

EL INGLÉS EN LA COMUNICACIÓN DEL FUTURO

Raquel Marín Chamorro

Universidad de Extremadura

EL INGLÉS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.

Imbuidos como estamos en un nuevo concepto de sociedad, basada en la transmisión, recopilación y procesamiento de datos, no podemos eludir en esta serie de reflexiones el dedicar un artículo a estas circunstancias. Nos centraremos en las transformaciones que se producen en el medio social, para detenernos después en la función del lenguaje en este contexto comunicativo y de la lengua inglesa en particular, convertida en eje básico, en piedra angular y en llave maestra que nos permite acceder, compartir y construir ese espacio de información y comunicación

Los últimos cinco años han traído nuevos logros en la ya relativamente larga carrera tecnológica que todos seguimos, con mayor o menor interés, a través de los medios de comunicación. Las nuevas tecnologías ocupan un lugar en todos los ámbitos de nuestra vida, desde el profesional y público hasta el más privado ("estamos viviendo uno de esos raros momentos históricos que con razón se llaman revolucionarios"). Tanto los avances en software y hardware, como los nuevos productos comerciales que se van incorporando sin demasiada reticencia en empresas públicas y privadas, en centros de enseñanza y, sobre todo, la expansión inusitada que se ha producido con la llegada de Internet, están suponiendo un cambio drástico en nuestra sociedad. Son cambios profundos que, poco a poco, la van transformando, y cuya consecuencia, entre otras, es la de alimentar continuamente esa necesidad de acceso a la Sociedad de la Información. En palabras de Gonzalo Abril "Las condiciones y las consecuencias del desarrollo tecnológico se refuerzan reflexivamente, y con especial intensidad en periodos de normalización tecnológica como el que hoy vivimos"

Somos testigos, pues, de una verdadera revolución sociocultural, pero no tenemos, sin embargo, tiempo de hacer una reflexión profunda de los cambios a los que nos hemos visto sometidos en los tres últimos años. "No es fácil pensar en momentos de aceleración revolucionaria", nos dice Castañares. "La reflexión requiere su tiempo. Y, sin embargo, no lo tenemos. La velocidad que hemos imprimido a los acontecimientos - "aceleración de la historia", solemos decir, sin darnos cuenta de que la historia no es más que el pasado convertido en discurso - es tal, que el futuro se nos echa encima como presente."

En este artículo pretendemos ofrecer unas pequeñas anotaciones sobre la sociedad de la información o de la comunicación en la que nos encontramos inmersos, sobre el cambio que ante esta avalancha tecnológica (o, ¿por qué no, técnica?) se vislumbra y sobre la situación de transición que estamos viviendo ahora. Se trata de una sociedad que aprecia el valor que tiene el acceso a la información y, sobre todo, el valor que el conocimiento y la preparación que se derivan de este acceso tienen en todos los órdenes de nuestra vida social.

Se trata también de una comunidad en la que el lenguaje alcanza un protagonismo inusitado, adquiriendo una dimen-

sión que va más allá de mera herramienta comunicadora. La lengua se transforma, de repente, en *lugar y espacio*, teniendo en cuenta el cambio que tiene lugar en el proceso comunicador desde los medios de comunicación de masas existentes hasta la aparición de la red como espacio interactivo, espacio en el que, como veremos a continuación, el conocimiento de la lengua inglesa, y más concretamente de "la variante" de la lengua inglesa utilizada en la red es la única puerta de acceso.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

¿Qué entendemos por Sociedad de la Información? Buscar una definición no resulta fácil, a pesar de lo familiar que nos resulta el término a todos. Encontramos este sintagma continuamente en los medios de comunicación y, sin embargo, seguimos dudando de cuáles son los límites de esa sociedad, si constituye o no una especie de élite privilegiada y poderosa que vive por encima de las posibilidades del resto de la sociedad y a la que no es fácil acceder.

Pero no es así. Desde la aparición de Infovía en el año 95, el número de personas que se conectan a la red aumenta exponencialmente en nuestro país, a pesar de las limitaciones impuestas por el elevado coste del -en palabras de Armero¹, fundador de la revista *La Red* - "embudo de Telefónica".

España es el décimo país del mundo en personas conectadas a Internet o el vigésimo tercero en relación con el

número total de habitantes. Sólo Cataluña, en el segundo caso, ocupa el décimo segundo lugar en el orden mundial por encima de Australia, Holanda, Austria, Japón o Alemania, por citar algunos.

Veamos los diez primeros países del cuadro ofrecido por ISOC-Cat sobre los 25 con más personas conectadas en relación con la población total:

1	Noruega	32,5
2	Canadá	28
3	Estados Unidos	21,9
4	Suecia	21,8
5	Finlandia	20,
6	Singapur	17,8
7	Nueva Zelanda	16,4
8	Dinamarca	11,5
9	Suiza	10,9
10	Reino Unido	10,3

El nacimiento o, tal vez, aún la gestación de esta sociedad de la información se debe al avance de las nuevas tecnologías y, a través de ellas, a la aparición de la llamada *aldea global* que surge como consecuencia. Las distancias se acortan y la información es accesible desde cualquier lugar, incluso desde el hogar, en un tiempo mínimo y, lo que es más importante, es seleccionada según los intereses de cada uno.

Las posibilidades de almacenar, procesar y difundir la información no son garantía de conocimiento ni, por tanto, sociedad de la información es sinónimo de sociedad del conocimiento, aunque, evidentemente, ofrece unas

condiciones para su acceso que abren un inmenso campo de posibilidades hacia un saber distinto.

Uno de los cambios que nos trae esta sociedad de la información estriba en que la comunicación se produce en un lugar que, paradójicamente, tal y como afirma Philippe Quéau,² no se encuentra localizado geográficamente.

Al mismo tiempo, es una sociedad que se construye sobre la base de la comunicación-interacción real de sus "habitantes". En palabras del mismo autor "La idea es que la deslocalización, la globalización, la ubicuidad, el tiempo real crean de facto comunidades de actores reales que trabajan virtualmente juntos. Su lugar de acción es el mundo, su lugar de encuentro el cyberspacio."

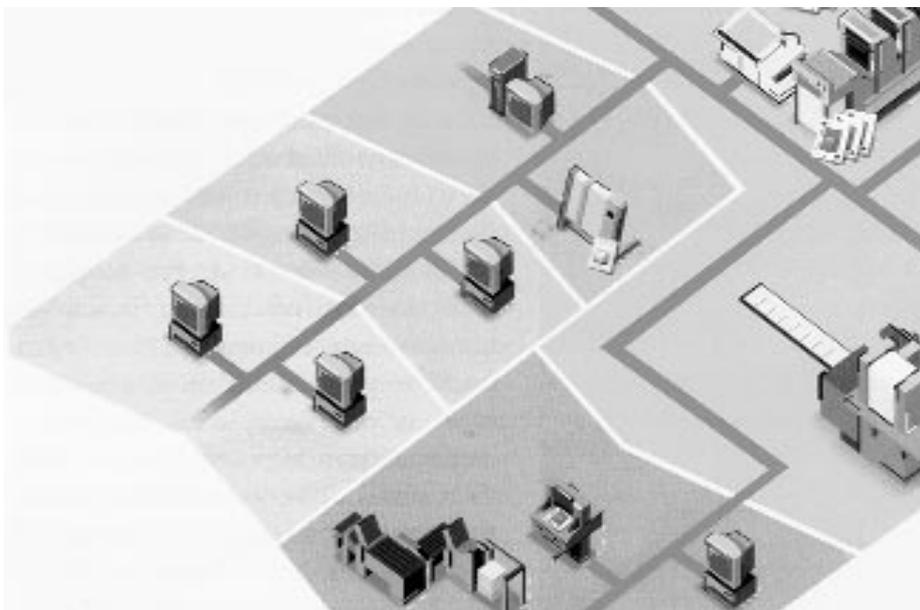
La comunicación es real puesto que la interacción (palabra mágica en esta era) existe, y las respuestas y aportaciones al proceso comunicativo no pueden ser controladas. No asistimos, pues, a un simple incremento de fuentes de comunicación, sino a una participación general en el proceso informativo.

La clara diferencia entre emisores y receptores establecida por los medios de comunicación clásicos cambia. Todos somos emisores potenciales y la pasividad del receptor se transforma en una posición de recepción selectiva y, por tanto, activa.

La aparición de fuentes anónimas, por un lado, y la especificidad de la información como contraposición, podrían ser dos características más que añadir.

1.- Antonio Armero es fundador de la revista *La Red*.

2.- Quéau, Phuilippe. *Lo virtual*, Barcelona, Paidós, 1995.



Con respecto a la primera, utilizada como argumento para denostar la relevancia informativa en la red por parte de medios de comunicación escritos, se revela como denominador común entre ésta y la prensa tradicional y como causa principal para la creciente desconfianza del público en los medios de comunicación de masas.

En relación con esa especificidad, cabe apuntar tan sólo que al no existir un centro difusor de información que imponga los contenidos, los encuentros en el cyberspacio se producen a partir de intereses comunes y se organizan a partir de la comunicación.

Como ejemplo de esta especificidad y de la efectividad informativa de internet, encontramos numerosos testimonios de profesionales del periodismo que utilizan esta fuente para obtener datos fiables y, a su vez, para contrastarlos a partir de testimonios de personas implicadas.

No vamos a extendernos en las diferencias y los efectos culturales que la información electrónica nos depara, sobre todo porque es muy difícil de prever ya que aún existe cierta reticencia por parte de los gobiernos para establecer una política informativa que invierta eficazmente en su desarrollo, aunque ya están apareciendo estrategias dirigidas a su consolidación en diferentes países.

Es en el año 98 cuando la Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica (OCDE) publica su informe *Hacia una sociedad de la Información*, en la que señala el papel que las instituciones gubernamentales han de desempeñar en esta tarea.

Centrándonos en nuestro país y, más concretamente, en la política informativa de algunas comunidades autónomas, encontramos iniciativas dirigidas a la potenciación de la sociedad de la información.

En Extremadura existe un proyecto que demuestra la importancia que desde las instituciones públicas se acoge a la sociedad de la Información. Bajo la denominación de INFODEX se acoge un "Plan Estratégico sobre la Sociedad de la Información en la Comunidad Autónoma de Extremadura", basado en el estudio de las transformaciones que la generalización en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación está produciendo en todos los órdenes de nuestra sociedad. Infodex pretende "definir una estrategia regional que posibilite a Extremadura beneficiarse de las oportunidades que ofrece el desarrollo de la Sociedad de la Información y, por otra parte, reducir al máximo los riesgos asociados a la misma para evitar quedar rezagados en este proceso."

Nadie quiere perder el tren de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, aunque abogamos por una mayor difusión de nuestra lengua en la red, hemos de reconocer que habremos de hacer un esfuerzo similar para que la información a la que accedemos desde nuestra comunidad sea comprensible para todos. Es decir, la enseñanza de la lengua inglesa para fines específicos, académicos, profesionales o particulares, funciones tan variadas a la vez como variados y específicos son los contenidos que nos ofrecen los distintos lugares de la red.

EL INGLÉS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Podemos volver nuestra mirada a la situación que existía hace tan sólo unos

años para comprobar que ya antes de la expansión de las nuevas tecnologías en nuestro país el conocimiento de la lengua inglesa nos daba la posibilidad de acceder a documentos y materiales de campos educativos, públicos o empresariales que eran publicados tan sólo en esa lengua.

La adquisición de la lengua inglesa en esos momentos, y nos remontamos tan sólo a cinco años atrás, se enfocaba fundamentalmente - y no nos referimos a enfoques didácticos sino a la motivación de los discentes-, en ámbitos académicos y empresariales, hacia la comprensión de textos específicos tanto para profesionales como estudiantes, aunque no se negara la importancia de la expresión oral o escrita.

El acceso a los medios de comunicación, televisión, radio o prensa, a publicaciones divulgativas o científicas, siempre bajo el prisma de la formación



Cabe apuntar tan sólo que al no existir un centro difusor de información que imponga los contenidos, los encuentros en el cyberspacio se producen a partir de intereses comunes y se organizan a partir de la comunicación



académica o profesional, sin olvidar la existencia del plano meramente cultural, era, hasta la incorporación de los medios tecnológicos, el argumento principal para el aprendizaje masivo de la lengua inglesa.

Sabemos que la lengua internacional común en el campo científico y técnico es el inglés y que, en encuentros internacionales, incluso en nuestro país, es utilizado, como vehículo de expresión.

"Todos nos sentimos obligados a aprenderlo", decía Ramón Cerdá sobre el aprendizaje del inglés. Reconocida como lengua de trabajo, como ya dijera Fernando Pessoa, pasa ahora a ser lengua de comunicación también en foros de ocio. Lugar de encuentro, como ya apuntáramos anteriormente, en el que cada usuario participa de acuerdo a sus propósitos.

La expansión de las nuevas tecnologías ha consolidado el lugar que la lengua inglesa tiene en el ámbito internacional y en ese nuevo espacio de comunicación y encuentros en el que se ha convertido la red.

Asimismo, la red se configura como un espacio siempre en construcción en el que cualquier tema que sea del interés de sus usuarios tiene cabida. De ahí la variedad tanto de contenidos como en niveles, desde lo más personal o divulgativo hasta lo más científico.

Remitiéndonos a un texto publicado en *Infosociedad*, encontramos datos sobre el escaso tanto por ciento de lugares existentes en la totalidad de la red en español y de usuarios hispanohablantes.

Tan sólo un 3% de los dominios en Internet utilizan la lengua española

De los 100 millones de personas de 240 países, 6,2 millones de usuarios

proceden de Estados Unidos. El resto se reparten entre los demás países del mundo.

El retraso tecnológico de los países de habla hispana y su reciente incorporación a Internet son algunos de los motivos que han producido esta casi ausencia de nuestra lengua en la red, por detrás de otras como son el alemán y el francés.

La incorporación progresiva a la red de hispanohablantes no parece, sin embargo que vaya a paliar el problema, y, en palabras de Cerdá, "el inglés crece más de lo que debiera y este incremento también obedece a motivos políticos, económicos y tecnológicos. Teniendo en cuenta este cúmulo de circunstancias, un resurgimiento del español resulta impensable, porque no existen iniciativas para fomentarlos".

La integración de los hispanohablantes en el sistema, pasa, al margen de las diferentes iniciativas que están apareciendo en pro de la presencia del español, por una fase de adaptación, difusión y actualización constantes que, lamentablemente, exigen del inglés para su consolidación.

La carrera tecnológica continúa, los nuevos avances cuentan con un nombre y una explicación que, si esperamos a su traducción, habrán pasado ya a la historia como ha ocurrido con tantas y tantas versiones de software en nuestros centros educativos.

La Real Academia comienza a preocuparse por planificar la incorporación de nuevos términos a nuestra lengua, pero, en este sentido, también vamos a la zaga de otros países que llevan un camino recorrido desde que crearon sus comisiones terminológicas constituidas por lingüistas y expertos.



El deseo de que esos lugares de información y de cita de los internautas tengan una proyección internacional es la razón principal para mantener el inglés como lengua común, sea cual fuere el lugar de origen de los diseñadores y de los que mantienen dichas páginas o foros actualizados y vivos.



Otra iniciativa para difundir la lengua española y las culturas hispánicas es la llevada a cabo por el Instituto Cervantes, que en diciembre de 1997 inauguró el centro virtual Cervantes. Su director, Pedro Maestre se muestra satisfecho con los resultados, aunque afirma que el peso de nuestro idioma es, aún, poco importante.

Paradójicamente, es una empresa alemana la que realiza una inversión de más de 7500 millones, destinada a la creación de una librería virtual de textos en español. Más de un millón y medio de títulos es el objetivo marcado por la corporación alemana Bertelsmann, cifra que incrementará sensiblemente la presencia de nuestra lengua en la red.

La adquisición, por parte de la misma empresa, del buscador Licos y American Online Europa (AOL), persigue la introducción de su mercado en España y América latina, teniendo

como objetivo prioritario la traducción al castellano de los contenidos de AOL.

Existen además páginas elaboradas en España en las que la información se ofrece en ambos idiomas (español e inglés), por lo cual, en principio, no existirían problemas para los hispanohablantes que, sin embargo, se ven limitados para acceder a todos los servicios ofrecidos desde esos lugares españoles por varios motivos:

- más de un 90% de los artículos a los que se accede a través de ellas se publican en inglés.
- los interesados en participar en charlas sobre los temas que más les interesen no podrán hacerlo a menos que utilicen la lengua inglesa. Es curioso observar cómo son una mayoría de españoles los que intervienen y, sin embargo, siguen respetando esta especie de acuerdo

tácito para no utilizar su propia lengua.

El deseo de que esos lugares de información y de cita de los internautas tengan una proyección internacional es la razón principal para mantener el inglés como lengua común, sea cual fuere el lugar de origen de los diseñadores y de los que mantienen dichas páginas o foros actualizados y vivos.

El inglés, pues, se ha convertido en lugar y hecho comunicativo, y, por el momento, en la única puerta de acceso a este espacio universal de información y comunicación.

En palabras de Castañares "Internet es muchas cosas a la vez, pero, sobre todo, un enorme locutorio. Para intervenir en esa inmensa conversación es necesario conocer la lengua común. La lengua franca de la red es el inglés."

