la cadena, se sirven de

instrumentos (manuales de estilo, diccionarios, búsqueda de recursos en Internet) y de estrategias (consultas entre colegas, mensajes del público) para realizar un manejo adecuado del idioma. Se sigue un proceso de depuración idiomática que comienza en la redacción, continúa en una revisión obligatoria y termina con la verificación de salida al aire [López Morales 2003: 5].

Como una de las características del diseño es hacer-ver invisibilizándose [Arfuch 2011], es decir que en el producto o servicio se invisibiliza el proceso, en el caso del *español neutro* son pocos los consumidores que se preguntan por el diseño de la lengua utilizada o por su naturalización. Entonces, podríamos decir que de los tres aspectos del método proyectual citados (planificación, materialización y habitabilidad), solo se presenta un grado alto de conciencia en los hispanohablantes acerca de la materialización.

En cuanto a la habitabilidad, podemos decir que es el diseño quien modifica el estatuto del producto o servicio ofrecido, pues los consumidores lo incorporan en su vida hasta tal punto que, en caso de que la oferta se cambie, exigen versiones que se correspondan con los "modelos" ya incorporados:

Independientemente de la calidad de la traducción y la revisión, aquel equipo empleó términos exclusivos de México en su traducción (*turnar* por *forward*; *charola de entrada/salida* por *In/Out Box*, etc.) que provocó las protestas de muchos otros usuarios hispanohablantes y forzó a CompuServe a enmendar la traducción en la

siguiente versión, lo que provoca unos gastos adicionales y una incomodidad a los usuarios que no habrían sido necesarios con una planificación previa [Castro Roig 1996: 3].

De lo expuesto hasta el momento, podemos inferir que los "mediadores" que hemos nombrado a lo largo del trabajo, de un modo u otro, presentan contenidos diseñados en *español neutro*. ¿No son acaso "diseñadores" quienes deciden arman un vocabulario neutro y otorgan lineamientos lingüísticos de trabajo que deberán ser tenidos en cuenta por empresas de atención al cliente, por traductores o por los productores de contenido en los medios masivos de comunicación? ¿No está "diseñando" una variedad lingüística aquel que decide enseñar un español que nadie habla, pero que todos comprenden o quien pretende implementar tecnologías de la información y la comunicación que sean consumidas por toda la comunidad hispanohablante?

A partir de todo el recorrido realizado hasta esta instancia en busca de una definición de *español neutro*, a continuación presentamos aquella que creemos pone en relación las variables descriptas y permite, en el cruce de fronteras entre disciplinas diferentes, dar cuenta de los usos que del concepto se realizan en las diferentes esferas sociales nombradas.

El español neutro es, entonces, una variedad lingüística diseñada para responder a los requerimientos de instituciones y empresas y

formar parte de la lógica del mercado.

Sostenemos que:

+ es una variedad lingüística, porque es un uso particular del español que tiene lugar frente a situaciones comunicativas (alcanzar una uniformidad lingüística absoluta en el núcleo receptivo de los hablantes), geográficas (lograr el mayor alcance territorial posible) e históricas (formar parte de productos propios de la industria cultural).

+ es diseñada, debido a que existe un método proyectual a partir del cual se planifica (investigación, documentación y selección de vocabulario sintópico, sinstrático y sinfásico [Coseriu 1992: 29], etc.), se ejecuta (asesoramiento o realización del servicio) y se incorpora un valor social que es aceptado por los usuarios e, incluso, solicitado.

+ responde a los requerimientos de instituciones y empresas, que pretenden abaratar costos y difundir un único producto o servicio a toda la comunidad hispanohablante.

8. Conclusiones

"El español es un país que le permite circular a uno por una variedad ilimitada de paisajes sin que lo detengan en ninguna frontera, una identidad fluida y flexible que nos permite ser de muchos lugares y de uno solo".

Antonio Muñoz Molina [2007:1]

Frente a la riqueza de la variedad que el español ofrece, el *español neutro* muchas veces es entendido como un peligro por la presunta

simplificación que implica y el empobrecimiento de vocabulario que supone. Como hemos trabajado, el fenómeno es mucho más complejo y no solo presenta un vocabulario denso, como bien sostiene Raúl Ávila, sino que de ninguna manera se piensa como lengua de uso cotidiano, sino como variedad lingüística diseñada para ciertos contextos específicos: contenidos mediáticos, traducciones comerciales, difusión científica, entre otros.

El Trabajo Final de Licenciatura presentado de ninguna manera pretende clausurar las discusiones teóricas en torno a su definición, sino más bien abrir las fronteras de estudio a otras disciplinas, con sus posturas críticas y sus paradigmas, pretensión propia de la sociolingüística al relacionar las lenguas con variables que exceden en sí el hecho lingüístico, pero que pueden determinarlo. En este caso, el diseño y la economía.

Quizás no estamos acostumbrados a relacionar las palabras diseño y variedad lingüística, porque por mucho tiempo solo consideramos familiares expresiones como "diseño industrial", "diseño gráfico", "diseño de software" y, quizás, "diseño de interiores o de indumentaria"; sin embargo, como sostiene Gui Bonsiepe [2005] en toda disciplina científica se diseña siempre que aparezca un acto proyectual, aun cuando este sea invisibilizado en su uso. Es justamente el método proyectual el que nos permite comprender por qué el *español neutro* es una

variedad lingüística diseñada y el que nos brinda un marco conceptual para las descripciones de las metodologías utilizadas por aquellos que trabajan con dicha variedad.

Como hemos planteado en todo el trabajo, vivimos en un mundo y en un tiempo en el que los modos de comunicar y la circulación de la información crece exponencialmente. No es casual que el vehículo principal para lograr este crecimiento sea el lenguaje y, por esto, esté siendo estudiado como un bien económico susceptible de análisis especulativos y trabajos "productivos" que responden a las lógicas de mercado.

Este nuevo contexto propulsó los estudios lingüísticos en los que el valor económico del español cobró importancia y el *español neutro*, considerado una variedad lingüística diseñada para conformar productos que se inserten en el mercado y brindar soluciones, empezó a ser tenido en cuenta por diferentes estudiosos del lenguaje, ya sea para criticarlo, ya sea para profundizar en su análisis.

Como el título de esta presentación lo indica, la idea es comenzar un recorrido hacia la definición del español neutro y, si bien la propuesta ha sido presentada, no implica un estudio cerrado, pues es conocido por todos que las disciplinas y sus conceptualizaciones crecen en el diálogo y la interrogación de lo realizado hasta el momento. Quizás es posible pensar que el acercamiento propuesto no asevera, sino que invita a la

reflexión y posible compleción futura. De más está decir que se necesita una caracterización exhaustiva de las diferentes formas que cobra esta variedad de acuerdo al diseño que se necesite, puesto que no es lo mismo una traducción científica que una literaria, como pudimos constatar en los artículos de Villegas y Benseñor respectivamente.

Para terminar, retomamos la idea de que el *español neutro* es hijo de la era de la comunicación y de los medios masivos y, por lo tanto, aun cuando existan resistencias a su uso, no puede negarse que llegó para quedarse en las esferas de producción de información.

Al comenzar este artículo, describimos la situación del español neutro en el campo disciplinar y las problemáticas que aparecían asociadas. Una en particular es la que dio sentido a nuestras reflexiones: la falta de una definición que pudiera dar cuenta de todos los usos que presenta el término. Creemos que hemos dado un paso en ese sentido y, entre todos los paisajes del español, comenzamos a recorrer aquel que desdibuja fronteras y nos permite ser de múltiples lugares y de uno solo.

9. Bibliografía

ANDIÓN HERRERO, María Antonieta (2008), "La diversidad lingüística del español: la compleja relación entre estándar, norma y variedad" [en PDF], en *Actas del VIII Congreso de Lingüística General*, Madrid: UAM.

ARCHUF, Leonor (et al.) (2011), *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*, Buenos Aires: Paidós.

ÁVILA, Raúl (2001), "Los medios de comunicación masiva y el español internacional" [en línea], en *Actas del II Congreso Internacional de la Lengua Española*, Madrid: Instituto Cervantes. Disponible en la WEB:

<http://congresosdelengua.es/valladolid/ponencias/unidad_diversidad_del_espanol/1_la_norma_hispanica/avila_r.htm>.

BENSEÑOR, Julia (1993), "El castellano neutro: sobre tremolinas y escándalos" [en PDF], *Idiomanía*, Año 2, N.º 19, Buenos Aires.

BLANCO, Rogelio (2010), "Discurso inaugural" [en PDF], Actas del IV Congreso Internacional de la Lengua Española, en *Acta Internacional de la Lengua Española. El valor de una cultura milenaria*, Madrid. Disponible en la WEB:

<http://www.fundacionblu.org/actaslengua/subir/PDFOnline_Rogelio.pdf>.

BONSIEPE, Gui (2005), "Democracia y Diseño" [en PDF], conferencia en ocasión del otorgamiento del título Doctor honoris causa por parte de la Universidad Tecnológica Metropolitana, Santiago de Chile, 24 de junio.

BRAVO GARCÍA, Eva (2008), *El español internacional*, Madrid: Arco Libros.

CAFFAREL SERRA, Carmen (2014), "El valor del español como vehículo de comunicación en el mundo: presente y futuro de una lengua en crecimiento", *index l comunicación*, N.º 4, pp. 19-35.

CASTRO, Lucila (2004), "Para leer lo que nadie habla" [en línea], *lanacion.com*, Sección Opinión, Buenos Aires. Disponible en la WEB: <<http://www.lanacion.com.ar/657332-para-leer-lo-que-nadie-habla>>.

CASTRO ROIG, Xosé (1996), "El español neutro" [en PDF], ponencia presentada en el Congreso Anual de la ATA (Asociación Estadounidense de Traductores), Colorado Springs.

CENTRO VIRTUAL CERVANTES (2014), *Diccionario de términos clave de ELE* [en línea], Madrid: Instituto Cervantes. Disponible en la WEB:

<http://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/indice.htm>.

COSERIU, Eugenio (1992), "Lingüística histórica e historia de las lenguas" [en PDF], *Boletín de Filología*, vol. 33, pp. 27-33.

CROMMET, Chris (2007), "El idioma español en la CNN" [en línea], *elcastellano.org. La página del idioma español*, Asociación Cultural Antonio de Nebrija. Disponible en la WEB:

<<http://www.elcastellano.org/ns/edicion/2007/octubre/crommet.html>>.

DE CASTRO, Cecilia (2005), "Cómo platicar en castellano neutro" [en línea], en *Clarín.com*, Buenos Aires, 17 de julio de 2005. Disponible en la WEB:

<<http://edant.clarin.com/suplementos/economico/2005/07/17/n-01201.htm>>.

GARCÍA IZQUIERDO, Isabel (2009), "El español neutro en los discursos de especialidad: ¿mito, utopía o realidad?" [en PDF], *Íkala, revista de lenguaje y cultura*, Vol. 14, N.º 23, pp. 15-38.

GARCÍA IZQUIERDO, Isabel (2006), "El español neutro y la traducción de los lenguajes de especialidad", *Sendebarr. Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada*, Vol. 17, pp. 149-167.

GÓMEZ FONT, Alberto (2012), "Español neutro, global, general, estándar o internacional" [en línea], en *Ómnibus*, N.º 39, Año VIII, mayo. Disponible en la WEB: <<http://www.omnibus.com/n39/sites.google.com/site/omnibusrevistainter-culturaln39/especial/espanol-internacional.html>>.

GUEVARA, Alejandro (2013), *El español neutro. Realización hablada en audiovisuales, doblaje, web y telemarketing*, Buenos Aires: Iberoamericana / Comunicación. Extracto presentado en la Web: <<http://www.espanolneutro.com/capitulouno.html>>.

GUEVARA, Alejandro (2006), *Locución. El entrenador personal*, Buenos Aires: Galerna.

HELFRICH, Uta (2008), "El valor de la diversidad en la conciencia (meta)lingüística" [en PDF], en *Actas del VIII congreso de Lingüística General*, Madrid. Disponible en la WEB:

<<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4007535>>.

LÓPEZ MORALES, Humberto (2003), "El léxico hispanoamericano actual. ¿Globalización o no globalización? Esta es la cuestión" [en PDF], discurso en ocasión del otorgamiento del título Doctor honoris causa por parte de la Universidad de Salamanca, 6 de junio de 2003.

LÓPEZ MORALES, Humberto (1989), *Sociolingüística*, Madrid: Gredos.

MUÑOZ MOLINA, Antonio (2007), "Paisajes del idioma" [en línea], *El País*, Madrid, 24 de marzo. Disponible en la WEB: <http://elpais.com/diario/2007/03/24/babelia/1174696761_850215.html>.

PETRELLA, Lila (1997), "El español 'neutro' de los doblajes, intenciones y realidades" [en línea], en *Actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española*, Instituto Cervantes. Disponible en la WEB:

<<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/television/comunicaciones/petre.htm#neutro>>.

TORRES ROBLE, Alfonso (2006), *El español. Activo cultural y valor económico creciente* [en PDF], I Acta Internacional de la Lengua Española, en Acta Internacional de la Lengua Española. El valor de una cultura milenaria, Madrid. Disponible en la WEB:

<<http://www.fundacionblu.org/actaslengua/index.asp>>.

VILLEGAS, Álvaro (2006), "El espanglés y la utilidad del español neutro" [en PDF], *Panacea*, Vol. VII, N.º 24, Madrid. Disponible en la WEB:

<<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2291256>>.