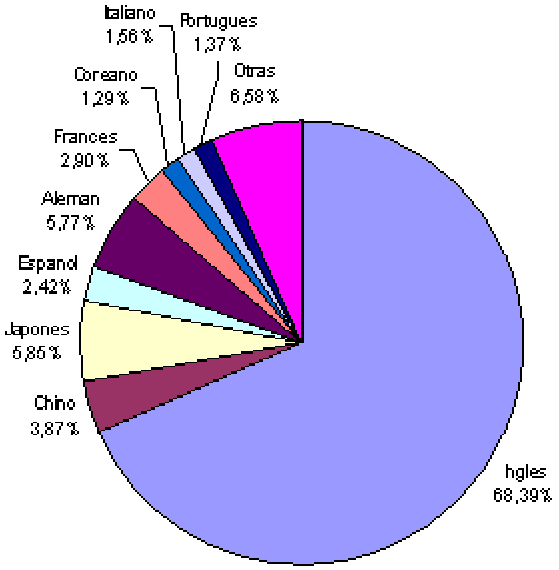
Generación de contenidos en Ibero América

Es evidente que el inglés domina los contenidos en Internet. Basta con solo visitar algunos URL's al azar para darse cuenta que una buena proporción de ellos son de sitios de Internet en este idioma.

El reporte de la Sociedad de la Información publicado por Telefónica de España cita unas interesantes cifras de e-marketer para el período 2002; donde queda en evidencia este predominio, al mostrar que el 68,39% de las páginas web en el mundo están en idioma inglés.

Distribución de paginas de Internet por idioma



Si observamos el gráfico anterior, queda en evidencia que los contenidos en el idioma español ocupan la sexta posición con un 2,42%. Cabe en esta oportunidad acotar, que esta es una variable difícil de medir y que no se esta considerando la calidad de los contenidos ni la amplitud de las páginas de cada idioma.

Ahora bien, es importante relacionar estas páginas de Internet con la proporción de usuarios por lengua materna, en el entendido de que ambas variables deberían de guardar una relación. En la tabla siguiente mostramos ambos datos y reportamos un " factor de generación de contenidos" [FGC] que no es otra cosa que la relación entre el peso que tiene el número de páginas de una determinada lengua entre el peso que tiene ese idioma en el total de usuarios.

Factor de Generación de Contenidos por Idiomas

Idiomas	1 Internautas	2 Posicion	3 Paginas web	4 Posicion	5 FGC	6 Posicion
Ingles	40,00%	1	68,39%	1	1,71	1
Chino	10,00%	2	3,87%	4	0,39	6
Japones	9,00%	3	5,85%	2	0,65	4
Espanol	7,00%	4	2,42%	6	0,35	7
Aleman	7,00%	5	5,77%	3	0,82	2
Frances	4,00%	6	2,90%	5	0,73	3
Coreano	4,00%	7	1,29%	9	0,32	8
Italiano	4,00%	8	1,56%	7	0,39	6
Portugues	3,00%	9	1,37%	8	0,46	5
Otras	12,00%		6,58%			

Fuente: Elaboración propia con cifras de e-marketer, 2002 y de Global Reach, 2002; extraídas del reporte La Sociedad de la Información en España, 2002, publicado por Telefónica de España.

Como queda en evidencia en la tabla anterior, la generación de contenidos en inglés era de esperar que encabezara la lista con un FGC mayor que la unidad [columna 5]. Este resultado, obviamente tiene mucho sentido debido a la importancia de esta lengua en las comunicaciones internacionales.

Con respecto al idioma español, puede observarse como el FGC es de 0,35 lo que ubica a este idioma en la séptima posición [columna 6], evidenciando una pérdida de participación con respecto al peso que tienen los internautas de habla hispana en el mundo, en cuyo ranking ocupa la cuarta casilla [columna 2].

Aún cuando el FGC para el idioma español está muy por debajo de 1, lo que significa que los contenidos disponibles en este idioma no alcanzan el peso que los usuarios de habla hispana tienen en el total mundial, llama la atención como España aporta un 53,92% de las páginas de Internet en este idioma, muy por encima de Argentina y México, quienes le siguen en la lista con un 9,54% y 8,57%, respectivamente.

Paises	Paginas web
España	53,92%
Argentina	9,54%
México	8,57%
Estados Unidos	5,00%
Colombia	3,92%
Chile	3,66%
Venezuela	1,43%
Perú	1,41%
Uruguay	1,20%
Brasil	0,92%
Nicaragua	0,66%
Costa Rica	0,64%
Cuba	0,58%
Ecuador	0,44%
Republica Dominicana	0,40%
Paraguay	0,36%
Panamá	0,26%
Guatemala	0,25%
El Salvador	0,24%
Puerto Rico	0,20%
Bolivia	0,18%
Honduras	0,13%
Otros	6,13%

Fuente: Fundación Redes y Desarrollo, extraído del reporte La Sociedad de la Información en España, 2002, publicado por Telefónica de España.