



**INTERNET  
y la sociedad  
de la información**  
**Una mirada desde  
la periferia**

**TOMO II**

**Editor: Octavio Islas**

**CIESPAL  
2005**

**INTERNET y la sociedad de la información**  
**Una mirada desde la periferia**

© Varios - Tomo II

1000 ejemplares - agosto 2005

SBN 9978-55-049-6

Código de Barras 9789978550496

Registro derecho autoral N° 022136

**Portada:**

*Juan Pablo Muñoz*

**Diagramación texto:**

*Fernando Rivadeneira León*

**Impresión:**

*Editorial "Quipus", CIESPAL*

Quito – Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL.

# Contenido

<b>Introducción</b>	7
<b>Internet: el medio de comunicación.</b> Marisa Avogadro. Argentina	23
<b>Lo que Internet nos traerá y se llevará</b> Naief Yehya. México	49
<b>Contenidos para cibermedios</b> Laura Lugo y Ricardo Casado. Venezuela	67
<b>Convergencia multimedia en Internet</b> Mariano Cebrián Herreros. España	89
<b>e-Gobierno: Construyendo un Buen Gobierno</b> Abraham Sotelo Nava. México	115
<b>Metodología para la e-democracias europeas</b> Amaia Arribas. España	147
<b>La protección de datos personales en la Sociedad de la Información</b> Carlos Colina, Venezuela	165
<b>La Darknet</b> Eduardo Villanueva Mansilla. Perú	211
<b>La administración del DNS</b> Oscar Robles Garay. México	225
<b>El español en la Red</b> Raúl Trejo Delarbre. México	273

# El español en la Red

*Raúl Trejo Delarbre\**

Surgida como espacio experimental e inicialmente utilizada casi de manera exclusiva en países de habla predominantemente inglesa, la red de redes se ha diversificado en naciones, o en comunidades, en las cuales se emplean otras lenguas. La propagación mundial de la Internet aún resulta insuficiente en comparación con los muchos individuos que no tienen acceso a ella y en ocasiones a ningún otro medio de expresión e información.

A mediados de 2004 se estimaba que la Red tenía cerca de 730 <sup>2</sup> millones de usuarios, que constituyen algo menos del 12 por ciento de los habitantes del planeta. Si bien se trata de una cifra alta en comparación con los algo más de 200 millones de usuarios mundiales de la Internet que había casi cinco años antes, parece claro que aún falta por recorrer un trecho muy largo para que se pueda decir que la Internet es un recurso auténticamente mundial.

---

\* Mexicano. Doctor. Investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

1 Una versión inicial de este trabajo fue presentada en noviembre de 2002 en el simposio *El español en los medios de comunicación de los Estados Unidos*, que el Instituto Cervantes de Chicago organizó en esa ciudad. El texto ha sido revisado y actualizado para este libro.

2 Datos de población mundial: [http://www.nationsonline.org/oneworld/world\\_population.htm](http://www.nationsonline.org/oneworld/world_population.htm) Datos sobre cantidad de usuarios de Internet: Global Reach, [www.greach.com](http://www.greach.com)

En todo caso, se trata de un espacio que, al reflejar la diversidad de actividades e intereses humanos, tiende a ser crecientemente plurilingüístico. A diferencia de sus primeros años, cuando más del 80 por ciento de los usuarios de la red de redes eran de habla inglesa, hoy en día, en el ciberespacio se abren paso idiomas -y desde luego culturas, costumbres, visiones del mundo- en otras lenguas.

### **Menos inglés, más chino y español**

Tan solo en un quinquenio, según se muestra en la tabla uno, el inglés pasó del 57 por ciento a menos del 40 por ciento entre quienes emplean la Internet en el mundo. El idioma cuyo uso ha crecido más en ese lapso es el chino. De menos de 10 millones de usuarios en esa lengua en 1999, a mediados de 2004 tenía casi 103 millones. El chino, que tres años atrás era el cuarto idioma en número de usuarios en la Red, ahora se encuentra en el segundo sitio y su uso continúa creciendo.

El japonés pasó del segundo al tercer sitio en esos parámetros, aunque multiplicó por tres veces y media la cantidad de quienes lo utilizan al aumentar de algo menos de 20 a casi 70 millones de internautas.

El español se encuentra en cuarto lugar entre las lenguas más frecuentadas en la Internet. De los casi 10 millones de hispanohablantes que había con acceso a la Red en 1999, menos de cinco años después somos más de 65 millones. Esa presencia constituye el 9 por ciento de los internautas en todo el mundo. El crecimiento de la Red en España y su desigual aunque creciente propagación en América Latina han influido para ese aumento, en el lapso que estamos comentando, en la cantidad de internautas en nuestra lengua. Pero además, en ese desarrollo ha tenido gran relevancia el aumento de los usuarios de Internet en las comunidades de hispanos que hay en los Estados Unidos. Aquellos que, aun cuando se encuentran en un país donde el inglés es predominante, acceden a la Red empleando el español como primera lengua, están conformando un núcleo de usuarios de gran importancia.

Tabla 1.

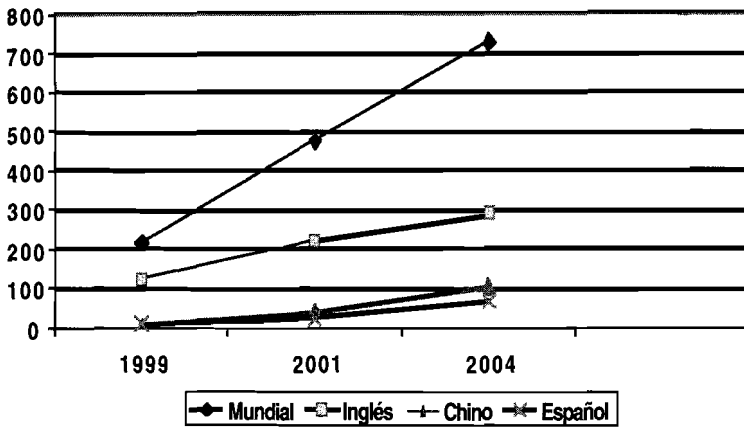
## Cinco años de idiomas en la Red

	1999 (millones)	1999 %	2001 (millones)	2001 %	2004 (millones)	2004 %	Diferencia 1999/2004
Total Mundial	215	100%	476	100%	730	100%	+ 340 %
Inglés	122.5	57	218	45	287.5	39.4	235 %
Chino	9.89	4.6	40.7	8.4	102.6	14.0	1037%
Japonés	19.77	9.2	47.3	9.8	69.7	9.5	352%
Español	9.6	4.5	20.4	4.3	65.6	9.0	683 %
Alemán	14.01	6.5	30	6.2	52.9	7.2	375 %
Coreano	4.23	2.0	22.7	4.7	29.9	4.0	706 %
Italiano	5.66	2.6	17.5	3.6	24.3	3.3	429 %
Francés	9.4	4.4	16.6	3.4	28.0	3.8	298 %
Portugués	3.36	1.6	12.1	2.5	25.7	3.5	764%
Ruso	n.d.	n.d.	9.3	1.9	18.5	2.5	n.d.

Fuente: cuadro elaborado a partir de informes de [greach.com](http://greach.com) de 2004 son del mes de julio.

El español en la Red septuplicó su presencia en números absolutos entre 1999 y 2004 y en términos porcentuales avanzó del 4.5 por ciento, al ya mencionado 9 por ciento entre los internautas en el planeta. Ese crecimiento ha sido mayor al que han tenido el alemán, el francés y el italiano. Sin embargo, el portugués experimentó una expansión mayor (sus usuarios pasaron de apenas 3.4 a 26 millones) especialmente gracias al auge que ha tenido la Internet en Brasil. Otra lengua que se ha expandido notablemente es el coreano, cuyos usuarios crecieron casi siete veces para pasar de 4.2 millones en 1999, a 30 en 2004.

**Gráfica Uno**  
**Idiomas en la Internet**  
**tendencias 1999-2004**  
(millones de usuarios por lengua, en números absolutos)

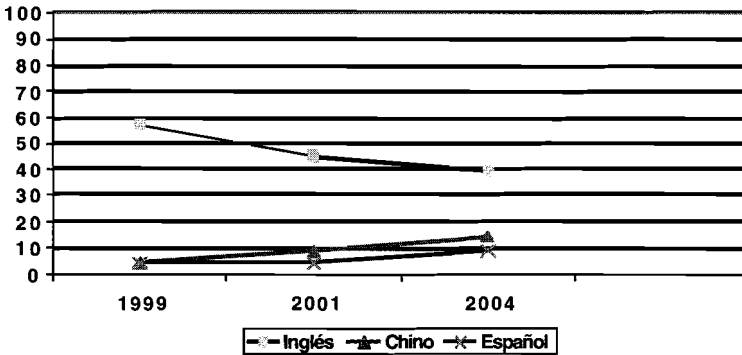


El crecimiento que en ese quinquenio tuvieron algunas de las lenguas más utilizadas en la Red se aprecia en la gráfica uno. Se trata de la evolución en números absolutos de la cantidad mundial de usuarios y de los internautas que hablan inglés, chino y español. Allí se aprecia al 2001 como un año de quiebre en el cual el ritmo de expansión del inglés en la Internet experimentó un ligero retroceso (los usuarios, naturalmente, siguieron aumentando pero a tasas menores que en los años precedentes). En cambio el empleo del chino y el español se incrementó en proporciones similares.



Gráfica 2

**Idiomas en la Internet  
tendencias 1999-2004**  
(porcentaje de usuarios en cada lengua respecto del  
total de personas con acceso a la Red)

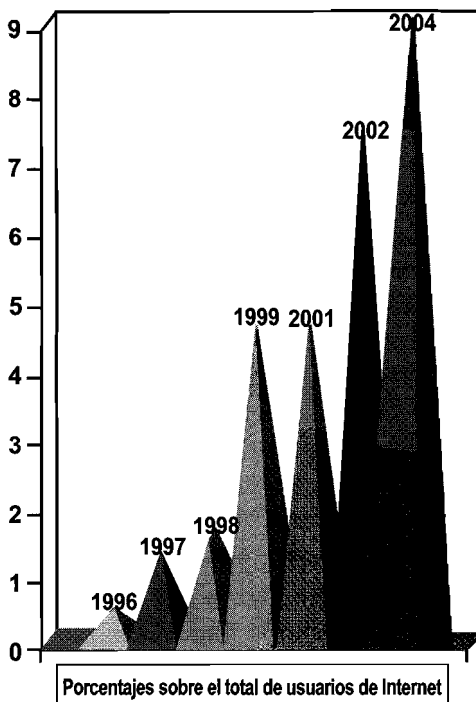


La segunda gráfica muestra las mismas tendencias, pero en términos porcentuales. El incremento del 4.6 por ciento al 14 por ciento en el uso del chino entre los idiomas en la Red y del 4.5 por ciento al 9 por ciento en el empleo del español, parecen proporcionales al descenso del inglés, que de ser utilizado por el 57 por ciento en 1999, pasó a ser el idioma del 45 por ciento de los usuarios de la Red en 2001 y, más tarde, de menos del 40 por ciento.

En ocho años, la utilización del español en la Red aumentó de una presencia casi exclusivamente simbólica, que era equivalente al 0.4 por ciento de los internautas, a ser el idioma del 9 por ciento de quienes deambulan en el ciberespacio. Ese crecimiento ha tenido inflexiones e incluso (siempre en términos porcentuales) algún estancamiento, como se aprecia en la gráfica tres.

## Cuadro 2.

### Presencia del español en la Red



1996	0.4
1997	1.14
1998	1.54
1999	4.5
2001	4.4
2002	7.4
2004	9

Así que parece claro que el español se afianza entre las lenguas más utilizadas en la Red. Otro asunto es la manera como se emplea y la necesidad que numerosos internautas, cuya lengua habitual es el castellano, tienen para buscar y consultar información en otros idiomas.

### **Búsquedas en castellano**

Es frecuente que los internautas de distintas lenguas utilicen buscadores y consulten páginas cuyos contenidos están en inglés. Por eso, en tanto el inglés constituía, al finalizar 2001, el idioma principal o único del 45 por ciento de los cibernautas, era la lengua en la que se hacía el 57 por ciento de las consultas en *Google*, el motor de búsqueda más utilizado en la Internet (ver la gráfica cuatro).

El alemán, que por esas fechas era el idioma del seis por ciento de los usuarios de la Red, tenía un porcentaje equivalente al doble en las consultas de *Google*. El japonés, con algo menos del 10 por ciento de los usuarios de la Red, fue el idioma del siete por ciento de las búsquedas. Y el español, que a fines de 2001 era empleado -según los datos que hemos consultado- por algo más del cuatro por ciento de los internautas y que un año después sería la lengua del 7.4 por ciento, fue utilizado en el seis por ciento de las consultas en el mencionado recurso para localizar materiales en la Red.

Los idiomas que se emplean en *Google* constituyen otro indicador de la expansión del plurilingüismo en la Internet. Medio año antes, en julio de 2001, el inglés era el idioma del 63 por ciento de las búsquedas; el alemán era empleado en el 10 por ciento de las consultas; el japonés en ocho por ciento y el español en el cinco por ciento.

Es decir, en tanto que el empleo de las tres lenguas más utilizadas en *Google* disminuyó entre 10 y 20 por ciento, el español fue aprovechado, proporcionalmente, por más usufructuarios de ese

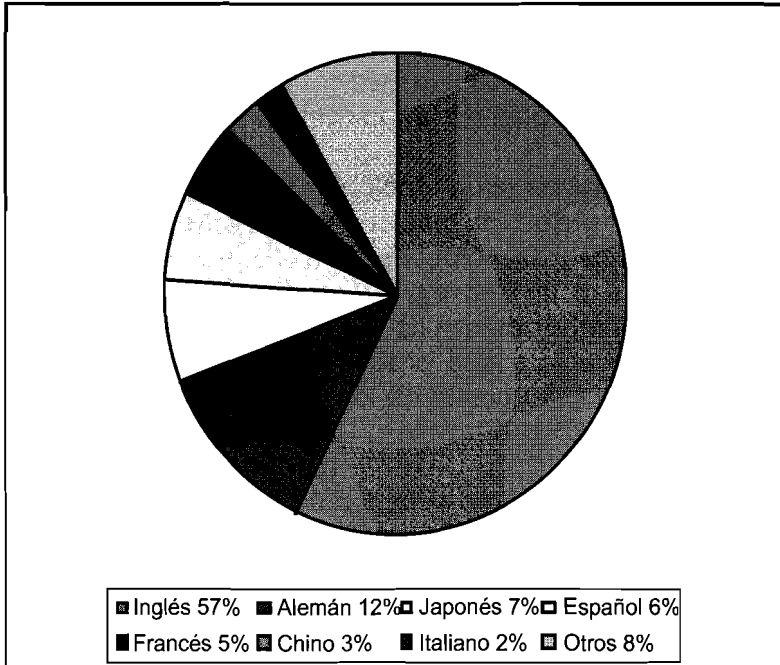
recurso.

El uso de nuestra lengua en ese buscador aumentó del cinco al seis por ciento. Se trata de diferencias muy estrechas que no constituyen tendencias del todo sólidas, pero que no dejan de ser significativas. De continuar ese crecimiento, el empleo de dicho buscador podría apuntar un uso más activo de la Internet por parte de los cibernautas en lengua española. Al momento de preparar este ensayo, Google no había publicado, con detalle suficiente, estadísticas más recientes sobre los idiomas empleados en sus búsquedas.

El aprovechamiento de la Red fluctúa entre la contemplación acrítica y pasiva de contenidos a los que se llega de manera directa -sin *navegar* en la Internet y sin *buscar* información específica- y el uso activo, singularizado por la retroalimentación del usuario respecto de los autores de los contenidos que ha visitado o consultado. Un indicador de la iniciativa que tienen los usuarios para rastrear información es el uso de motores de búsqueda como *Google*. Quien busca -independientemente de la calidad o la utilidad de los contenidos que quiere hallar- utiliza de manera más completa las posibilidades de la Internet y está en posibilidad de discriminar, comparar y seleccionar entre las diversas opciones a donde le conduzca el localizador de sitios dentro de la World Wide Web.

Las consultas en Google no pueden ser tomadas como definitivamente representativas de la conducta de los internautas. Pero tratándose de uno de los recursos más utilizados por quienes rastrean en la Red, las variaciones en su aprovechamiento son interesantes.

**Cuadro 3.**  
**Idiomas empleados para buscar en Google**



Fuente: <http://www.google.com/press/zeitgeist/zeitgeist-jan02.html>

Posiblemente, el hecho de que las búsquedas en español hayan aumentado más que las que se realizan en otras lenguas signifique un comportamiento más activo de los usuarios en esta lengua. En todo caso, es un indicador que vale la pena seguir de cerca en los próximos años.

### **Uso de la Red entre los hispanos en los Estados Unidos**

La tendencia, al menos aparente, de los internautas en lengua española para aprovechar a la Red de manera más activa, encuentra algunos matices cuando se analiza el empleo que los hispanos en

los Estados Unidos hacen de la Internet. El estudio que realizó en julio de 1991 el Pew Research Center acerca del uso de la Internet entre los hispanos en ese país describe, por parte de ese segmento de la población que ahí vive, un interés tan grande como el de los blancos y negros para acudir a la Red como fuente de esparcimiento y algo mayor en el empleo de la Internet para recabar información.

La tabla dos muestra un empleo del correo electrónico menos intenso por parte de los hispanos en comparación con los estadounidenses negros y blancos. Pero cuando se indaga en qué medida se utiliza a la Red para buscar información acerca de pasatiempos, el 74 por ciento de los hispanos que alguna vez ha utilizado la Red declara ese propósito, en tanto que ese fin es reconocido por el 77 por ciento de los blancos y el 71 por ciento de los negros.

La utilización de la Red solamente para divertirse es admitida más por hispanos y negros (72 por ciento) que por los estadounidenses blancos (62 por ciento). Pero en el empleo de ese recurso para obtener información acerca de música, libros o contenidos para emplear el tiempo libre, los hispanos quedan adelante (71 por ciento, frente al 66 por ciento de los negros y 62 por ciento de los blancos).

Solo el 50 por ciento de los hispanos ha localizado un video o un *clip* de audio en la Red, pero esa ha sido una tarea realizada por el 60 por ciento de los negros que se asoman a la Internet. Los negros (55 por ciento) escuchan proporcionalmente más música en la Red que los hispanos (48 por ciento) y los blancos (apenas el 33 por ciento). Sin embargo hay, porcentualmente, una mayor cantidad de hispanos (36 por ciento) que han *bajado* música de la Red.

---

1 Véase: <http://www.pewinternet.org>

**Tabla 2**  
**Actividades en Internet por grupos étnicos en los Estados Unidos**

Actividad	Hispanos	Biancos	Negros
Enviar y leer correos electrónicos	<b>86 por ciento</b> (39 por ciento)	<b>93 por ciento</b> (51 por ciento)	<b>88 por ciento</b> (32 por ciento)
<b>Diversión</b>			
Obtener información sobre pasatiempos	<b>74 (17)</b>	<b>77 (19)</b>	<b>71 (15)</b>
Navegar solo por diversión	<b>72 (21)</b>	<b>62 (20)</b>	<b>72 (17)</b>
Buscar información sobre música, libros y otras actividades de entretenimiento	<b>71 (8)</b>	<b>62 (8)</b>	<b>66 (9)</b>
Usar un archivo de audio o video	<b>50 (7)</b>	<b>47 (7)</b>	<b>60 (7)</b>
Enviar un mensaje instantáneo	<b>50 (13)</b>	<b>44 (12)</b>	<b>50 (9)</b>
Escuchar música	<b>48 (10)</b>	<b>33 (6)</b>	<b>55 (9)</b>
Buscar información de deportes	<b>42(11)</b>	<b>36 (10)</b>	<b>45 (10)</b>
Participar en un juego en línea	<b>37 (8)</b>	<b>32 (6)</b>	<b>48 (6)</b>
Bajar música	<b>36 (7)</b>	<b>21 (3)</b>	<b>33 (4)</b>
Chatear	<b>32 (5)</b>	<b>25 (4)</b>	<b>40 (4)</b>

La primera cifra de cada columna se refiere a los internautas ocasionales (que declaran que alguna vez han utilizado la red). La segunda cifra de cada columna, mostrada entre paréntesis, se refiere a los internautas frecuentes (que estuvieron en línea el día anterior a la entrevista).

Fuente: Pew *Internet & American Life Project*, 2000 Tracking Survey, N=26,094.  
 Margen de error:  $\pm 1\%$ .

Esa relativa pero constatable aptitud de los hispanos estadounidenses para aprovechar las capacidades de información y educación que hay en la Red, y que no se entusiasman tanto como los negros para explotar las opciones de entretenimiento, se advierte en la tabla tres.

Blancos y negros han acudido a la Internet más que los hispanos para buscar la respuesta a alguna pregunta. El empleo de esos grupos de población al buscar información sobre productos es casi igual en los tres grupos poblacionales.

Los blancos están más interesados en indagar el clima y los negros en obtener noticias. Sin embargo, los hispanos aparecen más interesados en la información política a través de la Red, en comparación con negros y blancos. En cambio, a los hispanos no les interesa peculiarmente hallar información acerca de asuntos religiosos (apenas el 19 por ciento declara haber empleado la Internet con ese propósito, en contraste con el 21 por ciento y el 32 por ciento de los estadounidenses blancos y negros).

Aunque se trata de una encuesta realizada en medio de un proceso de adaptación y aprovechamiento respecto de la Internet, que no ha concluido, el estudio del Pew Research Center sugiere que los hispanos llegan a la Red en busca de información acerca de intereses o pasatiempos que tienen en sus actividades *fuera de línea*. En cambio, los negros han parecido más dispuestos a involucrarse en formas de esparcimiento e incluso de intercomunicación en la Internet. El 40 por ciento de los estadounidenses negros con acceso a la Red declaró haber participado en un *chat*, en tanto que esa actividad fue reconocida solamente por el 25 por ciento de los blancos y el 32 por ciento de los hispanos.



**Tabla 3**  
**Para qué usan Internet / Principales grupos étnicos en los Estados Unidos**

Búsqueda en Internet para responder una pregunta	<b>73 por ciento</b> <b>(14 por ciento)</b>	<b>80 por ciento</b> <b>(17 por ciento)</b>	<b>75 por ciento</b> <b>(14 por ciento)</b>
Búsqueda de información sobre un producto	<b>72 (15)</b>	<b>73 (13)</b>	<b>72 (8)</b>
Búsqueda de información de viajes	<b>63 (8)</b>	<b>65 (7)</b>	<b>65 (7)</b>
Obtener información noticiosa	<b>61 (20)</b>	<b>60 (22)</b>	<b>63 (15)</b>
Obtener reportes del clima	<b>57 (15)</b>	<b>63 (17)</b>	<b>55 (11)</b>
Visitar un sitio gubernamental	<b>43 (5)</b>	<b>50 (7)</b>	<b>45 (5)</b>
Obtener información financiera	<b>41 (10)</b>	<b>45 (14)</b>	<b>41 (9)</b>
Obtener información y noticias de corte político	<b>40 (12)</b>	<b>38 (13)</b>	<b>38 (9)</b>
Buscar información religiosa	<b>19 (1)</b>	<b>21 (3)</b>	<b>32 (1)</b>

La primera cifra de cada columna se refiere a los internautas ocasionales (que declaran que alguna vez han utilizado la Red). La segunda cifra de cada columna, mostrada entre paréntesis, se refiere a los internautas frecuentes (que estuvieron en línea el día anterior a la entrevista).

Fuente: *Pew Internet & American Life Project*, 2000 Tracking Survey, N=26,094.  
 Margen de error: ±1%.

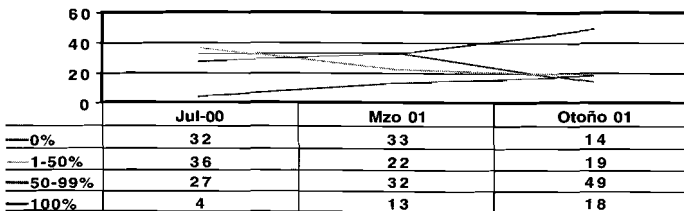
## Vivir en inglés, navegar en español

La modificación o confirmación de esas tendencias dependerá, por supuesto, del creciente uso de la Internet entre los hispanos en los Estados Unidos y también, de la oferta de sitios en los cuales puedan encontrar contenidos que les resulten útiles. A juzgar por el tiempo que destinan a *navegar* en español, la disponibilidad de sitios en este idioma les parece crecientemente atractiva

Los estudios que ha realizado la empresa Roslow Research<sup>1</sup>, acerca del tiempo que los hispanos en los Estados Unidos dedican a recorrer la Internet en idioma español, muestran una creciente apropiación de espacios y contenidos en esta lengua. En tanto que en julio de 2000, quienes no utilizaban para nada el idioma español cuando accedían al Internet eran el 32 por ciento, poco más de un año más tarde constituían solo el 14 por ciento.

En cambio, los hispanos que emplean esta lengua durante menos de la mitad de su tiempo de navegación disminuyeron en beneficio de un notable incremento en el uso del español. En julio de 2000, el 36 por ciento de los hispanos ocupaba menos de la mitad del tiempo de uso de la Red en idioma español, pero esa práctica disminuyó en marzo siguiente al 22 por ciento y cayó al 19 por ciento pocos meses más tarde.

**Cuadro 4.**  
**Uso de Internet por parte de hispanos en EU**  
 Porcentaje del tiempo que navegan en español



Fuente: a partir de información de <http://www.roslowresearch.com/home.htm>

1 Véase: <http://www.roslowresearch.com/home.htm>

Aquellos que dedican más de la mitad del tiempo de navegación a comunicarse o consultar información en español pasaron del 27 por ciento al 49 por ciento.

Estos datos sugieren que los hispanos bilingües utilizaban a la Red en inglés porque no contaban con suficientes sitios de contenidos equivalentes, o que les resultaran de interés, en español. Pero en tanto se diversifican los documentos en nuestra lengua, muchos hispanos en los Estados Unidos tienden a preferir el uso del castellano.

Un dato sobresaliente es el de los hispanos que navegan solo en español. Ese grupo pasó del cuatro por ciento en julio de 2000, al 18 por ciento en el otoño de 2001. Esa información sugiere que la Internet ya está sirviendo no solo para los hispanos bilingües sino para aquellos que, viviendo en los Estados Unidos, no hablan en inglés o no lo hacen con soltura suficiente para comunicarse a gusto en ese idioma.

Otro segmento es el de quienes, al contrario, utilizan a la Internet únicamente, o de manera preponderante, en inglés. La empresa Roslow Research indagó en una muestra de internautas hispanos, en dos encuestas consecutivas, las causas por las cuales algunos de ellos no emplean a la Internet con más asiduidad en su lengua natal. Las variaciones entre los motivos declarados en uno y otro sondeos, las cuales mostramos en la tabla cinco, son llamativas.

En tanto que en julio de 2000, el 17 por ciento de esos usuarios hispanos de la Red lamentaba que la información que les hacía falta solamente se encontraba en inglés, algo más de un año después ese problema era identificado solamente por el nueve por ciento. En el primer sondeo, el 13 por ciento decía preferir los sitios en inglés, porque en los de idioma español encontraba más errores en la información consultada, pero al año siguiente esas fallas eran señaladas únicamente por el cuatro por ciento.

La cantidad de internautas hispanos que respondió, simplemente, que utilizaba más a la Red en inglés porque hay más sitios en esa lengua disminuyó del cinco por ciento al uno por ciento. En julio de 2000, el 13 por ciento decía que prefería a la Internet en inglés, simplemente, porque no conocía suficientes sitios en español y en la segunda encuesta, esa causa disminuyó al tres por ciento.

**Tabla 4. b**

Por qué los hispanos en EU no utilizan con más asiduidad la Internet en español

Causa	Jul 2000	Otoño 2001
La información que necesito está en inglés	17%	9%
Hay más errores en la información en español	13%	4%
Hay más sitios en inglés	5%	1%
No estoy familiarizado con sitios en español	13%	3%

Causas atribuibles a la Internet

Fuente: a partir de información de la <http://www.pewresearch.com/fall01/>

Es decir, los motivos atribuibles al desarrollo de la Internet en español, que fueron esgrimidos para navegar en inglés, han disminuido de manera notoria. En cambio, las causas relacionadas con la situación social y cultural de los hispanos se mantuvieron, o incluso crecieron ligeramente. Aquellos que declararon que navegan por la Internet en inglés porque se sienten más a gusto en esa lengua fueron el nueve por ciento en ambas encuestas, y quienes afirmaron que prefieren el inglés porque lo entienden mejor aumentaron del ocho por ciento al 11 por ciento.

## Cultura, valores, comunicación

Internet se la emplea como instrumento de comunicación directa gracias al correo electrónico o a los servicios de mensajería o conversación instantáneas. La Red también es un extraordinario recurso para propagar informaciones de la más variada índole. Puede ser -y es- herramienta de esparcimiento y diversión, lo mismo que de intercambio y educación.

Todo ello es muy sabido a estas alturas del desarrollo de la Internet. Pero además, conforme se extiende y recoge la diversidad cultural y lingüística de las comunidades que la aprovechan, la Red se convierte en espacio en el que se reproducen presencias, influencias y tendencias políticas y culturales. Por eso no es extraño que el empleo en español de la Internet aumente en los Estados Unidos, en donde las comunidades hispanas alcanzan un creciente peso demográfico y, junto con ello, en todos los terrenos.

A diferencia de los emigrantes de otros orígenes, los hispanos en los Estados Unidos han mantenido una singularidad que los distingue respecto de otros grupos poblacionales y que se ha convertido en expresión de diferencia y creatividad. Jorge Ramos, el conocido conductor del *Noticiero Univisión* -el programa de noticias de mayor audiencia en la televisión hispana en los Estados Unidos-, ha explicado así esa situación: “El poder político y económico de los latinos aumenta con cada nacimiento, con cada cruce fronterizo. El español se ha consolidado y los medios de comunicación que transmiten y publican en castellano, lejos de desaparecer, les gana terreno a las televisoras, radiodifusoras y periódicos en inglés. Los inmigrantes latinoamericanos, contrario a los que les precedieron de Europa, no han tenido que sacrificar su cultura ni sus valores para asimilarse a su nación adoptiva”.

El desarrollo de la Internet en español está fuertemente relacionado con la presencia de los hispanos en los Estados Unidos. La red de redes tiene, entre otros, efectos de cohesión cultural y

comunitaria que se expresan en el incremento de su empleo por parte de esa colectividad. La calidad y utilidad de los sitios en la Red destinados a ellos dependerán de la creatividad, pero<sup>1</sup> también de la exigencia que manifiesten los usuarios de tales espacios en la Internet.

Gracias a Internet, los hispanos en los Estados Unidos cuentan con un recurso que les permite afirmar su identidad y, junto con eso, acercarse a los países de donde provienen o en donde, como hacen ellos, se habla español. La Internet funciona entonces como red que cohesiona sin amalgamar, enlaza con eficacia, relaciona y resguarda intereses y valores de carácter social y cultural.

---

<sup>1</sup> Jorge Ramos Ávalos, "Ser inmigrante es 'cool' (y difícil)". *Reforma*, México, 10 de noviembre de 2002.

*Este libro se terminó de imprimir  
en agosto de 2005, siendo  
Director General del CIESPAL  
el Dr. Edgar Jaramillo Salas.*

