

## Internet en Galicia: lingua e contidos

### 1 TIC E CAMBIO SOCIAL

As tecnoloxías da información e a comunicación -as TIC-, están cambiando a ritmos acelerados o noso xeito de traballar, aproveitar o tempo de lecer, acceder á información, comunicarnos e mesmo de relacionarnos.

¿Qué entendemos por TIC? Pois un conxunto de ferramentas, soportes e canles para o tratamento e acceso á información<sup>1</sup> en tempo real ou, dito noutros termos, aquelas tecnoloxías baseadas na converxencia entre as telecomunicacións, a informática e a dixitalización.

Internet, a arañeira que conecta a milleiros de ordenadores espallados por todo o mundo, converteuse no paradigma destas tecnoloxías, no símbolo, na punta do iceberg, deses cambios que non só afectan ó ámbito das relacións privadas e profesionais, senón que están inseridos en fondas transformacións sociais. Tan fondas e rápidas que moitos autores non dubidan en afirmar que son dunha magnitude superior ás producidas pola revolución industrial.

Para decatarnos da súa transcendencia e velocidade, abonda con recorrer ó máis cotián e recuperar imaxes destes últimos catro anos. Por poñer un exemplo tan esquemático coma ilustrativo, se reparades na publicidade, coincidiredes con nós en que en 1996 había que mirar centos e centos de anuncios e observarlos con lupa para encontrar algún que incluía a localización dunha páxina web ou o enderezo dunha caixa de correo electrónico. Pola contra, hoxe por hoxe os tres "w" ou a arroba (@), ocupan espazos destacados nas mensaxes publicitarias que recibimos tanto a través dos *media* convencionais coma doutros soportes publicitarios. Ademais, os anuncios relacionados directamente coa Rede (portais, conectividade a Internet, negocios en liña...) ocupan unha porcentaxe máis que significativa nos media. Por non falar do famoso anuncio da "constrictor" ou, o que é o mesmo, da conectividade a Internet utilizando o propio teléfono móbil.

---

<sup>1</sup> GONZÁLEZ SOTO, A.P., GISBERT, M., GUILLÉN, A, JIMÉNEZ B., LLADÓ, F., E RALLO, R. (1996): Las nuevas tecnologías en la educación. En SALINAS, J. et. al. *Redes de comunicación, redes de aprendizaje*. EUDCTEC'95. Universitat de ls Illes Balears, Palma de Mallorca.

Conscientes ou non -a bo seguro que os cidadáns europeos e norteamericanos que viviron como un novo elemento tecnolóxico, a máquina de vapor, cambiaba a súa maneira de traballar non albiscaron que estaban inmersos nun fondo proceso de transformación que hoxe identificamos coa Revolución Industrial- asistimos ó nacemento dunha nova sociedade que adoitan denominar como: "sociedade poscivilizada ou sociedade tecnolóxica"; "sociedade posindustrial"; "sociedade poscapitalista"; "era posmoderna"; "sociedade programada"; "sistema-mundo"; "sociedade sen fronteiras"; "sociedade-rede"; "sociedade da información"; esta última, a máis estendida entre nós.

Unha sociedade cunha nova base material (a capacidade para xerar, assimilar e reutilizar a información) que abre novas posibilidades e campos de actuación/interacción pero que tamén, de non mediar intervencións públicas, provoca ou acentúa vellas/novas formas de exclusión social, territorial, cultural e lingüística.

## 2 ALGÚNS MITOS SOBRE AS TIC E A SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

Vivimos unha situación nova, non exenta de dificultades, da que ninguén sabe a ciencia certa en que vai rematar e, como adoita a acontecer en todo período de cambio, axiña aparecen apoloxetas e detractores que substitúen a investigación e o debate pola reprodución mimética de discursos litúrxicos alleos, de mitos e ritos.

Para constrinxirnos ó título da nosa intervención, só nos imos referir a dous dos máis estendidos:

- a) Internet como "territorio" do inglés e da cultura anglosaxona.
- b) A Rede como paradigma tecnolóxica.

Ámbalas dúas apreciacións formuladas así, sen máis, reflicten unhas facianas da realidade pero, a pouco que intentemos debullala nos permite albiscar unha ampla gamma de matices que relativizan as citadas aseveracións.

Degraendo a primeira delas, sexa cal sexa fonte da que extraer os datos estatísticos, todas elas apuntan a que a presenza do inglés na Rede é moi superior á que lle correspondería, tanto en termos absolutos coma ponderados<sup>2</sup>, en base ó seu número de falantes. Vexamos, se non, a seguinte táboa<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> A presenza ponderada é relación entre a presenza absoluta en Internet e o número de falantes de cada idioma.

<sup>3</sup> Para a súa elaboración recorreremos ás seguintes fontes: Agence de la Francophonie-Union Latine-Funredes (1998); Global Reach; *Evolution on the Internet and the WWW in Europe*, da Dirección Xeral XIII da Comisión Europea; e Maestre, P. (1999): *El español en el mundo*. La

Linguas	Millóns de falantes	Porcentaxe de falantes	Presencia absoluta	Presencia ponderada
Chinés	1.200	20%	0,71%	0,03
Español	375	6,25%	1,51%	0,24
Inglés	630	10,50%	70,05%	6,67
Sueco	8	0,13%	0,64%	4,90
Outras	3.787	63,12%	27,09%	0,42

Pero eses mesmos datos tamén poñen de manifesto que, ó igual que o inglés está sobredimensionado en relación ó numero dos seus falantes, idiomas como o chinés ou o español, cun alto número de falantes no mundo -e daquela, linguas non precisamente minoritarias-, son, sorprendentemente, linguas minorizadas no territorio de Internet, pois a súa presenza é menor da que lle corresponde, tanto en termos absolutos como en ponderados. Sen embargo, linguas de bastantes menos falantes a escala mundial, coma o sueco, presentan índices máis altos e están correctamente representadas na Rede.

O status das diferentes linguas na Rede ata agora non depende tanto do seu número de falantes como da política comunicacional -en sentido amplo- e lingüística que adopte cada país en cuestión<sup>4</sup>.

Evidentemente, a implantación da Internet nunha sociedade vai asociada a determinados niveis de desenvolvemento (xeneralización da telefonía, parque de ordenadores, etc.). Agora ben, conseguidos eses niveis, a forza dun país neste sector non depende só da infraestrutura en comunicacións que teña, senón de esas infraestruturas faciliten a produción dos contidos que teñen que correr por elas e iso só se consegue con políticas lingüísticas e comunicacionais.

Políticas públicas para a sociedade da información que preserven a identidade en relación dialéctica coa diversidade, que defendan a excepción lingüística e cultural que graviten sobre tres grandes eixes coas súas correspondentes escoras transversais: o deseño e a extensión dunha infraestrutura física e tecnolóxica; a divulgación e a formación da poboación no uso das TIC; e a

---

*utilización en Internet. Impacto de Internet en la sociedad.*  
[http://cvc.cervantes.es/obref/anuario\\_99/pamaestre/p02.htm](http://cvc.cervantes.es/obref/anuario_99/pamaestre/p02.htm)

<sup>4</sup> De entrarmos nunha análise máis desagregada dos datos, chegaríamos á conclusión de que máis que de presenza do "inglés" estamos falando de presenza do "norteamericano" como consecuencia do apoio do goberno dos EE.UU ás chamadas industrias dos contidos, industrias que cumpren un papel chave para consolida-lo seu liderado mundial. Vid. Romero, D. e Vaquero, I. (2000): *Da periferia á Rede*. Vigo, Xerais (no prelo).

incentivación da produción de contidos (información, ocio, negocio...). Trátase de poñer os medios necesarios para crear unha masa crítica de usuarios da Rede que actúe como público, mais tamén como xerador de contidos, de tal xeito que se cree un espacio de comunicación propio.

### 3. GALICIA E O GALEGO NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

#### 3.1 As políticas públicas

Fronte ó discurso oficial -que sitúa ó noso país pouco menos que á vangarda de Europa- e ó inexistente contradiscurso, hai tempo que vimos sostendo que en Galicia non hai unha política pública -entendida como un plano estratéxico con obxectivos a curto, medio e longo prazo e as correspondentes medidas e financiamento para acadalos- para a sociedade da información. Véxase, como dato indicativo, o coeficiente de esforzo en Internet en contraste co doutros países.

#### Coeficiente de esforzo en Internet<sup>5</sup>. Ano 1998

País/Estado	CEI
Galicia <sup>6</sup>	0,0008
España	1,68
Portugal	2,16
Irlanda	6,29
Suecia	8,46
EE.UU	11,76
Finlandia	14,22

Houbo, e hai, actuacións puntuais, descoordenadas e moi pouco efectivas ás que non se lles tirou unha rendibilidade proporcional ó investimento realizado. Unha desproporción que cómpre atribuír á falta de criterio para empregar os recursos cos que contamos e que provoca a duplicidade de esforzos, a falta de organización dos medios, a apertura de liñas de actuación de dubidosa rendibilidade ou que teñen como única razón de ser xustificar o investimento da subvención recibida.

<sup>5</sup> Lembramos que o CEI ten por obxectivo amosar o esforzo real de cada país para incluír información (contidos e servizos) en Internet. Para determinalo aplícase a seguinte fórmula:  $CEI = (\text{número de páxinas Internet por habitante/renda per cápita}) \times 1.000.000$ . Trátase dunha fórmula sinxela que pon de manifesto cómo o CEI aumenta co número de páxinas en Internet e diminúe ó medrar a renda per cápita e o número de habitantes.

<sup>6</sup> Para calcular o CEI, a falta de dominio propio de primeiro nivel, tomamos como base as 3.567 páxinas rexistradas no buscador Galicia City o 19/07/2000, xa que era o buscador que rexistraba unha cifra máis alta. Operamos cunha poboación de dereito de Galicia no ano 99 de 2.754.544 (vid. Xunta de Galicia (2000)) e tomamos como renda per cápita a do ano 1999; isto é, 1.565.065 pts., segundo o Anuario das CC.AA.

Un bo exemplo da falta de coordinación á que aludiamos é o esforzo despregado para contar cunha infraestrutura propia de comunicacións da que a AGI (Autoestrada Galega da Información) e a telefonía rural son dous dos produtos "estrela".

A AGI, unha infraestrutura pioneira no seu momento, segue estando totalmente infrautilizada na medida en que, paralelamente á súa implantación, non se desenvolveu unha política para promover que por esta Autoestrada "circulen" contidos galegos e en galego.

A telefonía rural, un servizo para o que Telefónica recibiu xenerosas axudas da administración pública, impide a máis de 83.000 familias acceder ás Redes de comunicación; isto é, exclúe de participar na sociedade da información a unha porcentaxe máis que significativa da sociedade galega.

Se a isto engadimos a ausencia de programas e campañas estables e periódicas dirixidas á divulgación e a formación da poboación no uso das TIC, non é de estrañar que tódolos indicadores apunten a que Galicia sexa unha das comunidades cunha menor penetración de Internet.

#### **Porcentaxe de penetración de Internet no Estado, por comunidades autónomas. Ano 2000**

Comunidade autónoma	Ano 2000
Estremadura	5,6%
Galicia	6,3%
Castela-León	6,3%
Castela-A Mancha	6,7%
Andalucía	7,6%
Cantabria	7,7%
Asturias	7,7%
Murcia	8,1%
Canarias	8,4%
Nafarroa	9,4%
C. Valenciana	10,0%
Euscadi	10,9%
Baleares	11,1%
Aragón	11,8%
Madrid	12,1%
A Rioxa	15,6%
Cataluña	16,3%

Fonte: AIMC

Un baixo nivel de penetración que aínda é máis rechamante se o contrastamos con outros países ou estados europeos, por non falar de EE.UU, Canadá ou o Xapón.

### Usuarios de Internet no mundo. Ano 1999

Estado/país	% poboación
Galicia	6,40%
España	9,20%
Irlanda	12,22%
Francia	12,90%
Portugal	14% ou 5,7% <sup>7</sup>
Alemaña	14,97%
Italia	15,86%
Bélxica	19,70%
Xapón	21,66%
Gran Bretaña	23,70%
Holanda	24,04%
Dinamarca	35,47%
Finlandia	38,70%
EE.UU	41,70%
Noruega	41,33%
Canadá	42,80%
Suecia	44,33%

Fontes: AIMC, Nua Internet Surveys, Markttest

A falta de política comunicacional á que nos referiamos tradúcese tamén no número de webs galegos que hai na Rede, un 1,29 por cada 1000 habitantes

---

<sup>7</sup> Segundo a consultoría Nua Surveys, que, á súa vez, recolle os datos proporcionados por CyberScan, en outubro de 1999 a penetración era do 5,7%. Pola contra, a consultoría portuguesa Markttest (equivalente á AIMC no Estado) sinalaba que no último trimestre de 1999 un 14% da poboación maior de 15 anos tiña acceso a Internet.

### Webs por cada 1.000 habitantes. Ano 1998<sup>8</sup>

País/Estado	Webs/1000 habitantes
Galicia <sup>9</sup>	1,29
Portugal	21,08
España	22,83
Italia	33,56
Holanda	56,85
Xapón	62,40
Irlanda	62,47
Quebec	82,2
Suecia	114,00
EE.UU	317,29

Fonte: P. Maestre e elaboración propia

Outro tanto podemos dicir do lugar que ocupan na Rede eses algo máis de 3.000 webs. Segundo os datos da terceira enquisa da AIMC ós usuarios de Internet no Estado<sup>10</sup>, entre os cen webs máis visitados do Estado figuran numerosos webs cataláns (La Caixa, no posto 21; Vilaweb no 23; La Vanguardia no 24; a Generalitat no 34; a Universitat Politècnica de Catalunya no 58...) e doutras comunidades (Junta de Andalucía no 78; Levante-emv no 94...). Pola contra, non hai ningún web galego e xa non dicimos na súa lingua, senón na súa orixe. A maior abundamento:

- En agosto de 2000, no apartado correspondente a Galicia do directorio "comunidades autónomas" dos buscadores máis utilizados polos internautas, en yahoo.com teñen rexistradas 153 webs, cifra que aumenta a 599 en yahoo.es, e que se reduce drasticamente (14) en Lycos.
- Segundo a OJD, en xullo do 2000 só dous diarios galegos, *Faro de Vigo* e *El Correo Gallego/O Correo Galego*, solicitaran da citada organización o control de audiencia das súas edicións dixitais. Ningunha revista dixital, publicación profesional, empresa audiovisual, directorio en liña, portal, buscador, servicios de información temática, ou webs de entidades financeiras, administracións públicas, empresas e servicios corporativos, plataformas de comercio electrónico ou doutro tipo estaban sometidas ou tramitaran a solicitude de control pola OJD.
- Galicia é a comunidade autónoma do Estado que menos compras realiza a través de Internet, con só o 0,1% do volume total de compras do Estado<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Os datos de Galicia refírense a agosto de 2000.

<sup>9</sup> Igual que para calcular o CEI, tomamos como base as 3.567 páxinas rexistradas en Galicia City o 19/07/2000, e ciframos a poboación de dereito de Galicia en 2.754.544.

<sup>10</sup> AIMC (1999b)

<sup>11</sup> Ministerio de Economía y Hacienda (2000).

- Das aproximadamente 15.000 empresas galegas que venden directamente ó consumidor, só 30 (incluídas as entidades financeiras) ofrecen servicios de comercio electrónico<sup>12</sup>. Iso si, Zara aparece entre as 50 empresas do mundo que mellor utilizan a Rede para as súas actividades empresariais.

Coñecidos os indicadores que reflicten o grao de desenvolvemento da Internet en Galicia, de seguido imos analizar os usos lingüísticos; isto é a presenza da nosa lingua na Rede.

### 3.2 O galego na Rede

#### 3.2.1 A metodoloxía da análise

A primeira cala sobre o uso do galego na Internet, máis concretamente na web, data de 1997<sup>13</sup> e realizouse sobre un total de 654 webs producidos en Galicia.

#### Datos da cala sobre o uso do galego na Internet, 1997.

Lingua(s)	%
Só en galego	12,69%
Plurilingües con opción de seren consultadas en galego	32,72%
Monolingües castelán/ plurilingües sen opción de galego	54,58%

Fonte: Daniel Romero

Aínda que os datos en termos absolutos convidaban ó optimismo (sobre todo, se se comparaban coa presenza do galego nos media convencionais), o seu autor advertía do risco da autocomplacencia e sinalaba tendencias que apuntaban a que esas porcentaxes se reducían drasticamente en sectores tan importantes como, por exemplo, o ámbito socioeconómico.

Tres anos despois realizabamos unha segunda cala<sup>14</sup>, desta volta sobre as máis de 3.000 páxinas rexistradas<sup>15</sup> nos buscadores galegos pero unha cala moito máis matizada porque, ademais de estudar a presenza do galego na web analizamos tamén a tipoloxía dos contidos propios.

---

<sup>12</sup> AECE (2000).

<sup>13</sup> Romero, D. (1997): "O galego en Internet". Relatorio presentado no curso *Internet: ¿qué nos ofrece?*, organizado polo Grupo de Sistemas Intelixentes-Departamento de Electrónica e Computación da Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, xullo de 1997. Inédito.

<sup>14</sup> Vid. Romero, D. e Vaquero, I. (2000): *Da periferia á Rede*. Vigo, Xerais (no prelo).

<sup>15</sup> A cifra varía lixeiramente segundo o buscador.

Dicimos máis matizada porque entendemos que non se debe dissociar o uso do galego do tipo de páxina en que se produce esta utilización. Para explicalo graficamente:

- Fronte ó mito/rito que afirma "o que non está na Rede non existe" ou "hai que estar na Internet" contrapoñemos un discurso ben diferente: "estar na Rede nin é sinónimo de existencia, nin se debe estar en Internet de calquera maneira". A Rede ten a súa propia linguaxe e dinámica. Non aproveitar os recursos e a linguaxe do medio (hipertexto, interacción...), non deseñar estratexias de promoción do web é exactamente o mesmo que editar un tríptico graficamente pouco atractivo e aínda por riba non distribuílo .
- Calquera persoa conectada á Internet pode ver un web realizado en Galicia ou en Australia. Agora ben, o seu interese por esa páxina, por visitala habitualmente vai depender de moitos factores entre os que a actualización e a renovación dos contidos e a lingua utilizada para comunicar xogan un papel chave.

Polo tanto, non é o mesmo, non ten o mesmo valor para o futuro e proxección da nosa lingua que esta se utilice maioritariamente en páxinas persoais que só vén un grupo de amigos ou nas que a información se reduce a unhas poucas pantallas que estea en galego unha páxina con milleiros de pantallas de información actualizada diariamente.

Partindo desta premisa, á hora de clasificar o tipo de webs adoptamos os criterios propostos polo Comissionat per a la Societat de la Informació que diferencian, segundo os contidos que fornezan, tres tipoloxías de sitios web:

- Web estándar: Inclúe información básica xeral, información de contacto, teléfonos de servizos, etc.
- Web extenso: Ademais de información, ofrece posibilidades de comunicación e interacción, mediante caixas de correo, foros de debate, etc.
- Web avanzado: Inclúe, ademais da información e das posibilidades de documentación, materiais descargables vía web, pedimentos en liña, roldas de distribución, etc.

Doutra banda, na análise do uso do galego na Rede non só tivemos en conta a tipoloxía dos webs, senón que fixemos un estudo sectorial no que valoramos outros parámetros como a estratexia lingüística (isto é, lingua ou linguas que se utilizan en función de se, por exemplo, é un web dunha empresa que compite no mercado galego ou nos mercados internacionais) ou a xerarquía das linguas en que se pode consultar a información.

### 3.2.1 O estado da cuestión

As estatísticas sobre a Rede adoitan ser moi discutidas tanto pola propia velocidade á que se desenvolve, que provoca que o dato de hoxe xa non teña validez mañá, coma porque non hai uns criterios estándar de medición e uns organismos –como poden ser os Institutos de Estatística a outros niveis- de común aceptación.

Tras esta consideración inicial, dúas aclaracións máis:

- a) Os datos que imos presentar hai que interpretalos con certa relatividade. é dicir, cuantitativamente a día de hoxe xa non son exactos (a cala e de hai uns meses e xa se incorporaron novas páxinas a Rede) pero si teñen un importante valor cualitativo na medida en que nos perfilan as tendencias (e esas non varían en tan curta marxe de tempo) que se poden observar na Rede en Galicia.
- b) Trátase dunha escolma dos datos que utilizamos en *Da periferia á Rede* e que vos imos presentar como pezas soltas dun crebacabezas para que, a partir dos mesmos, cada un de vostedes se faga a súa propia composición de lugar.

Consonte co que vimos de expoñer, queremos chamar a súa atención sobre os seguintes extremos:

- a) Diciámoslle hai un momento que o número de webs galegos por cada 1000 habitantes era de 1,29. ¿Qué nos indica esta cifra? Pois que a presenza dos diferentes sectores en Internet é moi pouco significativa; isto é, que é máis o que non está na Internet que o que podemos encontrar na Rede. Vexamos algún exemplo:

#### Presencia de diferentes sectores na Rede

Ámbito	Total	Nº webs	% sobre total
Administración Local (concellos)	315	45	14,28%
Ensino non universitario	1.732	57	3,29%
Empresas	85.863	728	0,84%

Fonte: Elaboración propia a partir de datos do proxecto SIEGA e do Informe'2000 do Consello Galego de Relacións Laborais.

- b) A maioría dos webs galegos que hai en Internet son páxinas estándar, folletos planos que se trasladan do papel á Rede sen ter en conta as características do medio e nas máis das veces con escasos contidos ou moi desactualizados co que perden todo interese para os internautas.

### Tipoloxía dos webs por sectores

Sector	Estándar	Extensos	Avanzados
Admón. Local (concellos)	84,4%	15,6%	0%
Ensino non universitario (c. públicos)	100%	0%	0%
Empresas	63,15%	16,65%	20,15%
Asociacións empresariais	71%	14%	15%
Medios de comunicación	29%	67%	1%

Fonte: elaboración propia

Facendo a media, observamos que saen os seguintes resultados: 69,51% webs estándar, 22,65 % extensos e 7,23 % avanzados.

### Media da tipoloxía dos webs por sectores

Estándar	Extensos	Avanzados
70%	23%	7%

Cómpre deixar constancia que non incluímos máis sectores porque esa mesma tendencia pode observarse en tódolos restantes, incluída a administración autonómica ou facultades e departamentos universitarios.

- c) O uso do galego no web –xa sexa como única lingua ou conxuntamente con outras- varía substancialmente segundo o sector do que se trate. Imos dar algúns datos que, como sinalamos anteriormente, non fan máis que reflectir as seguintes tendencias:
- O macroweb da Xunta de Galicia pode consultarse en galego, castelán e inglés, figurando as tres linguas aparecen ó mesmo nivel xerárquico; isto é, non hai diferenza entre a lingua propia, a outra lingua oficial e unha lingua franca para a comunicación na Rede. O 91% das páxinas acubilladas teñen como lingua de inicio o galego pero estes usos diminúen drasticamente nas páxinas que proporcionan unha información máis dinámica e que adoitan corresponderse a organismos relacionados coa investigación e a industria.
  - O web da Deputación da Coruña, todo un exemplo de información dinámica e de uso da Rede por unha administración pública, está integramente en castelán. Non falamos das outras Deputacións porque son webs de promoción turística (Pontevedra), están a medio desenvolver e a cabalo entre a promoción e os servizos administrativos

(Ourense) ou eran folletos planos que agora están en período de reconstrucción (Lugo).

- Case a metade dos concellos optan por un modelo trilingüe galego-castelán-inglés para estaren no ciberespacio. O galego é a lingua de case metade das páxinas iniciais dos sitios web galegos (48,88%) e a súa presenza aumenta ata un 73,2% se nos metemos no interior mentres que un 26,8% omiten a lingua propia.
- No ensino público non universitario predominan as páxinas monolingües en galego (69%), aínda que convive con páxinas bilingües galego-castelán (26%) e trilingües galego-castelán-inglés (5%); nestes dous últimos casos a opción por defecto é o galego, agás nunha porcentaxe moi reducida de webs en que a opción de utilizar as linguas se presenta ó mesmo nivel.

#### **Usos lingüísticos nos webs dos centros públicos. Ensino non universitario**

<b>Monolingües galego</b>	<b>Bilingües galego-castelán</b>	<b>Trilingües galego-cast-inglés</b>
69%	26%	5%

Fonte: elaboración propia

Pola contra, no ensino privado predomina o monolingüismo en castelán.

#### **Usos lingüísticos nos webs dos centros privados. Ensino non universitario.**

<b>Monolingües castelán</b>	<b>Bilingües galego-castelán</b>	<b>Trilingües galego-cast-inglés</b>
77%	14%	9%

Fonte: elaboración propia

- Tanto no ámbito das empresas coma das asociacións empresariais percíbese unha drástica diminución, a respecto doutros sectores como o ensino ou a Administración, da presenza do galego predominando o modelo monolingüe en castelán.

#### **Usos lingüísticos nos webs de empresas e asociacións empresariais**

Linguas operativas no web	Pctaxe. de webs de empresas	Pctaxe. de webs de asociacións
Só galego	0%	0%
Só castelán	57%	67,8%
Só inglés	2%	0%
Castelán-galego	4%	11,7%
Castelán-inglés	23%	8,8%
Castelán-galego-inglés	7%	2,9%
Castelán-galego-inglés-outras	3%	2,9%
Castelán-inglés-outras linguas	4%	2,9%
Portugués	0%	2,9%

Fonte: Elaboración propia

- No tocante ós medios de comunicación, naqueles webs que actualizan con regularidade os seus contidos, aparentemente a presenza do galego é máis que significativa -un 37% nos tradicionais e un 39% nos virtuais-; sen embargo, unha análise desagregada dos datos amosa que, no caso dos tradicionais, esa porcentaxe procede case exclusivamente das revistas e publicacións non diarias e, no caso dos virtuais, de portais e medios que tampouco se actualizan diariamente. Noutras palabras, os media tradicionais reproducen nas súas edicións dixitais os mesmos usos lingüísticos que nas súas edicións en papel.

### Usos lingüísticos dos webs dos medios de comunicación

	Galego	Castelán	Galego-castelán	Galego-castelán-outras
M. tradicionais	10 (37%)	11 (41%)	3 (11%)	3 (11%)
Prensa diaria		7	1	
Radio/tv		0	2	1
Revistas	10	4	0	2
M. virtuais	16 (39%)	18 (44%)	1 (2%)	6 (15%)
Xornais e portais	7	8	1	3
Outros non diarios	9	10	0	3

Fonte: Elaboración propia

- d) De entrarmos nunha análise cualitativa contrastando os datos dos usos lingüísticos coa tipoloxía dos webs e entrando nunha análise detallada de páxinas representativas dos diferentes sectores estudados, chegaríamos, entre outras, ás seguintes conclusións:
- A presenza do galego diminúe nas páxinas de sectores chave. Referímonos, por exemplo, ó ámbito socioeconómico ou ós medios de comunicación diarios.
  - Hai un maior uso da nosa lingua nos webs estándar ca nos extensos e avanzados.
  - É habitual encontrar webs que ofrecen a posibilidade de consultar a nosa información na nosa lingua á par doutras nas que a información se actualiza só na versión en castelán ou en inglés.
  - Obsérvase unha tendencia a confundir as posibilidades plurilingües do medio co mimetismo. Dito noutros termos, non é a norma que os webs sigan unha estratexia lingüística axeitada ó sector ó que se dirixe a información. Deste xeito, podemos observar webs de empresas que exportan para media Europa e que teñen o seu web unicamente en castelán; empresas que se dirixen unicamente ó mercado galego que non utilizan a nosa lingua ou que fornecen a información en castelán e en inglés.
  - Se á estratexia lingüística non se lle presta moita atención, outro tanto sucede cos aproveitamos dos recursos do medio e outros aspectos lingüísticos-comunicacionais. Deste xeito, hai páxinas que cando as rexistramos na nosa axenda de marcadores encontramos que a lenda identificativa que nos aparece é "Manu Rial". ¿Quen é "Manu Rial"? Pois nin máis nin menos que o web do concello de Cambados.

#### **4 Conclusións**

É máis que probable que despois da nosa intervención quede coa sensación de que estamos a anos luz dos países máis desenvolvidos da Unión Europea e de que, ó igual que "chegamos tarde" á revolución industrial, vainos suceder outro tanto á hora de incorporarmos á chamada "sociedade da información".

Efectivamente, non estamos á vangarda da Unión Europea e si a unha distancia considerable; pero non insalvable.

Como principal activo dispoñemos dunha infraestrutura de comunicacións que, coas eivas apuntadas, permite dar un importante salto cualitativo e uns grupos -algunhas empresas, asociacións de internautas, etc.- moi dinámicos e ós que lles debemos a meirande parte das iniciativas máis interesantes coas que contamos en Galicia a respecto da Rede.

No pasivo, a falta de política pública para a sociedade da información e dunha sociedade civil crítica e activa que promova un contradiscurso.

Urxe, xa que logo, que o sector público xogue un papel decisivo promovendo e impulsando un programa estratéxico para a sociedade da información transversal, integrador e cun amplo consenso social.

Un programa que estenda a infraestrutura tecnolóxica a todo o territorio galego, que posibilite o acceso de toda a poboación, con independencia do hábitat e da rendibilidade económica, ás redes avanzadas de comunicación, con prezos e condicións competitivas; mais tamén, e, sobre todo, que xeneralice a formación para utilizar esas redes.

Un programa no que as administracións públicas exerzan toda a súa capacidade de regulamentación; dean exemplo promovendo iniciativas e rendibilizando, dun xeito coordinado, tódalas potencialidades do sector público; apoién, mediante axuda financeira e capital-risco, ó sector privado; actúen como axentes espalladores das tecnoloxías prestando especial atención á divulgación, para crear unha masa crítica, e á formación interdisciplinar, especializada e crítica nestas tecnoloxías dos futuros profesionais, para o cal cómpre introducilas no currículo tanto das etapas de escolarización obrigatoria, como do ensino universitario, da formación profesional nas súas diferentes modalidades, e da formación permanente para adultos.

Un programa para e ó servizo de tódolos axentes da sociedade galega, que desenvolva as nosas propias capacidades e desenvolva un espacio galego de comunicación. Se importantes son as redes de comunicación, máis importante son os contidos que circulan por elas e a lingua en que podemos acceder a eles. Un programa que teña por obxectivo crear un espacio propio que nos proxecte no mundo dende a nosa propia identidade.

Un programa estratéxico que só será posible se somos quen de inverter a tendencia actual substituíndo a autoloa, os silencios e o deixar facer pola análise crítica, as propostas e o diálogo.

Imos con certo atraso, pero aínda estamos a tempo.

Correspóndelle á Xunta de Galicia a responsabilidade de substituír a actual improvisación e descoordinación pola planificación, a priorización e a racionalización.

Correspóndelles ás forzas políticas e sociais e ó conxunto da sociedade civil, demandar ese cambio de rumbo e, sobre todo, construír propostas de futuro.

E cando falamos de sociedade civil, estamos reclamando que cada un de nós, na medida das súas posibilidades, contribúa a construír ese espacio galego e en galego de comunicación.

Xa para rematar, queremos chamar a súa atención sobre outro aspecto que consideramos capital: asociar a introducción da Rede ó uso do galego; isto é, que os profesorado que as persoas comprometidas co proceso de normalización lingüística sexamos quen impulsemos este proceso.

Deste xeito, non só estaremos gañando novos ámbitos de uso para a lingua, senón que estaremos asociando lingua e utilidade, lingua e futuro; utilizando o prestixio social das novas tecnoloxías para prestixiar o noso idioma.