



EL IDIOMA DE INTERNET

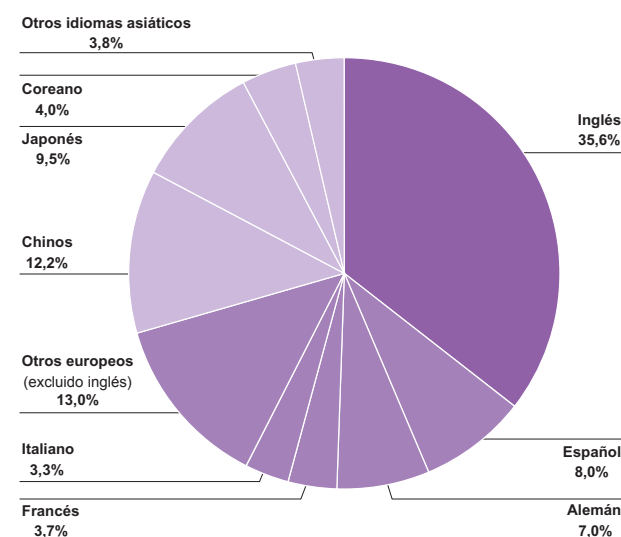
Sebastián Cáceres

Existen básicamente dos formas de medir la importancia relativa de los diferentes idiomas en Internet. La primera, relacionada con la demanda, consiste en estimar el peso relativo que tiene en la Red cada uno de los idiomas considerado el origen lingüístico de los usuarios de Internet. Esta es la forma más sencilla, puesto que existen numerosas fuentes que realizan estimaciones sobre el número de usuarios y personas con acceso a Internet, por países.

La segunda alternativa, mientras tanto, consistente en estimar estas participaciones de acuerdo al idioma contenido en las páginas *web*, resulta más compleja, principalmente por la falta de datos de base para su análisis posterior.

Con respecto al primer indicador, la región del Asia Pacífico ha pasado a ser la región con mayor número de usuarios de Internet, seguida de América del Norte y Europa Occidental. Como consecuencia, el idioma inglés comienza a perder su hegemonía y son cada vez más importantes los idiomas del continente asiático. En particular, el chino es ya el segundo idioma con mayor presencia entre los usuarios de Internet.

Usuarios de Internet por idioma. Septiembre 2003, en porcentaje del total mundial

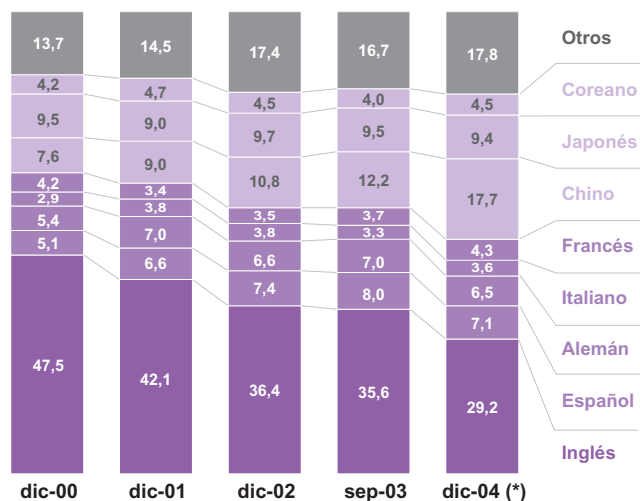


Fuente: Fundación Auna a partir de Global Reach

Por otra parte, unos 60 millones de usuarios hispanohablantes en todo el mundo han convertido al español en el

idioma de origen europeo más popular después del inglés. Durante el año 2004, no obstante, el peso relativo de los usuarios de Internet de habla hispana podría disminuir, ya que se espera un fuerte crecimiento de usuarios de origen asiático, especialmente chinos y coreanos, aun mayor al experimentado en los últimos años.

Usuarios de Internet por idioma. 2000-2004, en porcentaje del total mundial



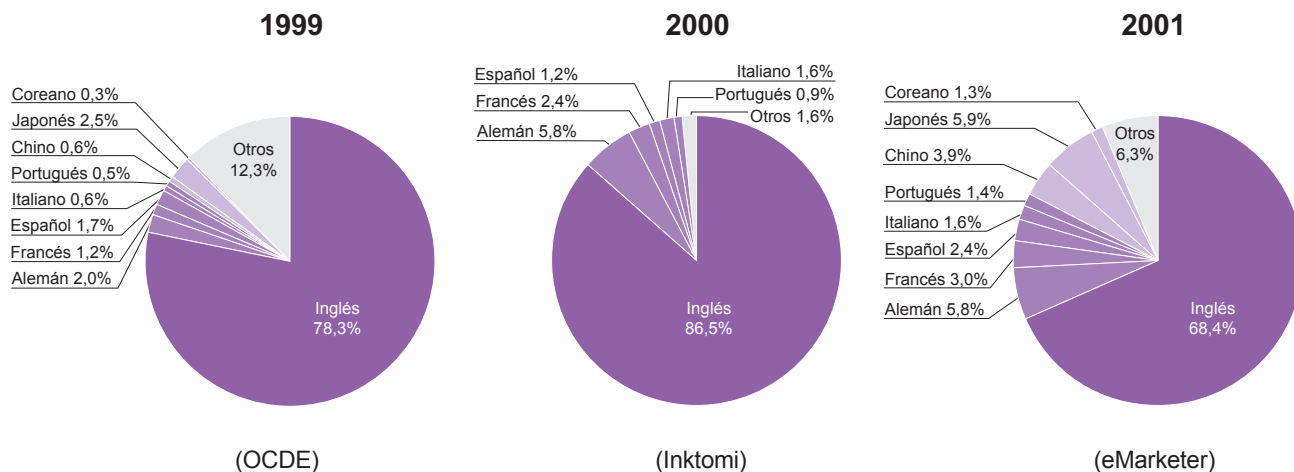
(*) estimado

Fuente: Fundación Auna a partir de Global Reach

Con relación a los sitios *web*, la metodología de medición es heterogénea y los resultados año a año son raramente comparables entre las diferentes fuentes. No obstante, los datos existentes permiten observar tendencias similares a las encontradas en el caso de los usuarios. Así, a medida que Internet comienza a madurar, los contenidos en inglés comienzan a perder importancia en términos relativos, a favor de otras lenguas europeas y asiáticas.

Entre 1999 y 2001, las otras lenguas europeas y las asiáticas habrían aumentado en ocho puntos porcentuales cada una su participación en internet. Los principales aumentos se habrían producido en los contenidos en alemán, japonés y chino. La preponderancia del inglés en los contenidos, no obstante, sigue siendo notable, más aún que en el caso de los internautas. Así, en el año 2001 –último año para el que existen datos globales disponibles– los contenidos en este idioma seguían representando más de dos tercios del total.

Distribución de los contenidos de Internet por idioma. Análisis comparativo de fuentes



Fuente: Varios

Estudios más recientes, aunque de carácter parcial, muestran también una caída relativa en el porcentaje de páginas en inglés. Este es el caso del estudio llevado a cabo por la Fundación Redes y Desarrollo (*Funredes*). En su último análisis, referente al año 2002, se estimó

la presencia del inglés en torno al 45%. Tomando como referencia este dato, se calculó que el 6,24% de las páginas *web* estaba en alemán, el 4,87% en castellano, un 3,97% en francés, un 2,38% en italiano y un 2,05% en portugués.