

**Daniel Romero & Isabel Vaquero**

## **Identidade, linguas minorizadas e novas tecnoloxías. Os novos conflitos lingüísticos na Rede**

Nesta comunicación intentaremos demostrar:

1. A necesidade de preservar ou, de ser o caso, de crear espazos de comunicación propios para salvagardar as identidades nacionais.
2. A existencia de novos e vellos conflitos lingüísticos, reflexo de conflitos identitarios, nos espazos que configura o uso das novas tecnoloxías da información e da comunicación (TIC).
3. A necesidade de novas políticas públicas para evitar un novo colonialismo de carácter lingüístico-cultural.

Así mesmo, trasladaremos estes razoamentos ó caso galego.

### **1 Identidade, espazos comunicativos e lingua**

As identidades colectivas constrúense a partir dunha diversidade de materiais da historia, a xeografía, a bioloxía, as institucións, a memoria colectiva, as fantasías, as relacións de poder, a relixión... Os individuos, os colectivos e as sociedades danlles un sentido simbólico a todos eses materiais segundo as determinacións sociais e os proxectos culturais implantados na súa estrutura social e no seu marco espacial e temporal, nun proceso permanente de (des)construcción. Identificarse con ese conxunto de símbolos é o que coloca os individuos dentro ou fóra dos colectivos e das sociedades, e o que diferencia unhas culturas e sociedades das outras.

Os contidos simbólicos que expresan as identidades colectivas reflíctense a través dos denominados espazos de comunicación, todo o conxunto de informacións sobre eses símbolos que se transmiten a través de actos comunicativos; a súa existencia e desenvolvemento son chaves para afirmar unha identidade nacional. Os procesos de comunicación e información, e dentro deles os relacionados coa dimensión cultural e lingüística da identidade, deveñen cada día máis determinantes: as culturas, vellas ou novas, manteranse ou desaparecerán segundo poidan expresarse e artellarse a través de sistemas propios de comunicación social.

Sen embargo, os novos medios de comunicación e as novas maneiras de transmitir eses contidos simbólicos axudan máis ó proceso uniformador que ó da preservación da identidade e a supervivencia das culturas minoritarias e das minorizadas.

Nas últimas décadas estamos asistindo a un fenómeno, o da globalización ou mundialización, que, nas súas diversas manifestacións (construcción de novos conglomerados supraestatais, transnacionalización do capital e dos sistemas

productivos, etc.), afecta dunha maneira decisiva á construción das identidades colectivas, en especial unha das súas características: a concentración de produtores de contidos simbólicos en menos mans, coa evidente uniformización que iso implica, e baixo soporte audiovisual, que facilita a asimilación dos contidos con menor esforzo, coa máxima eficacia.

Os efectos da globalización vense acrecentados porque as diversas converxencias que dan lugar ás novas tecnoloxías da información e da comunicación rompen as barreiras do tempo e do espazo, mundializan os fluxos comunicativos. A Rede, sobranceiramente, crea un novo territorio, sen límites xeográficos ou políticos, onde calquera persoa que se conecte pode achegarse a moreas de información procedente de calquera outro lugar, ou comunicarse con outra(s) persoa(s) arredadas xeograficamente en tempo real, *xa mesmo*. Deste xeito, saltan as barreiras que en boa parte delimitaban ata agora os espazos comunicativos nacionais, que se ven así en perigo.

A lingua, un dos elementos que adoita considerarse como base dunha identidade, continúa sendo, a pesar das posibilidades multimedia, o principal soporte da comunicación e da información, e ata agora viña actuando en maior ou menor grao como unha das maiores *barreiras* protectoras da diversidade dos espazos de comunicación. Tamén en Internet, como veremos.

Estados Unidos, que desenvolveu ó longo do século XX a maior industria de contidos que existe, concentrada en moi poucas mans e apoiada por unha agresiva distribución a nivel mundial, desenvolveu a fins do século pasado unha política pública para garantir o liderato norteamericano baseándose nas autoestradas da información, nas novas tecnoloxías da información e da comunicación. Este feito, así como o atraso en artellar unha resposta por parte doutros países, conseguiu unha sobredimensión no espazo comunicativo mundial de contidos simbólicos con sabor *yankee* e por suposto na súa lingua dominante, o inglés, que chega a considerarse lingua franca das TIC. Sen embargo, o uso do inglés tamén se converte nunha barreira contra a *colonización* cultural a través da Rede a pobos con outras linguas e culturas.

Claro que ese mesmo freo á colonización cultural tamén se converte nunha pexa para o desenvolvemento dunha sociedade, dos individuos: na sociedade da información as persoas que non estean en situación de comprender os contidos que se ofrecen nas linguas da Rede ou non sexan capaces de producilos nelas, vense en desvantaxe, porque o uso e manexo das novas tecnoloxías, e sobre todo a facilidade para a produción e o manexo da información (a súa busca, selección, tratamento e difusión) son o alicerce desta nova sociedade informacional. Trátase dunha situación similar, *mutatis mutandi*, á que produciu a introducción do ensino obrigatorio en moitas sociedades: por unha banda, constituía unha fonte de progreso; por outra, unha *arma* colonizadora.

¿Significa iso que o acceso ás novas tecnoloxías da información e da comunicación obriga a renunciar á propia lingua, e con ela, á existencia de espazos comunicativos propios que expresen os contidos simbólicos de cada

nación, de cada sociedade? Evidentemente, non, e trataremos de demostralo a seguir.

## 2 Conflictos lingüísticos na Rede

Como dixemos, no ámbito virtual, as posibilidades de contacto lingüístico multiplícase, e os usuarios que non estean en condicións de comprender os contidos existentes ou de producilos na(s) lingua(s) da Rede, están en desvantaxe. Xa que logo, prodúcense novas situacións de conflito desde o momento en que neste territorio común existe unha lingua, o inglés, que se considera a *lingua da Rede*, a lingua A, e outras linguas de menor importancia ou con funcións menores. Trátase dun prexuízo lingüístico típico de conflitos lingüísticos, máis ou menos explícitos (lembrade, por poñer un exemplo, as innumerables manifestacións de membros da Real Academia Española ou do Instituto Cervantes sobre os problemas do español en Internet), como tamén é típica do conflito, noutro nivel, a pidginización das linguas (por exemplo, a introducción de numerosos tecnicismos da lingua A na lingua B, que logo acaban por pasar con mínimas adaptacións á lingua común: *chatear, forwear, refrescar, emilio...*)

Unha das manifestacións do conflito lingüístico é o efecto de minorización doutras linguas e culturas a respecto do inglés.

As linguas, segundo o número de falantes con que contan nun territorio, adoitan clasificarse en maioritarias (o chinés é unha das linguas maioritarias do mundo, e o grego, a de Grecia), e minoritarias (o español é unha lingua minoritaria en Estados Unidos; o sueco, en Europa). Xa que logo, unha mesma lingua pode clasificarse como maioritaria ou minoritaria, dependendo do territorio analizado. Ademais, existe outra categoría, a de *minorizada*, que fai referencia a linguas que, sendo de uso maioritario nun territorio, posúen nel un status inferior ó doutra lingua, que é a dominante e do poder. Tal é o caso do galego.

Nun *territorio* como Internet tódalas linguas son minoritarias agás o inglés, que é unha das linguas máis faladas do mundo. Sen embargo, o chinés fálanlo case o dobre de persoas, 1.200 millóns, e non aparece como a lingua maioritaria de Internet. E o sueco, con só 8 millóns de falantes, aparece case á par del no ciberespacio. Pero o que importa saber é se as linguas e os seus falantes están correcta e proporcionalmente representadas en Internet, para o cal se acode a outro parámetro: a presenza ponderada dos idiomas, isto é, a relación entre a presenza absoluta en Internet e o número porcentual de falantes de cada un.

### **DATOS SOBRE O USO DE DIFERENTES LINGUAS EN INTERNET. ANO 2000**

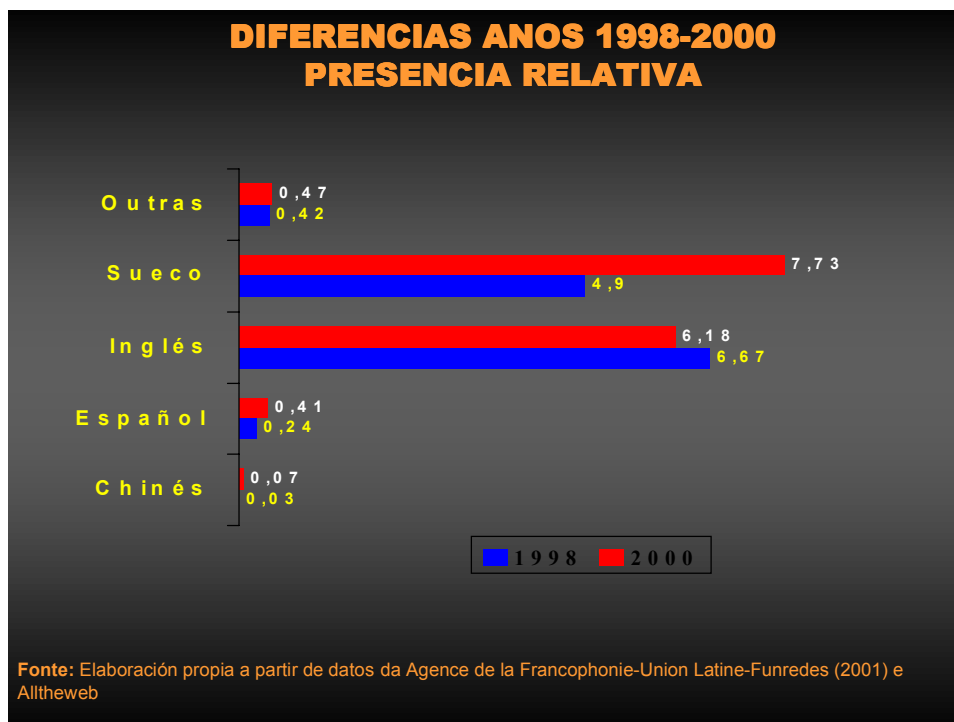
Linguas	Millóns de falantes	Porcentaxe de falantes	Presencia absoluta	Presencia ponderada
Chinés	1.200	20%	1,44%	0,07
Español	375	6,25%	2,62%	0,41
Inglés	630	10,50%	64,94%	6,18
Sueco	8	0,13%	0,98%	7,53
Outras	3.787	63,12%	30,02%	0,47

Fonte: Elaboración propia a partir de datos da Agence de la Francophonie-Union Latine-Funredes (2001) e Alltheweb.

Xa que logo, o inglés en Internet está sobredimensionado, en relación ó número 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. ¿A que se debe esta diferenza?

O estatus 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. As políticas planificadas para a sociedade da información adoitan gravitar 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 incentivación da produción de contidos (información, ocio, negocio...) propios, simbólicos ou non, na lingua propia. Desde o punto de vista da planificación lingüística realízase unha política de difusión.

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 espazo de comunicación propio. As diferencias entre as políticas radican no grao de intensidade e no investimento que se lle dedican, no seu desenvolvemento integrado ou isolado, na fase en que estean e na priorización dos banzos.



### 3 Os conflitos na Rede para as linguas minorizadas

Así pois, moitos países e conglomerados supraestatais están a desenvolver políticas específicas para aumentar o número de usuarios de Internet, a cantidade e a calidade dos contidos propios na Rede, así como a presenza das linguas propias, que aínda que sexan maioritarias no seu territorio e mesmo importantes a nivel mundial, se vían ou se ven minorizadas pola presenza *inchada* do inglés. Tal é o caso de Francia, España, Portugal, Xapón, etc. O que intentan é crear un espazo de comunicación propio nese novo territorio virtual, onde os falantes de cada lingua atopen contidos de todo tipo (sanidade, lecer, economía, administración, cultura, etc.) e poidan interactuar.

As situacións en que xa mediaba un conflito lingüístico *real* agrávanse neste contexto; o perigo de minorización destas linguas na Rede provén máis desas novas políticas de difusión no mundo virtual das linguas A que do peso do inglés. Vexamos algunhas razóns:

- As *linguas B* que padecen un conflito lingüístico real, e especialmente as sumidas en procesos de substitución lingüística, sofren *vellos* prexuízos, moi a miúdo asociados a ideas de atraso social, cultural e tecnolóxico, ós cales agora se lles engade a forza destas políticas de difusión en relación ás TIC e á sociedade da información.
- A miúdo esas políticas afectan dalgún xeito o territorio ou o pobo que fala a lingua minorizada, pois adoitan ficar abrangidos polos seus obxectivos e actuacións de potenciación na Rede da lingua dominante.
- Esas políticas, así como o seu resultado, o establecemento dun espazo de comunicación propio para a lingua dominante, adoitan ir acompañadas de fortes presións a través doutros medios de comunicación, que amplifican o

seu impacto. Non soamente se crean contidos dentro da Rede, senón que se publicitan nos demais medios (prensa, radio, televisión...) para facilitar o seu coñecemento, difusión e acceso.

- O mercado tamén inflúe, porque de natural busca a maior rendibilidade posible. Daquela, a localización cultural e lingüística dos contidos, por exemplo a existencia de versións noutras linguas, faise atendendo a criterios de mercado. E isto ocorre tanto para os contidos producidos por axentes da lingua dominante, como para os contidos producidos por multinacionais ou trasnacionais, que localizan os seus produtos ata uns límites de rendibilidade. Na medida en que non existan problemas de comprensión da lingua A polos falantes da lingua B, que non exista unha demanda de uso da lingua B ou un rexeitamento explícito da lingua A que afecte ó mercado, optarase polo espacio *común* de comunicación.

Así, especialmente nas situacións de maior desequilibrio para a lingua B, aséntase o prexuízo de que a lingua dominante no conflito é a adecuada para a Rede e renúnciase explícita ou implicitamente ó artellamento dun espacio propio de comunicación a prol dun espacio *común*, o da lingua dominante, o da cultura dominante, e en definitiva, o da identidade dominante, seguindo o razoamento do principio.

Isto non é pexa para que, sen embargo, existan na Rede manifestacións máis ou menos isoladas ou organizadas, de lealdade lingüística, cultural, identitaria, no que constitúe non só un reflexo da complexidade do fenómeno da globalización ou mundialización, na que á par da tendencia uniformizadora e homoxeneizadora no cultural, no lingüístico e no identitario, convive unha tendencia reactiva de reivindicación do propio, do local, da identidade. Tamén reflicten ese carácter de conflito con dúas posibles saídas, a substitución da lingua propia pola lingua dominante, ou a normalización da lingua propia.

Neste novo contexto globalizador e neoliberal en que vivimos, a supervivencia das linguas que xa sufrían situacións de conflito lingüístico non pode depender só das respostas espontáneas, máis ou menos organizadas, que procedan da lealdade lingüística, cultural e identitaria das persoas, aínda que se revela, claro está, como unha condición imprescindible. A adopción de novas políticas lingüísticas e comunicacionais recuperadoras e de tipo transversal no marco común da política de produción, circulación e consumo de bens simbólicos é vital para evitar unha nova colonización.

Nestas situacións non abonda con favorecer a incorporación de novos usuarios a Internet, nin con promover a creación de ferramentas de tradución automática. A chegada de novos usuarios con acceso ó territorio virtual e a súa formación no uso e manexo das novas tecnoloxías non garante que en circunstancias dun conflito lingüístico *real*, esa incorporación non se produza na lingua dominante, ou que as ferramentas de tradución non se usen sobranceiramente para acceder con maior facilidade a contidos alleos. Ademais de promover a creación de ferramentas de tradución e outras industrias da lingua para proxectar o propio cara ó exterior e para facilitar o uso máis eficaz das novas tecnoloxías en clave identificadora, en primeirísimo lugar é imprescindible incentivar a produción de contidos propios (información,

comunicación, transacción) con alto valor engadido e nas linguas propias para tódalas facetas posibles da vida dos cidadáns (educación, economía, saúde, administración, lecer, cultura, etc.), de tal xeito que en primeira instancia os cidadáns non se vexan *obrigados* a accederen a contidos alleos e noutros idiomas, por exemplo, os do *espacio común*, senón que poidan acceder e construír un espacio de comunicación propio no territorio virtual, que sexa expresión da súa identidade colectiva.

#### 4 O caso galego

O do galego é un caso perfecto para ilustrar as nosas hipóteses e propostas a respecto da situación das linguas minorizadas no territorio virtual.

O noso idioma, sociolingüísticamente, adoita describirse como unha lingua minorizada, en conflito, que sofre un dobre proceso: o de substitución polo castelán mediante a perda de transmisión interxeracional, e, polo outro lado, o proceso de revitalización social e institucional, froito da existencia e dos esforzos dunha lealdade lingüística nunha relativamente importante parte da sociedade, como demostran os datos do Mapa Sociolingüístico de Galicia.

Ó español, idioma cun mercado natural de 600 millóns de falantes, e en situación de expansión a outros mercados, como o norteamericano, cústalle a súa incorporación ben ponderada ó territorio virtual, sobre todo polas baixas cotas de incorporación de usuarios á Rede, tanto en España como sobre todo en Hispanoamérica, por diversas causas.

O Estado español está a desenvolver unha política pública específica para a incorporación de España e do español ás novas tecnoloxías da información e da comunicación, plasmada no documento *InfoXXI: La sociedad de la información para tod@s*, que, entre outros obxectivos, pretende crear un grande espacio lingüístico-comunicacional para o español. Nesta empresa conta co apoio de Telefónica e doutros conglomerados financeiros, e co Instituto Cervantes como abandeirado desa nova política, moito máis agresiva e expansiva, tanto de cara ás linguas propias do Estado, como cara a unha parte do espacio portugués, o Brasil.

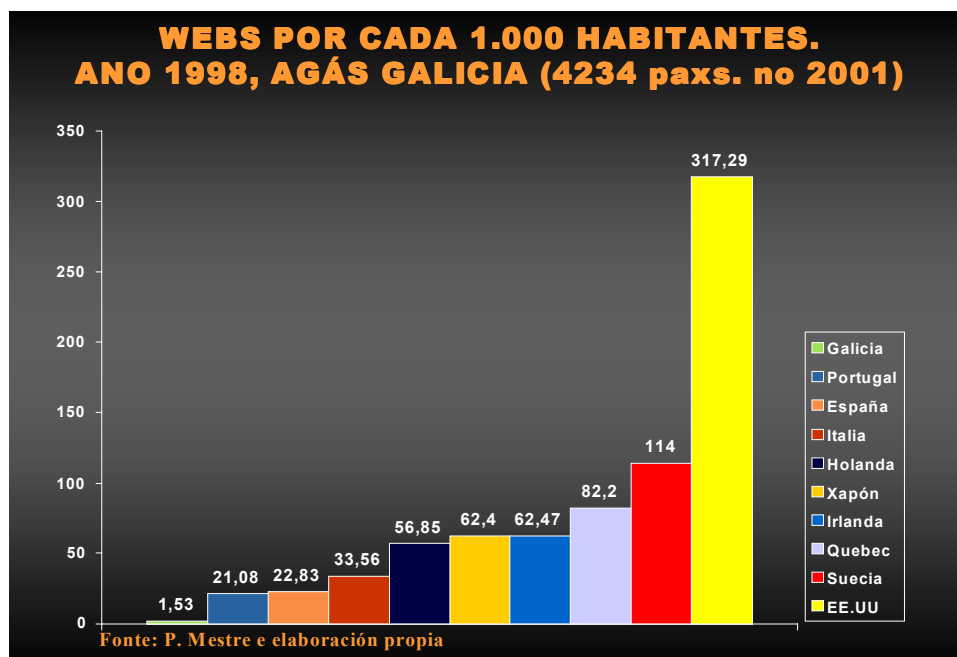
De por parte, as primeiras manifestacións da Rede no noso país e en galego estiveron protagonizadas por individuos e organizacións cun elevado nivel de conscienciación lingüística e identitaria, que así mesmo son responsables de moitas das mellores e máis loables iniciativas neste eido: Vieiros, as Ciberirmandades da Fala, galego21.org, etc.

Pero, ademais destas manifestacións espontáneas e necesarias de lealdade lingüística, ¿existe esa política planificadora, transversal no lingüístico e no comunicacional, que pretenda crear un espacio galego e en galego de comunicación na Rede?

Desde logo, se así for, non hai constancia dela, e mesmo podemos dubidar da existencia dunha política planificada que teña por obxecto a extensión á

sociedade galega das novas tecnoloxías, aínda que, como é obvio, si que existen actuacións, algunhas especialmente loables, sobre todo no que respecta ó eido das telecomunicacións, pero case sempre de xeito illado, descoordinado e puntual. Vexamos só algúns dos datos que apoian esta aseveración.

- En canto á produción de contidos propios galegos -a cantidade- sen importarnos o idioma en que se vehiculan, os datos son cativos, tanto en proporción á cantidade relativa de contidos noutros idiomas, como en canto á presenza dos diversos sectores galegos na Rede.



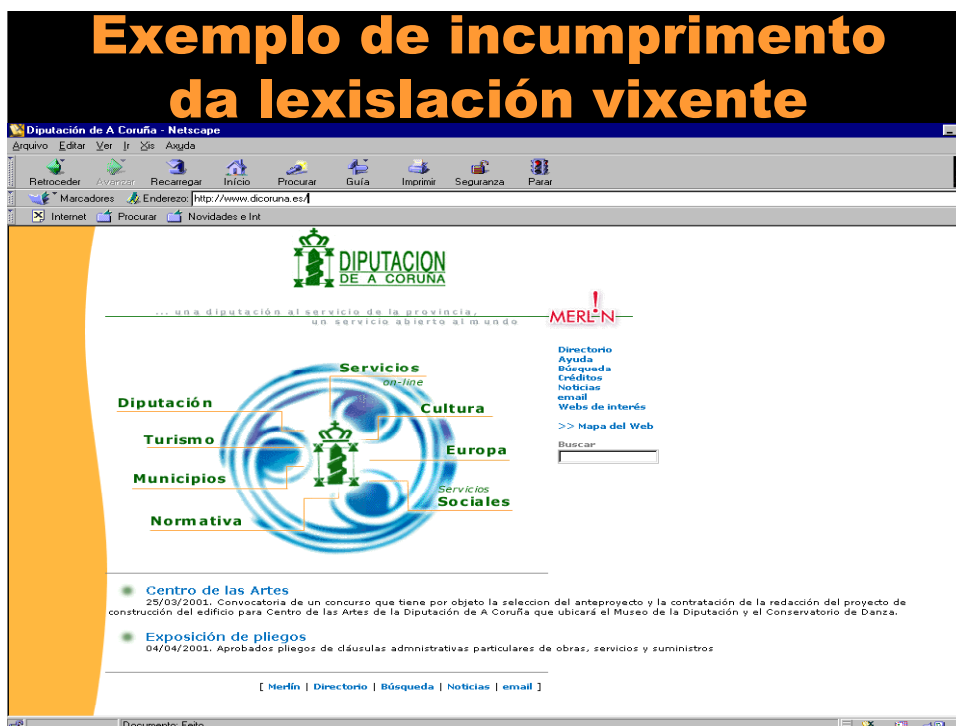
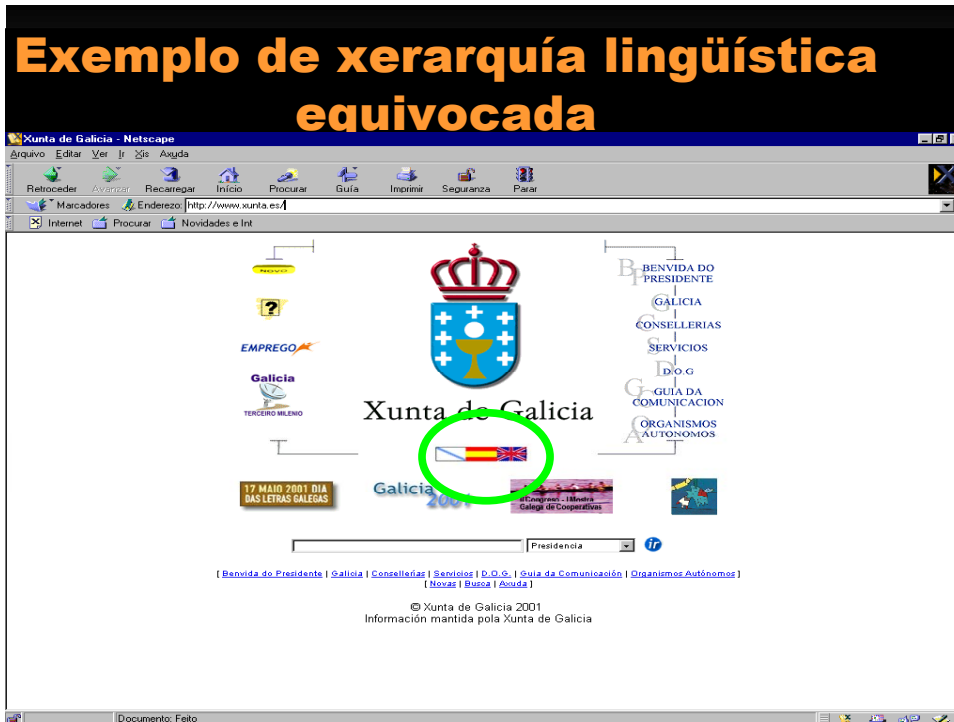
**PRESENCIA DE DIFERENTES SECTORES NA REDE ANO 2000**

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%

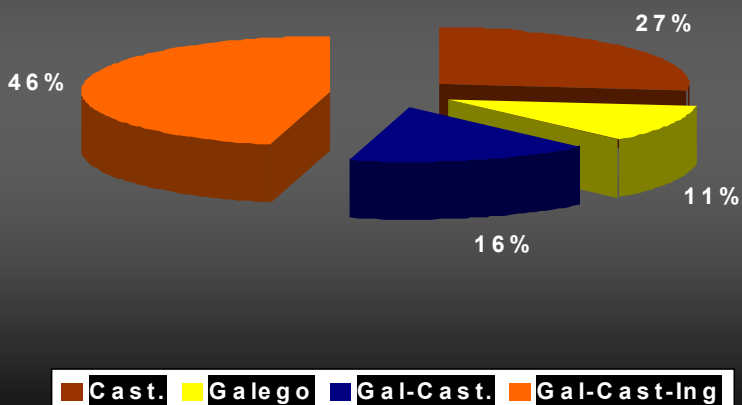
Fonte: elaboración propia a partir de datos do proxecto SIEGA e do Informe 2000 do Consello Galego de Relacións Laborais

Daniel Romero, Isabel Vaquero: "Os novos conflitos lingüísticos na Rede". // Congreso Internacional de Estudios Poscoloniais. Globalización e nacionalismos. Vigo, outubro 2001

- En canto á lingua ou linguas que se utilizan para verter eses contidos na Rede, nalgúns campos estratéxicos, advírtese a dobre tendencia tanto cara á substitución polo castelán como cara á recuperación de usos. En calquera caso, os síntomas da falta de planificación lingüística normalizadora son evidentes mesmo nas institucións con obrigas claramente establecidas pola lexislación vixente.

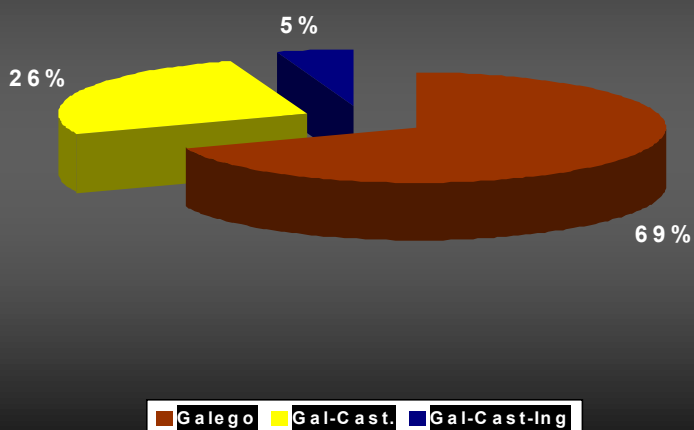


## LINGUAS OPERATIVAS NOS WEBS DOS CONCELLOS. ANO 2000



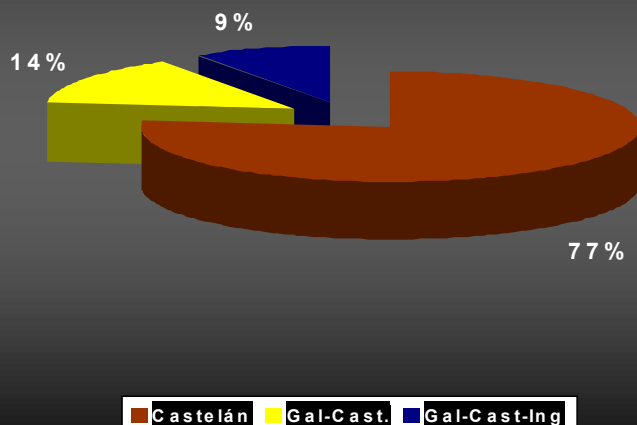
Fonte: elaboración propia

## USOS LINGÜÍSTICOS NOS WEBS DO ENSINO PÚBLICO OBRIGATORIO ANO 2000



Fonte: elaboración propia

## USOS LINGÜÍSTICOS NOS WEBS DO ENSINO PRIVADO ANO 2000



Fonte: elaboración propia

## USOS LINGÜÍSTICOS NOS WEBS DAS EMPRESAS E ASOCIACIÓNS EMPRESARIAIS ANO 2000

Linguas operativas no web	% de webs de empresas	% 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

### Usos lingüísticos dos webs dos medios de comunicación. Ano 2000

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

Fonte: elaboración propia

En definitiva, o resultado principal desta falta de planificación e de transversalidade no lingüístico e no comunicacional, da falta dunha política para a produción, circulación e consumo de bens simbólicos, é unha renuncia implícita á construción dun espacio propio de comunicación que tamén poida expresar a identidade colectiva galega, a prol dun espacio *común*.