

Límites socioeconómicos a la extensión de la lengua española en los Estados Unidos

Socioeconomic Constraints to the Spread of Spanish in the United States

Amado Alarcón y Josiah Heyman

Palabras clave

Cualificaciones laborales • Requisitos de empleo • Sectores económicos • Lengua española • Estados Unidos de América

Key words

Occupational Qualifications • Job Requirements • Economic Sectors • Spanish Language • United States of America

Resumen

Este artículo analiza los mecanismos de mercado y las constricciones institucionales que condicionan la valoración y extensión social de la lengua española en El Paso (Texas, Estados Unidos). Los resultados se presentan a través del análisis de empresas y sectores de actividad caracterizados por una diferente intensidad lingüística del producto y del proceso productivo. Se realizaron entrevistas en profundidad observando que en los sectores de menor calificación son frecuentes las prácticas y gestión de trabajo «solo en español». Los requisitos lingüísticos de conocimiento de español formal aparecen sólo en actividades muy concretas y profesionalizadas. Los sectores de demanda emergente en español, como los centros de atención de llamadas, optan por el español patrimonial como instrumento de trabajo y como forma de conseguir mano de obra abundante y barata.

Abstract

This article analyzes the market mechanisms and institutional constraints that shape the evaluation and social spread of Spanish in El Paso, Texas, USA (located on the US-Mexico border). The results are presented through an analysis of labor sectors that have different main characteristics in the linguistic intensity of work and product. Based on in-depth interviews, the study finds that linguistic management policies in low-skilled sectors are effectively «Spanish-only». However, as skills increase and there is a greater need for formal Spanish in the occupational role, we observe more constraints on how Spanish functions in work use. In sectors where demand for Spanish language skills has grown, such as call centers, linguistic management is based on acculturated heritage Spanish as a means to obtain cheap labor.

INTRODUCCIÓN¹

La situación de la lengua española en Estados Unidos genera un creciente interés conforme crece el número de hispanos en el país². El censo de 2010 cifró en 50,5 millones

los habitantes hispanos en Estados Unidos (16,3% de la población), frente a 35,3 millones en 2000 (12,5%) y 22,3 en 1990 (9,0%). Según la *American Community Survey* (ACS), en 2008 podían contabilizarse 34,2 millones de estadounidenses mayores de cinco años que

¹ Esta investigación se ha realizado en el marco de dos estancias de investigación en el Departamento de Sociología y Antropología de la Universidad de Texas en El

Paso (Texas) con el patrocinio del Programa José Castillejo (JC2008-00011) y del Programa Salvador de Madariaga del Ministerio de Educación (PR2009-0202).

Amado Alarcón: Universitat Rovira i Virgili | amado.alarcon@urv.cat

Josiah Heyman: University of Texas at El Paso | jmheyman@utep.edu

eran hablantes de español. Estos cambios demográficos, unidos a nuevas prácticas empresariales conducidas en español y orientadas a la satisfacción de los clientes hispanos, estarían contribuyendo a un cambio lingüístico favorable al español (Hidalgo, 2001; Jenkins, 2009; Martínez, 2009).

En este marco, el Instituto Cervantes publicó en 2009 la *Enciclopedia del español en los Estados Unidos* (López Morales, 2009). En su capítulo introductorio, Lago (2009: 23-24) define la situación del español en Estados Unidos como espacio de afirmación y resistencia, indicándose un cambio en la tendencia de abandono del español por parte de los descendientes de hispanos. Sin embargo, responsables de la misma institución observan críticamente la situación. El rápido aumento en el número de hispanohablantes ha conducido a una cierta «superstición estadística» sobre la lengua española en Estados Unidos: los números no acompañan a la realidad del español³. Como ocurre también en Europa y España con las lenguas de los inmigrantes, existe un fuerte desajuste entre el peso demográfico y la valoración como capi-

tal cultural y económico de la lengua de origen en la sociedad receptora. Es cierto que el español no es en absoluto únicamente una lengua de inmigrantes, sino que también obedece al pasado colonial español en el suroeste de los Estados Unidos. También debemos recordar que el español es una de las mayores lenguas del mundo y que, desde la óptica económica, constituye un activo económico importantísimo (García Delgado *et al.*, 2008; Alonso y Gutiérrez, 2010). Sin embargo, los beneficios de conocer (o mantener) el español pueden resultar muy diferentes según el contexto en el que se desenvuelve la vida de cada hablante. El estudio de la situación de los hispanos en el suroeste publicado en el mismo volumen del Instituto Cervantes muestra que, al comparar los datos de los censos de 1970 hasta el último disponible de 2000, el porcentaje de hablantes de español no crece al mismo ritmo que la población hispana. Al contrario, disminuye (Silva Corvalán y Lynch, 2009: 109).

Los actuales discursos sobre la importancia del español en el mundo (y en Estados Unidos) y su relevancia como lengua de comercio internacional suelen apoyarse en datos macro. También la mayor parte de la bibliografía sobre el cambio lingüístico en Estados Unidos tiene un amplio soporte estadístico, principalmente a través de muestras del censo. Si nos ceñimos exclusivamente al enfoque del capital humano, donde un bilingüe debería —*ceteris paribus*— obtener más ingresos que un monolingüe, tenemos sorprendentes dificultades para comprender por qué el bilingüismo de los inmigrantes en las sociedades de destino genera, en diferentes contextos territoriales, unos rendimientos bajos o incluso negativos (Tubergen y Kalmijn, 2009; Shin y Alba, 2009; Chiswick, 2008; Cortina, Pinto y De la Garza, 2008: 1).

Existe relativamente poco análisis a nivel micro sobre los elementos y procesos que operan en la valoración positiva o negativa de los idiomas y sobre su conexión con los

Agradecemos toda la colaboración prestada a la realización de esta investigación y de los trabajos exploratorios previos prestada por el personal de la UTEP, en especial a los Departamentos de Sociología y Antropología y de Lengua y Lingüística, así como al Centro de Estudios Fronterizos Inter-americanos. Debemos reconocer también la colaboración de la estudiante de doctorado Sonia Alvarado como asistente del proyecto durante el segundo año de investigación y a Terry Sánchez por su enorme eficiencia en el apoyo administrativo al proyecto.

² Lipski (2008: 33) hace notar que a partir de los años noventa algunas de las principales editoriales académicas mostraban reticencia a aceptar nuevas colecciones sobre el español en Estados Unidos, argumentando que la temática no resultaba ya novedosa y que las cuestiones abordadas estaban suficientemente tratadas.

³ *El Mundo*, suplemento *El Cultural*, «Muñoz Molina: El avance del español en EEUU no se corresponde con la extensión de la cultura», 13 de octubre de 2008. De acuerdo con Muñoz Molina, «es importante poner los pies en el suelo e ir más allá del optimismo estadístico», criticando la «incapacidad de las instituciones para contribuir realmente a que esa presencia hispana en EE UU exista de verdad».

intereses económicos a nivel de empresas y sectores de actividad. Por ello, nuestra investigación apuesta por conocer el «proceso interviniente» (Gal, 1979) o lógicas internas del cambio lingüístico.

OBJETO Y PRECEDENTES TEÓRICOS

Este artículo analiza los mecanismos de mercado y las constricciones institucionales que actúan sobre la valoración y expansión social de la lengua española en el ámbito socioeconómico de El Paso (Texas), histórica localización bilingüe en la frontera entre Estados Unidos y México. Nuestro análisis sobre el cambio lingüístico se centra en los procesos de globalización y renacionalización (Spener y Staudt, 1998) en el contexto de la nueva economía (Heller, 2003, 2010), caracterizada por una mayor intensidad lingüística del trabajo (Grin *et al.*, 2010: 47-50).

En el conjunto de los Estados Unidos y del suroeste las investigaciones han reportado de forma persistente, al menos desde los años setenta, un cambio intergeneracional y unilateral del español hacia el inglés (Bills, 1989; Bills *et al.*, 1995; Peach, 1997; Rivera-Mills, 2001; Veltman, 1988). Sin embargo, algunos estudios han apuntado cambios en este patrón (Jenkins, 2009; Mills, 2005; Mora *et al.*, 2005, 2006), de modo que el mantenimiento del español ya no estaría necesariamente asociado a menores salarios. Al respecto, Hidalgo (2001, 1995) y Jaramillo (1995) identifican el cambio lingüístico favorable al español en la frontera bajo la etiqueta de «inversión del cambio lingüístico» (*Language shift reversal*), especialmente evidente en el uso del español en el dominio público, como consecuencia de factores no intencionados. Entre estos factores destacan los factores demográficos (crecimiento de la población hispana) y de mercado, concretamente, «demandas de consumo de bienes y servicios en la lengua ancestral, y la rápida respuesta de esas demandas por

parte de los proveedores de bienes y servicios» (Hidalgo, 2001: 63).

Respecto a este segundo tipo de factores, que nos sitúan ante la nueva economía, mientras que en el contexto industrial taylorista-fordista el trabajo es típicamente manual y rutinario, incorporando con relativa facilidad y pocos costes de formación a los inmigrantes, el trabajo en el modo de desarrollo informacional hace que las competencias culturales y lingüísticas de los trabajadores se conviertan en un factor de productividad y competencia (Castells, 1998; Reich, 1991; Boutet, 2001; Cohen, 2009; Heller, 2003, 2010). Desde el punto de vista organizacional, la tendencia hacia estructuras más descentralizadas e independientes apoyadas en las nuevas tecnologías las hace más intensivas desde el punto de vista lingüístico en tanto que implican mayor volumen y complejidad de los intercambios lingüísticos e involucran a un porcentaje mayor de empleados en los diferentes niveles jerárquicos de las organizaciones (Charles y Marschan-Piekkari, 2002; O'Hara-Devereaux y Johansen, 1994).

Estos cambios en la configuración económica y laboral deben, a modo de hipótesis, modificar los equilibrios lingüísticos previos. Las principales razones son, por una parte, la evolución hacia un mercado laboral en el que aumenta la intensidad lingüística del trabajo, lo que implica adoptar decisiones sobre qué lengua o lenguas emplear en la gestión de la fuerza de trabajo, partiendo de déficits en el conocimiento del inglés de la mano de obra inmigrante. Por otra, la necesidad de las empresas de contar con otras lenguas diferentes al inglés para acceder en mejores condiciones a los clientes de origen inmigrante en Estados Unidos.

Pero, lejos de observarse una concepción unívoca de las lenguas en la nueva economía, Heller (2003, 2010) enfatiza que las políticas lingüísticas de las empresas se mueven entre la búsqueda de la estandari-

zación taylorista en el uso del lenguaje, ejemplificada en los *scripts* de los centros de atención de llamadas o *call centers*, y el valor de la autenticidad en un entorno de saturación de productos y creciente competencia, donde la distinción a través de la proximidad cultural y los vínculos afectivos-identitarios con los clientes pueden ser la clave del éxito empresarial. Por otra parte, siguiendo a esta autora, las empresas oscilan entre la comprensión de la lengua como una competencia técnica, y por tanto directamente retribuable, o como una competencia social o talento innato de las personas, invisibilizando estas habilidades y considerando innecesarias la retribución e inversiones en este tipo de competencias. Por tanto, el tipo de prácticas y filosofía lingüística de las empresas de El Paso debe tener importantes consecuencias sobre el modo en que se puede producir una apreciación de la lengua española, ya sea como talento local no retribuable o como competencia técnica productiva y retribuable.

La forma en que la lengua adopta en el mercado una consideración técnica o es utilizada como un talento local no se produce en un vacío institucional ni es ajena a las disputas sociales por el control de los recursos. Todo lo contrario. La redefinición del papel de las fronteras y la defensa de los intereses de cada grupo sociolingüístico resulta clave en la gestión lingüística de las empresas en El Paso y, por tanto, sobre la forma que adopta el bilingüismo en la nueva economía⁴.

⁴ En particular, mientras el proceso de globalización pone a los hablantes de español de los dos lados de la frontera en competencia en el mercado de trabajo, el proceso de renacionalización sitúa a los grupos sociolingüísticos frente al mercado de los Estados Unidos y a sus instituciones nacionales como jueces de las competencias legítimas de cada grupo, lo que pone en competencia las variedades de español formal mexicano con las variedades auténticas o heredadas que representa el español México-americano.

METODOLOGÍA

En el artículo examinamos las políticas y prácticas lingüísticas observables en el sector servicios. Consideramos dos ejes principales a partir de los que diseñamos una muestra de tipo estructural: a) grupos sociolingüísticos; b) intensidad lingüística del trabajo. En primer lugar consideramos las relaciones que se establecen en el marco laboral entre tres grupos sociolingüísticos principales: a) inmigrantes mexicanos de primera generación; b) México-americanos, y c) anglo-americanos. Para establecer estos grupos nos basamos en la obra de Martínez (1996: 67-138) como una referencia fundamental en el estudio de los grupos sociales de la frontera. Aunque se trata de distinciones étnico-nacionales, la distribución y evolución de las competencias lingüísticas entre estos tres grupos es diferenciada. La primera generación de inmigrantes mexicanos son hablantes nativos de español y hablantes de inglés como segunda lengua (aunque no siempre y en grado variable); los México-americanos son predominantemente bilingües (hablantes nativos de ambas lenguas), o menos comúnmente, hablantes nativos de inglés y hablantes de español como segunda lengua; los anglo-americanos son hablantes nativos de inglés y extraordinariamente hablantes de español (véanse los datos censales de la siguiente sección)⁵.

⁵ La terminología étnica local es compleja. La población de origen mexicano en El Paso se suele referir a sí misma como «mexicana» [Mexican] (en un sentido socio-racial, no nacional). Sin embargo, se emplean modificadores o claves contextuales para distinguir aquella población de origen mexicano con más generaciones en los EE.UU. («mexicanos de aquí») de las personas que visitan desde el lado mexicano o inmigrantes recién llegados («mexicanos de allá, inmigrantes»). El término «hispanos» es menos común, pero a veces se utiliza de forma espontánea. Las etiquetas México-americanos o chicanos casi nunca se utilizan a nivel coloquial, excepto cuando se realizan discursos de carácter étnico-político. Localmente, por anglo-americanos se designa a los «anglos» o «blancos» [whites]. Sobre la complejidad de la clasificación etno-racial de los latinos de los EE.UU.,

En segundo lugar, consideramos actividades económicas y posiciones laborales con diferenciada intensidad lingüística del trabajo. Esto es, actividades donde existen diferentes niveles de exigencias lingüísticas para el desempeño laboral determinadas por: a) el número de lenguas requeridas (intensidad por diversidad); b) el tipo de competencia lingüística y extensión de la necesidad de la lengua como instrumento de trabajo durante el desempeño (intensidad por alcance) y, c) la excelencia en el uso de la lengua en el trabajo (intensidad por calidad) (Alarcón, 2007; Grin *et al.*, 2010: 47-50).

Recabamos abundante información procedente de fuentes secundarias, principalmente estadística y periodística. Sin embargo, nuestro análisis se centra en los relatos de directivos y trabajadores locales. Con ellos se realizaron, registraron⁶ y transcribieron 115 entrevistas en profundidad, semiestructuradas y en dos fases (febrero a abril de 2009 y febrero a junio de 2010). El número de entrevistas realizadas dependió del criterio de saturación y, por tanto, de la complejidad y heterogeneidad de las actividades analizadas. El método de acceso a los entrevistados fue el de bola de nieve. La duración de las entrevistas en profundidad osciló entre tres cuartos de hora y una hora y media, aunque en casos excepcionales se superaron estos límites. Además de las anteriores, realizamos entrevistas con informantes privilegiados, considerando tanto a agencias locales de promoción económica como a expertos universitarios y autoridades públicas.

Por motivos de espacio y a fin de profundizar en el «proceso interviniente» del cambio lingüístico (Gal, 1979), en el análisis de resul-

tados nos centramos en tres actividades donde realizamos 82 de las 115 entrevistas y que reflejan tres situaciones de intensidad lingüística del trabajo diferenciada: a) servicios de limpieza; b) servicios de atención telefónica en *call centers*, y c) servicios ofrecidos por profesionales de la lengua (traductores e intérpretes). En cada una de las actividades identificamos los principales grupos laborales y las características lingüísticas del desempeño en el trabajo. Incluimos miembros de los tres grupos sociolingüísticos en cada sector y profesión. Sin embargo, ello no fue posible en las categorías laborales de menor cualificación debido a la etnoestratificación del mercado de trabajo, particularmente en el caso de los operarios de limpieza.

En los servicios de limpieza se realizaron 18 entrevistas, incluyendo operarios, jefes de equipo, supervisores y un manager, todos ellos trabajando en una gran institución educativa. Se trata de una actividad que nos permitió profundizar en los trabajos «silenciosos» ocupados tradicionalmente por los inmigrantes mexicanos, pero en los que se encuentran en competencia con los trabajadores México-americanos. En el sector de los centros de atención de llamadas realizamos 39 entrevistas con operadores y supervisores (31) y mandos intermedios, formadores y ejecutivos (8) directamente relacionados con el servicio de atención de llamadas. Hemos de considerar que los centros de llamadas superan en algunos casos el millar de empleados, con una gran especialización y numerosos departamentos y áreas funcionales. Nos centramos en este apartado estrictamente en las posiciones mencionadas. En los servicios ofrecidos por profesionales de la lengua nuestros informantes son 25 profesionales que trabajan en traducción e interpretación. Ello incluye en nuestra muestra empleados de compañías de seguros, de medios de comunicación o centros de investigación de mercados. Se trata de un sector donde pudimos observar que el trabajo asa-

incluyendo la interacción con el lenguaje, véase Rodríguez (2000).

⁶ En una quinta parte de las entrevistas el registro magnetofónico no fue posible por diversos motivos. En esos casos se tomaron notas de campo.

lariado en grandes compañías convive frecuentemente con el trabajo autónomo.

En cuanto al contenido de la información recogida, nos hemos centrado, siguiendo a Spolsky (2009: 4-5), en la política lingüística observable en estos sectores y centros de trabajo, esto es, en las prácticas, creencias y la administración (o *management*) de la lengua, entendida como «esfuerzos explícitos y observables realizados por algún agente que reclama autoridad sobre el resto de participantes en el dominio para modificar sus prácticas y creencias». El análisis de contenido de las entrevistas recorre a través de los discursos de los entrevistados los procesos de adaptación a la nueva situación de gestión lingüística en el actual escenario competitivo de globalización y nueva economía. Por otra, observamos la acomodación o resistencia de los empleados según su origen y competencias lingüísticas a las nuevas exigencias lingüísticas en el desempeño del trabajo.

Dado nuestro objeto de estudio, la acotación territorial al condado de El Paso radica en su historia y economía fronteriza, el elevado porcentaje de población méxico-americana, muy superior al resto de orígenes y el hecho de ser la segunda área estadística metropolitana [Metropolitan Statistical Area] con un mayor porcentaje de bilingües (español-inglés). A continuación abordamos en detalle sus características sociolingüísticas.

LENGUA Y NUEVA ECONOMÍA EN EL PASO/FRONTERA

El condado de El Paso, con 731.000 habitantes estimados en 2008 según la ACS, es un histórico enclave fronterizo situado en el extremo occidental de Texas. Su ciudad hermana al otro lado de la frontera es Ciudad Juárez, suponiendo entre ambas un área metropolitana fronteriza de aproximadamente 2,5 millones de personas. Se trata de la segunda área estadística metropolitana en Estados Unidos por proporción de población

hispana, con el 81,4% (el 76,3% de origen mexicano), solo por detrás del condado de Hidalgo (89,4%) según la ACS (2008). La persistencia del español y de población de origen mexicana en El Paso se explica por cuatro factores principales: 1) la presencia histórica, previa al Tratado de Guadalupe Hidalgo de 1848, de población de origen mexicana en el lado americano de la frontera; 2) el continuo flujo de inmigrantes procedentes de México (actualmente, 183.553 nacidos en México, el 57,1% llegados antes de 1990) (ACS, 2008); 3) la existencia de importantes lazos comerciales, sociales y familiares a ambos lados de la frontera (Heyman, 2001), y 4) la existencia de un mercado de trabajo metropolitano transfronterizo (Carrillo, 1991; Alegría, 2002), además hemos de añadir un quinto factor relativo al creciente desequilibrio entre población de origen hispana y población anglo-americana. Al respecto, se viene produciendo durante las últimas décadas un relativo éxodo de población no hispana, especialmente entre los anglo-americanos con niveles educativos superiores (Fernández, Howard y Amastae, 2007).

Los principales grupos sociolingüísticos de acuerdo con ACS 2006-2008 —y según sus criterios de clasificación— son méxico-americanos (52,3%), mexicanos inmigrantes (24,3%) y blancos no hispanos (12,9%). La práctica totalidad de los mexicanos inmigrantes conservan el español en el hogar (97,3%), pero solo una minoría (30,4%) indica tener conocimientos muy buenos de inglés. En el caso de los méxico-americanos, el 84,6% utiliza el español en casa, y el 82,9% indica tener muy buen conocimiento de inglés. En el grupo de los blancos no hispanos un 12,5% indica utilizar el español en casa, debido fundamentalmente a los casos de matrimonios mixtos. La gran mayoría de estos tiene buenos conocimientos de inglés (96,9%).

Pese a la presencia histórica y el dominio demográfico de la población de habla española, existe una notable asimetría entre len-

guas, con el español como lengua subordinada y el inglés como lengua de prestigio en la vida pública e institucional, y que tiene su origen en el control político y económico que al menos hasta la segunda mitad del siglo XX ha ejercido la minoría anglo-americana en la región (Timmons, 1990). Esta diferencia en el prestigio tiene su correlato en las diferencias sociales entre los grupos sociolingüísticos. En 2008, los blancos no hispanos tenían un ingreso medio por habitante de 33.452 dólares, frente a 13.326 en el caso de los de origen mexicano. El 29,8% de los hablantes de español en El Paso estaban por debajo de la línea de la pobreza, más del doble que los anglófonos monolingües (ACS, 2006-2008).

El aumento del papel del trabajador lingüístico queda patente en El Paso cuando analizamos la evolución de su estructura sectorial y ocupacional, con un notable descenso en los dos últimas décadas del trabajo industrial poco cualificado, que prácticamente ha llevado a la extinción a la industria textil (que fue el principal empleador privado y hasta los años noventa contaba con las mayores empresas del área) (Spener, 2002) y un aumento considerable de los servicios profesionales, educativos, sanitarios y administrativos, entre los que destaca una importante industria de *call centers* bilingües.

En las últimas décadas los paseños han observado cambios importantes en el tejido productivo de la región. Según el *Bureau of Labour Statistic Data*, entre 1990 y 2009, el sector manufacturero de El Paso (*North American Industry Classification System*, NAICS, 30) perdió el 54% de sus empleados, pasando de 40.400 a 16.900. Tradicionalmente, la industria de la confección (NAICS 315) ha sido el principal subsector manufacturero. Para comprender este proceso de cierres de industrias de la confección y reorientación hacia sectores de actividad con mayor valor añadido hemos de referirnos a la división internacional del trabajo, en particular a la abundante y barata mano de obra en México,

y a los procesos de liberalización de los mercados. De acuerdo con Spener (2002) esta industria alcanzó su pico de trabajadores en 1993, con 23.581 empleados y formada mayoritariamente por mujeres mexicanas con baja formación y poco conocimiento de inglés. Sus trabajos eran rutinarios y el componente lingüístico de su trabajo irrelevante. El motivo de desaparición de este perfil de empleos se encuentra en las tendencias a la división internacional del trabajo favorecida por los acuerdos de liberalización de los mercados, en particular la NAFTA. Según el *Quarterly Census of Employment and Wages*, en el condado de El Paso solo quedaban en 2009 1.430 empleos en esta industria (9.328 en 2001; 3.144 en 2004). Se trata de trabajadores y trabajadoras que han tenido enormes dificultades para incorporarse a otros sectores de actividad, en particular por su escaso dominio de la lengua inglesa.

En su lugar, como ha ocurrido en el conjunto de las economías desarrolladas, ha crecido notablemente el sector servicios. Pese a las pérdidas de trabajo en la manufactura, entre 1990 y 2009 el condado de El Paso generó 62.100 empleos no agrícolas, pasando desde los 210.900 hasta los 279.000 empleos. Los que más contribuyeron a la creación de empleo fueron la educación y los servicios sanitarios (NAICS 65) (18.000 nuevos empleos) y los servicios profesionales a empresas (NAICS 60) (15.000 nuevos empleos) de los que la mayoría proceden de los servicios administrativos a empresas (NAICS 6056) (12.000 nuevos empleos). En este sector, los *call centers* (NAICS 6056142) alcanzaron los 6.000 puestos de trabajo en el condado en 2008, con una creación de más de 4.000 nuevos puestos de trabajo desde el año 2000. Estas cifras son más elevadas, casi 14.000, si consideramos las cifras de REDCO (una institución local para la promoción empresarial), que incluyen a todas aquellas instalaciones cuya principal actividad corresponde con la de atención al cliente vía teléfono. Si consideramos el sector de los

call centers en este sentido amplio, y más relacionado con el contenido lingüístico del trabajo, queda claro que se trata de uno de los principales motores de empleo en el área.

RESULTADOS

Servicios de limpieza: «Spanish-Only» para gestionar el trabajo barato

Esta sección describe los servicios de limpieza de una gran institución educativa de El Paso, cuya principal lengua de trabajo es el inglés; tanto a nivel de enseñanza como de administración. Los servicios de limpieza estudiados se ocupan de 14 hectáreas de suelo en edificaciones. Su función es la limpieza de baños, pasillos, aulas y lugares de reunión (14 hectáreas de suelo en total). Los 70 empleados en el servicio en el momento de realización de nuestro trabajo de campo eran: a) mexicanos (3/5), generalmente sin competencia fluida en inglés y, b) México-americanos bilingües (2/5). El único anglo-americano en el servicio es el supervisor del grupo México-americano. El manager del servicio, formado en gestión empresarial a nivel universitario y con especialización en limpieza y mantenimiento de instalaciones públicas, está en contacto directo con la dirección del centro y los empleados. Es de origen México-americano bilingüe, criado en la frontera.

En los servicios de limpieza observamos elementos del viejo patrón lingüístico de El Paso: la estrecha asociación entre empleos de baja cualificación, bajo perfil comunicativo y uso de la lengua española. La baja intensidad lingüística en este tipo de empleos (limpieza) favoreció que las competencias y acentos en español e inglés de los empleados fuesen considerados elementos de diferenciación simbólica entre ciudadanos americanos (México-americanos) e inmigrantes (mexicanos), más que instrumentos de comunicación en el trabajo. Observamos en

este apartado qué alteraciones en este patrón se producen en el contexto actual.

La violencia simbólica a través del dominio de las variedades legítimas del inglés y del español es parte cotidiana de este espacio laboral. Relacionado con ello, históricamente se ha realizado una fuerte división etnolingüística de los empleados en dos grupos según el origen, uno monolingüe español formado por mexicanos inmigrantes y otro bilingüe inglés-español formado por México-americanos, mostrando resistencia a cruzar las divisorias lingüísticas. Según un empleado mexicano: «El inglés lo tienes que hablar perfecto, sino no lo puedes hablar. Se ríen de ti». Por otra parte, según un empleado México-americano: «Ellos [los mexicanos] tienen un acento [en inglés] muy pesado. No se les entiende».

Bajo la amenaza de la externalización, los servicios de limpieza de esta institución educativa se encuentran sometidos a una importante presión por aumentar su eficiencia. Ello implica un incremento de las necesidades comunicativas o aumento en la intensidad lingüística del trabajo. En el marco de prácticas de gestión de la calidad, los trabajadores deben «servir a sus clientes», es decir, los usuarios de la institución educativa, por lo que han de «escucharles y atenderles» directamente, sin intermediarios. Los trabajadores de limpieza deben participar en formas más complejas de coordinación necesarias para la intensificación y flexibilización del trabajo. Por ejemplo, tienen que encargarse de múltiples edificios a través del trabajo en equipo en lugar de trabajar como empleados aislados en cada edificio (lo que requiere menos comunicación). Esta comunicación se desarrolla vía aparatos de radio y reuniones diarias entre equipo y supervisor. Además, se espera que los trabajadores se impliquen en la intensificación del trabajo a través de propuestas de mejora y participación en reuniones periódicas. Estas prácticas de gestión de la calidad están relacionadas con nuevos estándares de calidad en la industria de la lim-

pieza de Estados Unidos, establecidas por las asociaciones profesionales del sector.

El análisis del sector de limpieza muestra cómo los managers racionalizan la elección de las lenguas según funciones. El español predomina cuanto más compleja es la información que deben manejar los operarios. Por ejemplo, las juntas de empleados semanales para organizar y discutir el trabajo semanal son en español aunque no están exentas de alternancia de código entre inglés y español. También se produce la institucionalización de dos juntas, una en inglés (dirigida a los México-americanos) y otra en español (mexicanos) para abordar, con carácter mensual y/o trimestral, diferentes aspectos relativos a las relaciones laborales (contratos, beneficios sociales...) en las que participa un número mayor de empleados de diferentes servicios de la institución. En cambio, cuando se trata de comunicados estandarizados como rellenar impresos, asignando, por ejemplo números a cantidades de productos necesarios para el desempeño laboral durante la jornada o instrucciones sencillas y breves, predomina el inglés. También cuando se trata de comunicaciones breves y repetitivas a través de radio el inglés es el idioma más utilizado. Observamos así que la dicotomía complejidad-flexibilidad lingüística frente estandarización se resuelve favorablemente para el español conforme aumenta la complejidad de la comunicación y la riqueza de los contenidos.

Pese a la reiterada definición de El Paso como sociedad bilingüe, buena parte de los mexicanos incorporados al servicio, incluso con más de 20 años en este empleo, nunca han alcanzado fluidez en inglés. Además, entre las nuevas incorporaciones al servicio predominan mexicanos monolingües en español. Por ello, la lengua española muestra una mayor eficacia comunicativa en tanto que minimiza malentendidos o pérdidas comunicativas cuando la comunicación se dirige al conjunto de la plantilla (Solé *et al.*, 2005)

y resulta eficiente desde la perspectiva de incluir a todos los miembros de la organización en la comunicación (Van Parijs, 2007). Los factores demográficos, unidos a las mayores exigencias comunicativas en el desempeño del trabajo, comportan progresivamente una mayor relevancia del español en la organización, dejando la dirección de insistir en la formación en inglés, con el objetivo de lograr involucrar a los monolingües en la planificación del trabajo.

El debate político es sobre si [los empleados] saben inglés, pero a mí me pagan para que saque el trabajo (Directivo. Origen México-americano. Bilingüe).

Históricamente, los empleados habían tenido un rol muy activo en la contratación de nuevo personal. Hemos de mencionar en este punto que los empleos en esta institución se caracterizan por una elevada estabilidad laboral, buenos salarios en términos locales y beneficios sociales, por lo que el control de los procesos de reclutamiento es una cuestión relevante. En el momento de realización del trabajo de campo los managers persiguen tomar un rol más activo, privilegiando perfiles técnicos de trabajadores que puedan desarrollar eficientemente las tareas de acuerdo a procesos de trabajo más modernos y mayores estándares de calidad. Por ello, las nuevas prácticas de contratación entran en conflicto con los intereses de los trabajadores y sus líderes, acostumbrados a contratar a amigos y familiares, generalmente de su mismo grupo sociolingüístico. Dados estos juegos de intereses sobre la racionalización técnica y la lengua, los empleados mexicanos adoptan el discurso de la mayor necesidad de competencia técnica, pero simultáneamente, utilizando el mismo discurso managerial, razonan que el español es la lengua más eficiente para el servicio.

El inglés supone pérdida de tiempo: si usted habla español, pues yo prefiero hablar el español. Para entendernos y terminar más rápido. En español, mejor, más rápido. Tal y como dice el director, no

más inglés, es perder el tiempo (Operario. Origen mexicano. Monolingüe).

Así, observamos resistencia lingüística al inglés por parte de los empleados mexicanos como medio de aumentar su control sobre la organización. Como práctica que se incardina en este discurso, los empleados monolingües en español son reacios a realizar cursos de inglés, incluso cuando son gratuitos y durante la jornada laboral. En los últimos años esta política de formación en inglés para estos empleados ya no se aplica y el requisito tácito en los nuevos contratos es que los trabajadores deben tener competencia en español.

Los México-americanos, por su parte, se mantienen relativamente al margen de la disputa lingüística en su dimensión instrumental, debido a su bilingüismo. En cambio, a nivel simbólico continúan empleando con frecuencia el inglés en la comunicación por radio y en comunicaciones formales e informales con los españoles monolingües, aun sabiendo que estos puedan tener dificultades de comprensión. La dirección no puede imponer el español en la gestión a toda la plantilla, al considerarse esto ilegítimo en el *statu quo* paseño, ni incorporar trabajadores mexicanos al grupo de empleados México-americano, factor por el que la organización del trabajo sigue manteniendo la división etnolingüística como criterio de organización de la plantilla. Solo en la actualidad el manager, con dos años en el servicio, se plantea incorporar un nuevo supervisor (el tercero) y romper esta división organizativa entre mexicanos y México-americanos, lo que supondrá un mayor uso de español en todos los grupos.

La adaptación de los managers a esta situación convierte progresivamente al español en lengua de gestión como una apuesta estratégica. En todas las nuevas contrataciones el requisito es el conocimiento de español. Sin embargo, en ningún caso se produce un discurso sobre el español como compe-

tencia técnica, sino como capital social, reconocido sólo a nivel tácito, que ha de integrar a toda la plantilla en la persecución de formas más intensas de trabajo y participativas de gestión en un entorno de creciente competencia. Tampoco el creciente valor instrumental de la lengua en la organización ha logrado disminuir su relevancia simbólica en las relaciones entre grupos.

Call centers bilingües. Español a coste cero

Los empleos creados por la industria de los centros de atención de llamadas en El Paso desde los años noventa ascienden a unos 14.000 en 34 centros de trabajo, habiéndose convertido en uno de los principales sectores de empleo privado. Este volumen implica la aparición de nuevos agentes (grandes empresas del sector) capaces de crear miles de puestos de trabajo donde las competencias en español e inglés deberían implicar valor de mercado. La cuestión es qué tipo de español se valoriza. Al respecto, encontramos un escenario donde adquiere valor el español patrimonial (*Heritage Spanish*)⁷ de los Estados Unidos, más que el español formal adquirido en instituciones educativas. Se prima, pues, el español como capital social-étnico, más que como capital cultural y técnico. A continuación vemos esta afirmación en detalle.

Los empleados de este sector, fundamentalmente México-americanos —64,0% de los trabajadores del sector según elaboración propia de datos ponderados procedentes de la *Public Use Microdata Sample* (PUMS), 2006-2008 y mexicanos (16,8%)—, tienen como interlocutor principal a la América interior. Así, en los 9 *call centers* donde hemos desarrollado trabajo de campo el por-

⁷ Al término español patrimonial se asocian como aspectos fundamentales su «alto grado de variabilidad en los rasgos lingüísticos personales, culturales y sociodemográficos» (Wiley, 2001).

centaje de las llamadas en inglés se sitúa en torno al 98-92% de las llamadas atendidas. La incorporación de la frontera a los servicios de *call centers* implica una renacionalización física del trabajo barato dentro del territorio de los Estados Unidos, a la vez que una expansión virtual de los acentos y variedades lingüísticas de la frontera México-estadounidense hacia la América interior a través del teléfono. Esta orientación al mercado interior implica el debate sobre las variedades legítimas que la frontera ofrece para realizar el servicio con la calidad lingüística apropiada para los clientes, tanto angloamericanos como hispanos de origen no mexicano.

Podemos definir el sector de los *call centers* como orientado a la reducción de costes. El Paso se sitúa en cuanto a coste salarial en 11,23 dólares la hora en 2009 según la *Occupational Employment Statistics* (OES). Esta localización se sitúa según salario medio en el puesto 543 de las 577 áreas estadísticas metropolitanas que recoge la citada estadística. Por debajo de los salarios de El Paso destacan significativamente ubicaciones que podrían ser consideradas como bilingües, como las de Puerto Rico y otras localizaciones en la frontera con México. Por ejemplo, el área de McAllen-Edinburg-Misión (Texas), que cuenta con el mayor porcentaje de hablantes de español en los Estados Unidos, muestra un salario sustancialmente menor: 9,72 dólares la hora. Nada parece indicar que las grandes concentraciones de trabajadores hispanos y su «capital bilingüe» favorezcan mejoras salariales con respecto a los *call centers* monolingües del resto de Estados Unidos.

Respecto al bilingüismo de estos *call centers*, su mercado es principalmente la población de habla inglesa. Menos de un 8% de las llamadas se atienden en español. Nuestra estimación a partir de las entrevistas realizadas en 9 grandes *call centers* es que en torno al 60% de las estaciones de trabajo del sector atiende solo en inglés, frente a un

40% de estaciones bilingües en inglés y español. No se han detectado posiciones monolingües en español. Pese a que los sistemas de ruteo de llamadas permitirían la existencia de una división lingüística del trabajo, existe una preferencia de las empresas por la «flexibilidad lingüística» de una parte considerable de las estaciones de trabajo. Así existen dos tipos de organización lingüística: a) empresas con el 100% de sus estaciones de trabajo bilingües y donde al no existir división lingüística del trabajo la competencia lingüística de español no se prima (particularmente, aunque no exclusivamente, en los centros de recepción de llamadas no externalizados), y b) empresas con un 15-30% de sus estaciones de trabajo bilingües (en todos los centros emisores de llamadas, debido a la necesidad de adaptarse a un cliente desconocido, pero también en los centros emisores de llamadas externalizados, debido al interés variable de los clientes por establecer servicios en español). Dentro de esta última categoría de estaciones de trabajo bilingües solo el 20% de las llamadas es en español.

Un elemento importante es que en los centros del tipo b) históricamente las posiciones bilingües se adquirían con antigüedad y comportaban una prima económica. Sin embargo, esta prima tiende a desaparecer. Bien porque se elimina, bien porque no se actualiza con la inflación, bien porque se exigen certificados oficiales expedidos por instituciones de los Estados Unidos (Corte Federal) para poder cobrarla (competencia en español entendida como competencia técnica y retributable). Si bien el certificado es obligatorio para cobrar la prima, no lo es para ocupar la posición de trabajador bilingüe. Por ello, muchos trabajadores, especialmente México-americanos, ocupan estas posiciones, pero no están en posición de obtener este tipo de certificados debido a su nula educación formal en español. En otros casos encontramos a trabajadores mexicanos formados a nivel universitario que se resisten a que

una institución estadounidense certifique su conocimiento de español.

Como se observa en las siguientes citas los procesos de acreditación de competencias lingüísticas en el reclutamiento y promoción a posiciones bilingües son muy informales: «Se les facilita un texto en español y otro en inglés. Si pueden leer, pueden hablar». Además, todos los discursos apuntan a que en las centrales los managers consideran que: «*If they [los paseños] understand Spanish, then they can sell in it*». Un agente de promoción local indica: «*They (los directivos) do not have a very good idea about what is Spanish*».

Los directivos y los profesionales encargados de la redacción de guiones (*scripts*) hablan públicamente de que promocionan un español de calidad, «neutral» y estandarizado. Sin embargo, ello se reduce a la elaboración de listados de palabras empleadas por los diferentes colectivos hispanos (*slang* y localismos) y que formalmente se prohíben durante el trabajo. A nivel práctico los directivos acaban favoreciendo las variedades locales de español (español patrimonial, con hablantes descendientes de hispanos que no han recibido educación formal en español) e inglés. Observamos que se recluta tanto a mexicanos con bajo conocimiento de inglés como a México-americanos con notables dificultades para mantener una conversación en español sin recurrir al cambio de código o *spanglish*. Prueba de estas afirmaciones es que, según PUMS (2006-2008), el 11,6% de los empleados indica hablar inglés «*less than very well*». Esta última cifra resulta sorprendente en tanto que en los diversos *call centers* estudiados, como hemos indicado, no existen posiciones monolingües en español.

Para los México-americanos, una imposición de otro acento inglés distinto al propio es considerada abiertamente como ilegítima. Como se repite en las entrevistas: «en Estados Unidos todo el mundo tiene acento». En

cuanto al español, los empleados mexicanos, generalmente con un nivel educativo elevado, exiliados en muchos casos de Juárez por la violencia, se sienten ampliamente legitimados en sus competencias de español, identificando a sus compañeros chicanos como aculturados y criticando su excesivo uso del *spanglish*. Este *spanglish* lo conciben como una variedad asociada a un bajo nivel cultural e inadecuada para ofrecer un servicio de calidad en español: «¡Son *pochos!* [en referencia a los México-americanos] No superarían una prueba escrita de acceso».

Los directivos se adaptan a este contexto local transformando la competencia técnica de español en competencias sociales «auténticas», no retribuidas. Frente a las prácticas observadas por Poster (2007) respecto a la gestión de la identidad en los *call centers* en la India, las instrucciones explícitas de los managers y supervisores de El Paso a sus empleados cuando estos tienen problemas de comunicación con sus clientes son: «Di la verdad. Di que estás en un *call center* de El Paso, Texas» explotando así la legitimidad de la localización en una América plural.

El examen de las políticas lingüísticas de estos centros permite una mejor comprensión de las contradicciones existentes entre filosofías explícitas en los discursos públicos (especialmente, el acceso al mercado hispano; satisfacción del consumidor hispano; promoción del «talento hispano» dentro de las compañías) y prácticas. Concretamente, frente a la «filosofía pro-español» observamos: a) derivación de llamadas en español subordinadas a la reducción de los tiempos de espera, objetivo prioritario de las compañías; b) minimización del tiempo de servicio gracias al uso del español. Ello es debido a la ineficacia del inglés con parte de la población de origen hispano, más que como estrategia de satisfacción; c) aumento del compromiso de los empleados a través de la apelación a la identidad hispana del centro de trabajo, y d) español a coste cero, al con-

siderar la lengua española más como un talento innato que como una competencia técnica. Por ello, los managers tienen preferencia por la autenticidad de las diferentes variedades de español habladas en la frontera —aunque sea aculturado— como forma de garantizar un suministro abundante y barato de trabajadores bilingües.

Una de las cosas que hicieron fue hacer una convención, una reunión, nos llevaron a un complejo. Entonces estaba el presidente de la región, el vicepresidente de California (un hispano), el director. Y lo que dijo el vicepresidente... Lo que quería era hablarnos de lo importante que eran los hispanos. Y habló en español. Y el otro vicepresidente de California, hispano, habló en español. Y fue como un fervor. Como de aplausos, más enfatizados que con otra persona. Y también hacía chistes. El acto fue en español en una parte. Es algo que no está... normal en este país. Con los presidentes hispanos hubo más carisma (Operador. Origen mexicano. Bilingüe. Formado a nivel universitario a ambos lados de la frontera).

Finalmente, observamos cómo las grandes corporaciones ubicadas en El Paso optan por la gestión del español en los *call centers* como atributo social auténtico y generalmente no retribuable. Esta conceptualización managerial del español es consistente, por una parte, con las ideologías locales (Timmons, 1990; Velázquez, 2009) y, por otra, con las prácticas de gestión neotayloristas usuales en el modelo de *call center* de *mass market services*, que se sintetizan en: 1) la estandarización de los contenidos de la comunicación, en especial a través de *scripts*, permite el control, la rotación de personal y bajas necesidades de inversión en formación (Poster, 2007; Cameron, 2000: 224), y 2) la permisividad con los acentos locales, como forma auténtica de relación con el cliente (Heller, 2003; 2010), permite, especialmente en el caso de las lenguas con menor reconocimiento social, el acceso a fuerza de trabajo abundante y salarios bajos. Es decir, convertir el coste del español para estas organizaciones en próximo a cero.

Traductores e intérpretes en el sector privado

En este apartado nos centramos en los profesionales de la lengua española que trabajan para el sector privado en departamentos de traducción e interpretación de grandes empresas. El origen de los empleados de la muestra y del sector es principalmente mexicano. Mayoritariamente son jóvenes originarios de clase acomodada mexicana que se han establecido con perspectiva definitiva en El Paso debido a la creciente violencia en Juárez. Con frecuencia parte de su formación universitaria se realizó en México y parte en Estados Unidos. Este perfil de nuevos inmigrantes económicos con alta formación posibilita a las empresas desarrollar tareas calificadas en español a un coste relativamente bajo.

Sus salarios oscilan entre los 12 y los 22 euros la hora. Para los más profesionalizados de estos traductores e intérpretes la máxima aspiración laboral sería obtener un puesto de trabajo como intérprete en la Corte Federal, caso citado en diversas ocasiones por nuestros informantes, y al que asignan unos 90.000 dólares anuales, muy lejos de sus salarios actuales. Pero sus opciones más reales de promoción se encuentran muchas veces dentro de sus propias compañías, que ofrecen oportunidades al «talento hispano», debido a que han ido incorporando el español como lengua de trabajo a sus organizaciones.

La empresa es la número 1 en Estados Unidos y decide que no hay infraestructura para prestar servicios al cliente hispano. Empieza siendo una compañía de seguros para ranchos. Hacen ciertas proyecciones y se dan cuenta de que para 2015 el segmento de mercado hispano va a tener alrededor de un trillón de dinero para gastar. Entonces [nombre de la empresa], siendo una compañía de clientes «anglos», quiere acaparar al menos un 15% de ese segmento. El problema es que la mayoría de los agentes de [nombre de la empresa] no hablan español. Entonces qué hacen, crean una

unidad de interpretación. El agente que tiene que hablar con un cliente hispano lo hace a través de la unidad de interpretación. Hay un intermediario que es el intérprete. Sería más fácil un agente hispano. Entonces, para la mayoría de los agentes que se están contratando el requisito es que sean bilingües. En un mundo ideal lo adecuado es que el agente sea bilingüe. Se ha proyectado que en 10 años la unidad de interpretación ya no va existir (Manager de Traducción e Interpretación. Origen mexicano. Bilingüe).

Respecto a los contenidos del desempeño observamos que la mayor parte del trabajo en los centros estudiados (*inhouse* o propios) es fundamentalmente: a) interpretación, (*Intepretation Units*) en los dos sentidos: inglés-español, español-inglés y, b) traducción, (*Spanish Translation Services Units*) desde el español oral hacia el inglés escrito. Las empresas necesitan convertir conversaciones de sus clientes hispanos monolingües en español a la lengua burocrática de la organización: el inglés. Son los departamentos jurídicos de estas compañías los que establecen normativas sobre el uso de la lengua en la redacción y los que sancionan la calidad lingüística de la traducción. Respecto a la interpretación, predomina la conversión del español popular de los clientes al lenguaje técnico e interno, en inglés, en el que trabajan los servicios jurídicos, contables, clínicos, etc. de estas compañías y viceversa, haciendo al cliente comprensible esta información. Es decir, el sentido de la interpretación y la traducción es entre español-auténtico e inglés-competencia técnica.

Pese a este esquema, entre los traductores e intérpretes predomina el discurso de la lengua española como competencia técnica. Críticamente, consideran que la filosofía a favor del español en la provisión del servicio se muestra desvinculada de un mayor reconocimiento de la lengua española como perfil técnico de sus empleados. Abunda el intrusismo, dificultándose la especialización. En los puestos formalmente designados para traductores e intérpretes dentro de estas uni-

dades encontramos multitud de titulaciones universitarias con un *Minor* en español o formación en México, pero raramente titulaciones universitarias en traducción e interpretación.

Para acceder a un empleo como traductor e intérprete en estas compañías privadas se exige por norma general una o varias pruebas de español e inglés pero no una titulación universitaria o credencial estandarizada. Las pruebas certificadoras de acceso a estos empleos se encuentran externalizadas y son implementadas por empresas privadas de capital estadounidense, que se administran en cada proceso de reclutamiento, lo que favorece que cualquiera con un relativo conocimiento de español e inglés pueda competir por estas posiciones laborales. Las empresas contratantes no confían o ni tan siquiera se plantean aceptar certificados o títulos mexicanos o los expedidos por el Instituto Cervantes.

En las grandes compañías se observa un importante sistema de mercados internos de trabajo para la promoción (en el lenguaje corporativo) de «el talento hispano». Ello se debe a que la incorporación del español como lengua de trabajo en la organización supone importantes problemas de control de la comunicación debido al predominio de empleados monolingües en inglés dentro de las sedes centrales de las compañías.

Él [el auditor] lo primero que va a ver es la solicitud y si hay algo que no faja bien, tiene que preguntarle directamente al cliente, no a través del agente. Porque a veces los clientes y los agentes mienten para que la póliza se haga [control sobre el agente]. Los agentes dicen lo que sea para que sus clientes estén adentro (Traductor. Origen mexicano. Bilingüe).

La promoción supone el traslado a los centros corporativos y la movilidad funcional, abandonando la posición de traductor o intérprete (competencia considerada periférica y externalizable en estas organizaciones). El carácter fuertemente anglocéntrico de estas

compañías se percibe como un problema para muchos de estos trabajadores por su origen mexicano. Los acentos del norte de México y en general de los paseños de origen mexicano se consideran como un importante problema para promocionar internamente en la compañía.

Sí, mucho miedo. Aquí es como si estuviera en México, nada más con lo Pocho (risas), con lo *spanglish*. Pero allá yo sé que va a haber muy poca gente... Pero nosotros tenemos ya planeado estar con un grupo y en este grupo son puros empleados que son hispanos. Y ya tenemos planificado que con ellos vamos... a hacer la *barbecue* (...) Nosotros somos de ese grupo aquí en El Paso. Es como un *network* en la empresa. La compañía tiene diferentes *chapters*... Diferentes formaciones en los Estados de este grupo. Lo que hacen es promover el talento hispano (Traductora. Origen mexicano. Bilingüe).

CONCLUSIÓN

Los procesos observados actúan positivamente sobre la valoración de la lengua española desde el punto de vista de los fines económico-instrumentales, afectando a un amplio espectro de sectores y trabajadores, desde operarios hasta directivos. Este proceso contribuye a que la lengua española pueda dejar de ser principalmente un identificador simbólico de clase obrera e inmigrante, principalmente confinada a empleos con bajo perfil comunicativo y contribuye a que las nuevas generaciones de paseños puedan desarrollar actitudes más positivas hacia la transmisión intergeneracional de la lengua española (Velázquez, 2009).

Sin embargo, el modo en que la lengua española está adquiriendo valor en el mercado y el tipo de variedades del español que el mercado reconoce se muestran como aspectos claves del futuro del español. Los managers de corporaciones anglocéntricas localizadas en El Paso están teniendo un papel muy activo en el arbitraje entre méxico-ame-

ricanos y mexicanos en la lucha por el establecimiento de las competencias legítimas. Resulta especialmente importante la ideología empresarial del español como español patrimonial (*Heritage Spanish*) (Wiley, 2001), que apunta a una comercialización de la lengua española sobre la base de la «autenticidad» del español en Estados Unidos. Así, en las políticas empresariales predomina una concepción social y auténtica de la lengua (no retribuible, por tanto) sobre una concepción técnica. Es decir, aumenta el reconocimiento de la diversidad, favoreciéndose la incorporación de diversos tipos de empleado bilingüe (tantos tipos de bilingüismo y mezcla como la frontera ofrece) a las estaciones de trabajo bilingües, pero sin que las competencias formales y técnicas en español supongan primas salariales directas. Lo que sí se observa es un proceso de derrame a nivel local, en el que la necesidad de operarios bilingües trae aparejada la necesidad de supervisores y técnicos bilingües, capaces de controlar el trabajo (lingüísticamente intensivo) de sus subordinados. Por ello, aunque la instalación de los *call centers*, por ejemplo, viene acompañada de cuadros medios desplazados desde las sedes corporativas o de otras filiales, estos acaban volviendo con frecuencia a sus zonas de origen, y siguiendo por tanto las pautas de emigración desde El Paso que han sido identificadas en la población anglo-americana (Fernández, Howard y Amastae, 2007).

Estas grandes compañías, como las asociaciones profesionales y el mercado de formación técnica en Estados Unidos, son profundamente anglocéntricas, de modo que toda carrera profesional, cuando está asociada a movilidad geográfica y funcional dentro de diferentes departamentos de estas compañías, depende más del dominio de la competencia legítima en inglés que de la competencia técnica y formal en español. Las resistencias más destacadas a esta concepción de la lengua española como atributo social-étnico se observan entre los

mexicanos jóvenes con alto nivel educativo (y elevado capital cultural), que en nuestra muestra son hijos de familias exiliadas de México por la violencia. Su ideología lingüística valora la competencia en español como capital cultural, que debería ser valorado en el mercado de trabajo debido a la relevancia del español como instrumento de comunicación. Sin embargo, esto entra en conflicto con un sistema de gestión laboral que tiende a menospreciar la competencia formal en español. El intrusismo profesional en el sector de la traducción e interpretación y la falta de calidad lingüística (español formal) en los *call centers* son aspectos reiteradamente denunciados por estos empleados. Las políticas y prácticas de estos centros de trabajo los equiparan a los México-americanos sin formación en español, e incluso pueden preferir a los segundos por su competencia en inglés nativo.

En definitiva, observamos que esta comunidad procede a la readecuación de su sistema lingüístico en un escenario de globalización y renacionalización. Los datos analizados muestran que el proceso de globalización ha contribuido a cambiar sustancialmente la estructura productiva en El Paso, reduciendo el volumen de puestos de trabajo para los monolingües en español⁸. Pero el monolingüismo español persiste entre la clase obrera. Como hemos observado, esta incluso ha adoptado los discursos empresariales como medio de legitimar el uso del español en la gestión del trabajo, a costa de un perdedor: los monolingües en inglés de la clase obrera quedan fuera del mercado de trabajo conforme la intensidad lingüística de todo tipo de empleos crece y los managers institucionalizan el *Spanish-Only* en la gestión de la *disposable people*. Cuando se precisan mayores compe-

tencias en español e inglés para atender al mercado nacional los hablantes de la frontera se encuentran expuestos a las ideologías del mercado nacional estadounidense para la valoración de la calidad lingüística del servicio. Frente a una posible penetración del español mexicano como capital lingüístico legítimo, se produce un renacionalización de la competencia legítima en español (español patrimonial) con la que dirigirse al público hispano, apoyada en la neotaylorización de las competencias lingüísticas, favoreciéndose un enorme volumen de mano de obra disponible y, como consecuencia, reduciéndose la posible ventaja comparativa de la inversión en español formal a través del sistema educativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, Amado (2007): «Informationalism, Globalisation and Trilingualism: An Analysis of the Statistics of Linguistic Practices in Small and Medium Companies in Catalonia», *Noves SL. Revista de Sociolingüística* (en línea). http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hm07tardor-hivern/docs/a_alarcón.pdf, último acceso abril de 2011.
- Alegria, Tito (2002): «Demand and Supply among Mexican Cross-Border Workers», *Journal of Borderlands Studies*, 17 (1): 37-55.
- Alonso, José Antonio y Rodolfo Gutiérrez (2010): *Emigración y lengua*, Madrid: Editorial Ariel y Fundación Telefónica
- Bills, Garland, D. (1989): «The U.S. Census of 1980 and Spanish in the Southwest», *International Journal of the Sociology of Language*, 79: 11-28.
- , Eduardo Hernández-Chávez y Alan Hudson. (1995): «The Geography of Language Shift: Distance from the Mexican Border and Spanish Language Claiming in the Southwestern United States», *International Journal of the Sociology of Language*, 114: 9-27.
- Boutet, Josiane (2001): «Le travail devient-il intellectuel? Travailler», *Revue Internationale de Psychopathologies et Psychodynamique du Travail*, 6: 55-70.
- Cameron, Deborah (2000): *Good to Talk? Living and Working in a Communication Culture*, Londres: Sage.

⁸ En el marco del proceso de globalización, nada apunta a que El Paso se esté convirtiendo en una localización estratégica en el comercio internacional en el marco del proceso de globalización gracias a las competencias en inglés y español de sus hablantes.

- Carrillo, Jorge (1991): *Mercado de trabajo en la industria maquiladora*, Tijuana: Plaza y Valdés.
- Castells, Manuel (1998): *La era de la información*, vol. II, Madrid: Alianza Editorial.
- Charles, Mirjaliisa y Rebecca Marschan-Piekkari (2002): «Language Training for Enhanced Horizontal Communication: A Challenge for MNCs», *Business Communication Quarterly*, 65 (2): 9-29.
- Chiswick, Barry R. (2008): *The Economics of Language: An Introduction and Overview*, IZA Discussion Paper, 3568.
- Cohen, Daniel (2009): *Three Lectures on Post-Industrial Society*, Massachusetts Institute of Technology.
- Cortina, Jerónimo, Pablo Pinto y Rodolfo de la Garza (2008): *No Entiendo: The Effects of Bilingualism on Hispanic Earnings*, ISERP Columbia University Working Paper, 2008-6.
- Fernández, Leticia, Cheryl Howard y Jon Amastae (2007): «Education, Race/Ethnicity and Out-Migration from a Border City», *Population Research and Policy Review*, 26: 103-124.
- Gal, Susan (1979): *Language Shift - Social Determinants of Linguistic Change in Bilingual Austria*, Nueva York: Academic Press.
- García Delgado, José Luis, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez (2008): *Economía del español, una introducción*, Madrid: Editorial Ariel y Fundación Telefónica.
- Grin, François, Claudio Sfreddo y François Vaillancourt (2010): *The Economics of the Multilingual Workplace*, Nueva York: Routledge.
- Heller, Monica (2003): «Globalization, the New Economy and the Commodification of Language and Identity», *Journal of Sociolinguistics*, 7 (4): 473-492.
- (2010): «The Commodification of Language», *Annual Review of Anthropology*, 39: 101-114.
- Heyman, Josiah M. (2001): «On U.S.-Mexico Border Culture», *Journal of the West*, 40 (2): 50-59.
- Hidalgo, Margarita (1995): «Language and Ethnicity in the "Taboo" Region: The U.S. Mexican Border», en M. Hidalgo (ed.), *Sociolinguistic Trends on the U.S.-Mexican Border. International Journal of the Sociology of Language*, 114: 29-46.
- (2001): «Spanish Language Shift Reversal on the US-Mexico Border and the Extended Third Space», *Language and Intercultural Communication*, 1: 57-75.
- Jaramillo, June A. (1995): «The Passive Legitimization of Spanish. A Macrosociolinguistic Study of a Quasi-Border: Tucson», *International Journal of the Sociology of Language*, 114: 67-92.
- Jenkins, Devin L. (2009): «The Cost of Linguistic Royalty Socioeconomic Factors in the Face of Shifting Demographic Trends among Spanish Speakers in the Southwest», *Spanish in Context*, 6 (1): 7-25.
- Lago, Eduardo (2009): «Estados Unidos Hispanos», en Humberto López Morales (ed.), *Enciclopedia del español en los Estados Unidos*, Madrid: Instituto Cervantes-Santillana.
- Lipski, John M. (2008): *Varieties of Spanish in the United States*, Washington D.C.: Georgetown University Press.
- López Morales, Humberto (2009): *Enciclopedia del español en los Estados Unidos*, Madrid: Instituto Cervantes-Santillana.
- Martinez, Oscar J. (1996): *Border People: Life and Society in the U.S.-Mexico Borderlands*, Tucson (AZ): University of Arizona Press.
- Martínez, Glenn (2009): «Hacia una sociolingüística de la esperanza. El mantenimiento inter-generacional del español y el desarrollo de comunidades hispanohablantes en el sudoeste de los Estados Unidos», *Spanish in Context*, 6 (1): 127-137.
- Mills, Susan (2005): «Acculturation and Communicative Need in the Process of Language Shift: The Case of an Arizona Community», *Southwest Journal of Linguistics*, 24: 111-125.
- Mora, Marie T., Daniel J. Villa y Alberto Dávila (2005): «Language Maintenance among the Children of Immigrants: A Comparison of Border States with Other Regions of the U.S.», *Southwest Journal of Linguistics*, 24: 127-144.
- , — y — (2006): «Language Shift and Maintenance among the Children of Immigrants in the U.S.: Evidence in the Census for Spanish Speakers and Other Language Minorities», *Spanish in Context*, 3: 239-254.
- O'Hara-Devereaux, Mary y Robert Johansen (1994): *Globalwork*, San Francisco (CA): Jossey-Bass.
- Otheguy, Ricardo (2009): «El llamado Spanglish», en Humberto López Morales (coord.), *Enciclopedia del Español en los Estados Unidos*, Alcalá de Henares: Instituto Cervantes-Santillana.
- Peach, James T. (1997): «Income Distribution along the United States Border with Mexico», *Journal of Borderlands Studies*, 12: 1-15.

- Poster, Winifred S. (2007): «Who's On the Line? Indian Call Center Agents Pose as Americans for U.S.— Outsourced Firms», *Industrial Relations*, 46 (2): 271-304.
- Reich, Richard (1991): *The Work of Nations*, Nueva York: Alfred A. Knopf.
- Rivera-Mills, Susana (2001): «Acculturation and Communicative Need: Language Shift in an Ethnically Diverse Hispanic Community», *Southwest Journal of Linguistics*, 20: 211-223.
- Rodríguez, Clara E. (2000): *Changing Race: Latinos, the Census, and the History of Ethnicity in the United States*, Nueva York: New York University Press.
- Shin, Hyoung-jin y Richard Alba (2009): «The Economic Value of Bilingualism for Asians and Hispanics», *Sociological Forum*, 2 (1): 254-275.
- Silva Corvalán, Carmen y Andrew Lynch (2009): «Los Mexicanos», en Humberto López Morales (coord.), *Enciclopedia del Español en los Estados Unidos*, Alcalá de Henares: Instituto Cervantes-Santillana.
- Solé, Carlota, Amado Alarcón, Albert Terrones y Luis Garzón (2005): «Eficiencia y discriminación lingüística en la empresa», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 109: 11-35.
- Spener, David (2002): «The Unraveling Seam: NAFTA and the Decline of the Apparel Industry in El Paso, Texas», en David Spener, Gary Gereffi y Jennifer Bair (eds.), *Free Trade and Uneven Development: The North American Apparel Industry after NAFTA*, Filadelfia (PA): Temple University Press.
- y Kathleen Staudt (1998): «The View from the Frontier: Theoretical Perspectives Undisciplined», en David Spener y Kathleen Staudt (eds.), *The U.S.— Mexico Border: Transcending Divisions, Contesting Identities*, Boulder (CO): Lynne Rienner Publishers.
- Spolsky, Bernard (2009): *Language Management*, Cambridge y Nueva York: Cambridge University Press.
- Teschner, Richard V. (1995): «Beachheads, Islands, and Conduits: Spanish Monolingualism and Bilingualism in El Paso, Texas», *International Journal of the Sociology of Language*, 114: 93-105.
- Timmons, Wilbert H. (1990): *El Paso: A Borderlands History*, El Paso (TX): Texas Western Press.
- Tubergen, Frank y Matthijs Kalmijn (2009): «Language Proficiency and Usage Among Immigrants in the Netherlands: Incentives or Opportunities?», *European Sociological Review*, 25 (2): 169-182.
- Van Parijs, Philippe (2007): «Europe's Linguistic Challenge», en Dario Castiglione y Chris Longman (eds.), *The Language Question in Europe and Diverse Societies*, Oxford: Hart.
- Velázquez, Isabel (2009): «Intergenerational Spanish Transmission in El Paso, Texas: Parental Perceptions of Cost/benefit», *Spanish in Context*, 6 (1): 69-84.
- Veltman, Calvin (1988): *The Future of the Spanish Language in the United States*, Nueva York: Hispanic Policy Development Project.
- Wiley, Terrence G. (2001): «On Defining Heritage Learners and their Speakers», en J. Peyton, D. Ranard y S. McGinnis (eds.), *Heritage Languages in America: Preserving a National Resource*, McHenry: Delta Systems.

RECEPCIÓN: 28/04/2011

REVISIÓN: 27/10/2011

APROBACIÓN: 25/11/2011