

TRADUCCOM

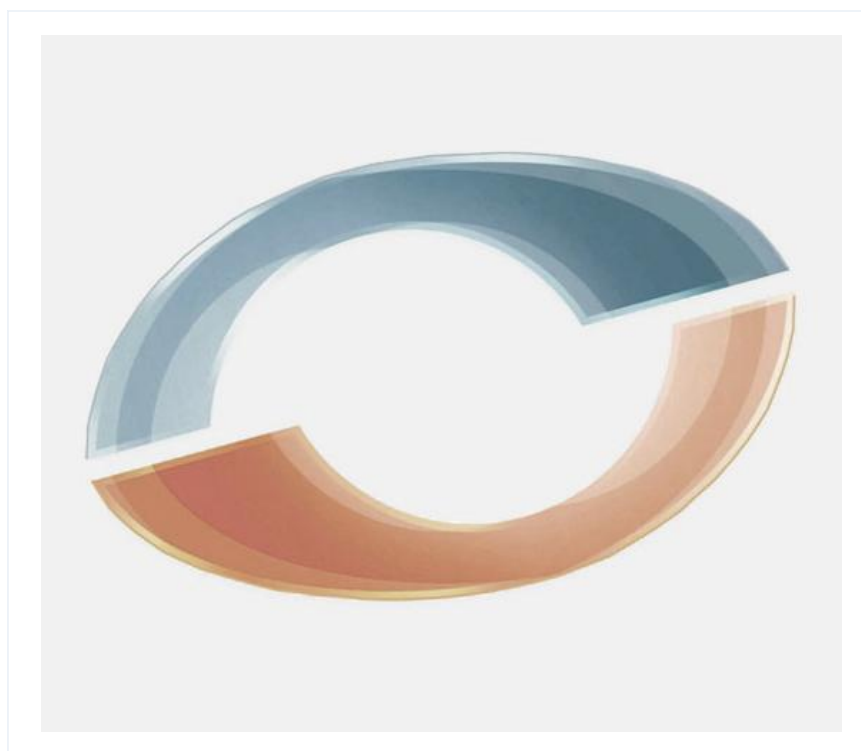
Traducción, Comunicación & Mediación Lingüística

Proyecto I+D+i (informe)

REDUCCIÓN SISTEMÁTICA DEL DÉFICIT LINGÜÍSTICO DE TEXTOS
ALOJADOS EN PÁGINAS WEB DE AGENTES ECONÓMICOS ESPAÑOLES

Autor: Ernesto Alcalá Jiménez

4 de abril de 2011; Palma (Islas Baleares), España



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (INFORME)

ESTRUCTURA ESTABLECIDA POR LA NORMA UNE 166001

TRADUCCOM ESTÁ CONSTITUIDO POR:

ERNESTO ALCALÁ JIMÉNEZ

Director & Mediador Lingüístico

KELLY JANE B. WALLIS

Project & Resource Management

La Legislación sobre los derechos de Autor en España, y según dictamina la Ley 22 11 de noviembre de 1987 de la Propiedad Intelectual, establece que: La propiedad intelectual de una obra literaria, artística o científica corresponde al autor por el solo hecho de su creación. La propiedad intelectual está integrada por derechos de carácter personal y patrimonial, que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de la obra, sin más limitaciones que las establecidas en la Ley. La propiedad intelectual de una creación quedará mantenida igualmente cuando: (1) Sea objeto de incorporación en otra propiedad intelectual, (2) Sea objeto de industria. Es decir una creación masiva del objeto por medios manuales o mecánicos. (3) Sea objeto de otros usos explicados en el libro segundo de la presente ley.

PROYECTO CREADO POR ERNESTO ALCALÁ JIMÉNEZ ENTRE NOVIEMBRE DE 2010 Y ABRIL DE 2011

NÚMERO DE ENTRADA DE REGISTRO EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL: PM-144-2011

OFICINA EN ESPAÑA (SEDE)

c/ Sta. Margalida 5, bloq C, esc 2, pta. 48

07609 Sa Torre - Islas baleares

ESPAÑA

OFICINA EN AUSTRALIA (PROYECTOS INTERNACIONALES)

Collingwood St 2/38

2450 Coffs Harbour NSW

AUSTRALIA

1. INTRODUCCIÓN	1
2. RESUMEN	1
3. MARCO TEÓRICO	5
4. ACCIÓN A DESARROLLAR EN EL PROYECTO Y OBJETIVO PRINCIPAL	7
5. JUSTIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO	7
5.1. Naturaleza del problema a resolver	7
5.2. Aspectos favorables observados (que refuerzan la tesis del proyecto)	8
5.3. Aspectos contrarios observados (que refuerzan la tesis del proyecto)	9
6. ESTUDIO DEL ESTADO DEL ARTE	11
6.1. Situación del sector de los servicios lingüísticos. Casos prácticos	11
6.2. Estado actual de la tecnología en la WWW: interrelaciones e impactos	13
6.3. Estadísticas sobre volumen de información en la Red alojada como texto	15
6.4. Políticas de intervención en materia lingüística	17
6.5. Mediación lingüística en la actividad socioeconómica actual	18
6.6. Situación de este proyecto en el <i>estado del arte</i>	20
7. GRADO DE AVANCE CIENTÍFICO-TECNOLÓGICO DEL PROYECTO	20
7.1. Caracterización pluridimensional de la lengua en una economía globalizada	20
7.2. <i>Lengua-tecnología</i> : un ente propio en la Sociedad de la Información	22
7.3. Caracterización de la lengua (o del plurilingüismo) en Internet	24
8. GRADO DE NOVEDAD DEL PROYECTO	25
8.1. Consideraciones en la literatura sobre la cultura escrita actual	25
8.2. Aproximación al concepto de <i>mediación (eco)lingüística</i>	27
8.3. Aproximación a un prototipo de mediación (eco)lingüística	29
8.4. Mediación (eco)lingüística como dinamizador económico en Internet	30
9. PUESTA EN PRÁCTICA: GENERALIDADES	31
10. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	33

11. METODOLOGÍA DE TRABAJO	35
11.1. Servicio correspondiente a la ACCIÓN 1	35
11.2. Servicio correspondiente a la ACCIÓN 2	39
11.3. Proceso de optimización de textos en páginas web	39
12. EFECTO INCENTIVADOR DEL PROYECTO. PRINCIPALES ASPECTOS	40
13. COMPARACIÓN CON POLÍTICAS DE DESARROLLO DE LA S.I.	43
14. CONCLUSIONES	47
15. EXPOSICIÓN RECAPITULATIVA	49
16. MEDICIÓN DEL ÉXITO. ALGUNAS ALTERNATIVAS	51
17. RESULTADOS ESPERADOS POR TRADUCCOM	52
<input type="checkbox"/> Anexo 1: CONCEPTUALIZACIÓN DE PIRÁMIDE DE MEDIACIÓN (ECO)LINGÜÍSTICA	(bis)
<input type="checkbox"/> Anexo 2: TRANSVERSALIDAD DE LOS SERVICIOS LINGÜÍSTICOS EN EL MERCADO	(bis)
<input type="checkbox"/> Anexo 3: TRABAJO DE CAMPO EN TORNO AL DÉFICIT LINGÜÍSTICO EN INTERNET	(bis)

REDUCCIÓN SISTEMÁTICA DEL DÉFICIT LINGÜÍSTICO DE TEXTOS ALOJADOS EN PÁGINAS WEB DE AGENTES ECONÓMICOS ESPAÑOLES

Ernesto Alcalá Jiménez, TRADUCCOM Language Solutions. Abril 2011, Mallorca (Baleares), España

1. INTRODUCCIÓN

El nivel de desarrollo adquirido en las últimas décadas, un hecho ligado al avance acelerado de la tecnología, que es rápidamente absorbida por el conjunto de la ciudadanía, hace que la utilización del lenguaje se esté posicionando como una pieza clave en la articulación de un modelo de intensas relaciones sociales. Internet, se consolida día a día como un *medio universal* en el que se sustentan los grandes cambios de nuestra época. Consideramos que es preciso poner un foco de atención en un recurso, el empleo de la lengua escrita, que en este escenario interviene de forma discreta pero a la vez determinante en la construcción de la oferta de bienes y servicios, así como en la materialización de intercambios y transacciones a nivel global. Genéricamente, la adquisición de mayor eficiencia en el uso del recurso lingüístico, va a propiciar que se produzca un *feedback* más afín a las necesidades y expectativas de los distintos actores que integran el nuevo espacio globalizado en el que nos encontramos. La puesta en valor del idioma en la sociedad digital del presente y del futuro, es un modo de dar cabida a una nueva realidad lingüística, o a una nueva *cultura escrita*, que avanza a pasos agigantados en un contexto social más dinámico y versátil, en el cual el flujo de información es constante y aumenta a ritmo exponencial. El lenguaje, debe ser visto como un elemento de valor añadido, excepcionalmente elástico, fundamental en arquitecturas que se caracterizan por invitar a la participación del conjunto de la sociedad en la generación de la información y del conocimiento. Su beneficio, debe contribuir a canalizar un crecimiento sostenido y equitativo en una realidad plural competitiva, marcada por la búsqueda de excelencia, la exaltación del talento y la cultura, y la adquisición de sostenibilidad y mayores cotas de responsabilidad social empresarial en nuevos modelos de desarrollo.

La aparición de estos paradigmas tecnológicos y estructurales, hace que una importante masa crítica observe que activos intangibles como la propia información, el conocimiento y la creatividad se estén convirtiendo en las verdaderas materias primas de la economía, en lo que ha venido a llamarse «Revolución de la Información», o más explícitamente *Economía Basada en el Conocimiento* (EBC). En alguna medida, pretendemos hacernos eco de esta coyuntura, en un intento de promover —o consolidar— este tipo de materias primas en la cadena de valor de las empresas españolas, utilizando un acceso directo tan sustancial como es la presencia de dichas empresas en Internet; para lograrlo, incidimos muy directamente en la «elaboración del producto», o en otras palabras, "en la materialización de contenido escrito de alto valor añadido", que posteriormente va a ser proyectado en la Red. Se persigue, por tanto, que el mensaje escrito en sí

mismo pase a ocupar un lugar más influyente en la *WWW*, y a ese propósito se proponen formas de organización mediante las cuales se pretende situar el recurso lingüístico en un lugar más centrado, pues en ellas se contemplan factores intrínsecos al lenguaje de modo más explícito, entiéndase, su complejidad interna, equiparable a la de cualquier tecnología, y la dificultad de explotación de la propia lengua en el mercado, atendiendo en este caso a la presión infranqueable que supone disponer de una *tecnología* de tal complejidad, y tal poder de penetración, en manos de un espectro de usuarios tan inusual: "actores, que son al mismo tiempo espectadores, o jugadores, convertidos en grandes *coaches*, todos entre bastidores en este gran escenario, multidimensional, y con un nexo en común que es propio epicentro de la actividad global. Efectivamente entendemos que disponemos de todos los medios y recursos para hacer de este código abierto que es la lengua, quizás la herramienta más decisiva, constructiva y transformadora de la Era Digital.

2. RESUMEN

Tal y como titulamos en el encabezamiento, este proyecto gira en torno a la presencia de un déficit lingüístico en Internet, que en concreto vinculamos a los textos publicados en páginas web españolas. Sostenemos al respecto, que la *imagen escrita* de una empresa en Internet, inevitablemente *suma*, o al contrario *resta* potencial de venta. El déficit lingüístico objeto de análisis, lo definimos del siguiente modo: *un uso lingüístico empleado en una página web española, que es susceptible de corrección o mejora, lo cual, puede ser demostrado con evidencia suficiente a través de los distintos niveles de la lengua (pragmático, sintáctico-morfológico, léxico-semántico y fonético-fonológico)*. A efectos de este proyecto, tal aproximación la centramos en la producción de textos escritos en español e inglés respectivamente.

En este estudio, abordamos en paralelo la naturaleza del déficit (basándonos en la realidad lingüística de los contenidos publicados en Internet, y las distintas consideraciones que pudieran hacerse al respecto), y los aspectos ambientales directamente asociados a éste, y en relación a esto último, nos situamos en un marco contextual bien definido, si bien amplio, centrado por una parte en el ensanchamiento progresivo que se produce en la Red, con la consecuente creación de infraestructuras en torno a la producción y distribución de contenidos escritos —con el importante papel que desempeñan las empresas de contenidos digitales, las redes del *Community Management*, las empresas de *eMarketing*, algunas corporaciones como Google Inc, o el propio W3C—, y por otra parte, nos aproximamos a la figura de la *mediación lingüística*, trayendo a escena

un estereotipo que cumple la función de representar fielmente, en este mismo marco contextual, a un amplio colectivo de profesionales independientes especializados en la producción de texto, y versados en el conocimiento lingüístico; mención expresa a redactores, traductores, correctores, *copywriters*, transcreadores, periodistas, escritores, ensayistas, críticos, y otros especialistas.

Realizamos distintas lecturas en relación al papel que juegan las lenguas naturales en una economía globalizada contemporánea a Internet, de algún modo yuxtapuestas entre sí, que vienen a ilustrar la dificultad de caracterización del recurso lingüístico como producto de mercado, que es un bien natural, un patrimonio individual y colectivo, y al mismo tiempo un activo productivo fundamental. En la convergencia de factores, se pretende dar luz a un avance, que simbólicamente definimos como *(intra)tecnología lingüística*, susceptible de ser optimizada, sistematizada e integrada como un *proceso catalizador*, con base y fundamento científicos, subyacente a cualquier otro proceso desplegado en la Red, o a cualquier otra tecnología, siendo dependientes uno u otro del lenguaje para poder ser completamente eficientes. Realizada esta aproximación, nos intentamos adentrar en una realidad *sui géneris* en la cual conviven, con igual determinación e intensidad dimensiones (micro)lingüísticas y dimensiones sociales, en continua transformación y en un espacio indivisible, liderado por Internet.

Presentamos este tipo de (intra)tecnologías lingüísticas en condiciones de idoneidad, de tal modo que éstas (y por analogía, el recurso lingüístico) puedan percibirse como un avance, acaso rupturista, dirigido a modelos de negocio contemporáneos, y a economías progresistas, a la estela de las nuevas *sociedades del saber*, un término recogido por la UNESCO en su informe mundial de 2005 «*Hacia las Sociedades del Conocimiento*», "*sociedades en las que el conocimiento se comparte*", según concluye el informe, las cuales podrían estar vertebradas por el idioma, la dialéctica y la innovación, en aras de la calidad en la intercomunicación.

Es fundamental distinguir que la acción de este proyecto, además de promover una revalorización en el marco contextual que se presenta, debe concebirse como una medida correctiva, basándonos en una necesidad que intentaremos definir; la ausencia de masa crítica que analice y valore con suficiente profundidad la cuestión planteada en torno al déficit lingüístico, y sus efectos, habida cuenta de la dificultad de caracterización de dicho déficit en un medio tan repleto de gradaciones como Internet, hace que este *déficit* se diluya con cierta facilidad; por ende, detectamos una tendencia a minimizar, aislar, o tal vez obviar el problema y su posible impacto, con independencia de cuál sea la sensibilidad al respecto (que desde nuestra posición, observamos favorable a intervenir de forma más directa en la cuestión). Por otro lado, existe una

tendencia, poco rebatible, a acelerar el éxito de una sociedad «*in the cloud*» que está abocada a la interconectividad, en la cual se multiplican los recursos y los conceptos, y se agudiza el prodigio tecnológico. Según nuestra hipótesis, esta combinación de variables conlleva inevitablemente desequilibrios en una EBC; se trata de desequilibrios, en cualquier caso, intangibles, enmascarados en la información que día a día manejamos en un contexto cada vez más indeterminado, podría interpretarse, presiones que nacen y se extinguen a nivel cognitivo, respondiendo a los niveles de la lengua. El efecto causado, sin embargo, presumiblemente perdura, y se materializa a distintos niveles, produciendo una *movilización* de lo que en buena ley podemos denominar, *capital intelectual*.

Vista la cuestión, su abordaje se plantea poco efectivo en términos estrictamente cuantitativos. Al igual que ocurre con el carácter de la lengua, plenamente heterogéneo (y asimismo su efecto), una vez llevada la cuestión a un terreno comercial resulta improbable que desde la propia empresa se identifique retorno de la inversión cuando dicha inversión fuera destinada, estrictamente, a producir una mejora cualitativa en el material escrito, o un incremento estratégico en la calidad de dicho material. Llegado este punto, es preciso matizar que nuestro abordaje se fundamenta en la valoración del déficit lingüístico, y para ello nos basamos en la objetividad; dicho de otro modo, incidimos en aquello que resulta lingüísticamente inestable, inconsistente, o incorrecto, considerando aspectos normativos y pragmáticos (éstos últimos, a su vez incorporan un componente comercial, cultural, técnico, social, ético, etc. asociado a un determinado contexto). Es por esta razón, que en primera instancia abordamos un problema de fondo que es susceptible de ser atendido con tecnicidad y aumentando el rendimiento. Ello permite canalizar un avance cualitativo, que puede ser sistematizado, traspasando el déficit lingüístico y enfatizando en la adquisición de calidad lingüística en circunstancias bien delimitadas.

En un momento como el actual, en el que se produce un avance significativo en torno a la sociedad digital en España, y existe una voluntad plausible de reunir todos los recursos necesarios para potenciar dicho avance (y poder trasladarlo a un contexto internacional), consideramos que se hace necesario realizar, con la suficiente independencia, un diagnóstico lingüístico acertado en lo que respecta a nuestros contenidos en español, y correlativamente en inglés. Considerando todas estas premisas, la variedad de situaciones contextuales posibles, resulta lingüísticamente inabarcable. Por tal razón, en este estudio introducimos una visión generalista, que no por ello ajena a los intereses inmediatos, y más realistas, de los distintos actores implicados en el nuevo giro de efecto dado a Internet; un enfoque, en nuestra opinión, a la altura de los retos y oportunidades que acompañan este proceso.

7. GRADO DE AVANCE CIENTÍFICO-TECNOLÓGICO DEL PROYECTO

Una vez presentado el marco de referencia de este estudio, debemos hacer algunas consideraciones conceptuales y contextuales, que definen de forma más precisa la naturaleza del proyecto.

7.1. Caracterización pluridimensional de la lengua en una economía globalizada

Como todos los cambios masivos, la globalización no puede ser entendida sin un trasfondo ideológico. Como apunta Fairclough (2006), el globalismo identifica la globalización con la extensión del libre mercado: "la globalización es inevitable e irreversible a la vez, no es patrimonio de nadie; la globalización es un proceso beneficioso para todo el mundo". Si éstas que acabamos de presentar son algunas de las nuevas reglas del juego en la economía, ¿de qué manera afectan al uso del lenguaje? Una cuestión a abordar, para analizar el funcionamiento de esta nueva coyuntura, es el papel que corresponde a las lenguas en un mercado instalado en la era digital, bajo el efecto de la globalización.

De acuerdo con Grin (1994), en el estudio económico un "mercado" se define a partir de cuatro elementos: un producto claramente definido —tanto si es un bien como un servicio—; un precio para el mismo, debidamente establecido; una previsión de la demanda, que representa el volumen de bien o servicio que los agentes están dispuestos a consumir para cada tramo de precios; y una previsión de la oferta, que identifica el volumen de bien o servicio que los agentes están dispuestos a producir, también para cada tramo de precios. La caracterización de la lengua como *producto* presenta, sin embargo, una peculiaridad importante: por un lado, las lenguas podrían clasificarse como bienes públicos, porque nadie puede ser excluido de su uso, y son bienes *hipercolectivos* porque el esfuerzo de un único agente no es suficiente para mantenerlas, pero ningún agente individual puede poner en situación de riesgo su continuidad [De Swaan, 2001]. A raíz de ello, la lengua entendida como *bien* presenta la característica obvia de no agotarse a medida que se consume, y de ser por tanto sostenible. Si se tiene en cuenta que lo habitual es que un incremento en el consumo de un bien genere un cierto grado de escasez (y aumente el precio), en el caso de la lengua, paradójicamente su valor específico aumenta a medida que aumenta el uso, y lo hace de forma equitativa en beneficio de la colectividad, pero además el uso genera un aumento de la cantidad total de producto disponible (y, por lo tanto, el precio de mercado tiende a disminuir).

Siguiendo una correlación, el concepto *lengua-conocimiento* es susceptible de ser tratado como un recurso natural e intangible, y al mismo tiempo como un producto básico, que es transformado y

pasa a ser un *capital social* imprescindible en la actividad cotidiana. Realizando una comparación con algunos bienes públicos naturales, véase el agua, la cuestión puede ser llevada a un marco conceptual de ecología lingüística o *ecolingüística*, metáfora y paradigma creados por Einar Haugen ("The Ecology of Language", 1972), y una de las áreas de estudio lingüístico más influyente en las últimas décadas. En sentido amplio, la ecolingüística podría definirse como la aproximación lingüística que estudia la globalidad que se establece entre las lenguas y el medio social (un mundo de hablantes), y sus efectos recíprocos. Se contempla por tanto la acción recíproca entre las lenguas, los individuos y la realidad que representan, y al igual que ocurre en un ecosistema natural, la ecolingüística se basa en la correlación o interrelación de estos elementos.

Desde esta concepción, sería pertinente pensar que una posible racionalización del bien natural daría pie a una mayor sostenibilidad, y a una mayor "rentabilidad" llevada la cuestión a un mercado (según la definición literal de *racionalización*, "un uso racional normalizado, o un uso organizado mediante el cual la producción o el trabajo puedan dar lugar a un aumento de los rendimientos o a una reducción de los costos con el mínimo esfuerzo"). Ello, no sólo sirve para preservar el bien en sí mismo, minimizando los impactos, si no para hacer que éste, como es el caso de la lengua escrita, genere valor en condiciones óptimas, que será transformado en un capital social común a cada individuo en el desarrollo de la actividad económica.

7.2. Lengua-tecnología: un ente propio en la Sociedad de la Información

Una gestión lingüística que se acerque a este planteamiento, hace que la lengua sea susceptible de ser vista directamente como una tecnología, que se utiliza de forma generalizada, y que se integra en mercados que son ya de ámbito mundial, por lo cual los consumidores potenciales pertenecen a cualquier país. Se hace necesario adaptar este tipo de tecnología, y al mismo tiempo mejorar lingüísticamente —y culturalmente— la oferta de productos y servicios. Partiendo de esta base, la aplicación de criterios de maximización de beneficios, hace pensar que los gastos que acarrea esta adaptación lingüística tendrían que tender a menguar y, en la medida que esto fuera posible, a desaparecer, desde el punto de vista de los agentes que crean y gestionan la oferta de bienes y servicios que tiende a diversificarse. Una buena manera de hacerlo es *priorizar las tecnologías más eficientes*: en la práctica, esto significa atribuir al recurso lingüístico un precio identificado con su valor de uso, contrastando la capacidad que tiene de acercar los productos a un mayor número de potenciales consumidores y hacerlo a un coste reducido.

Vista la cuestión, este tipo de *tecnología* presenta una limitación muy clara, pues obviamente el lenguaje natural, como bien «hipercolectivo» pertenece a todo individuo en idénticas condiciones, y este hecho redundante en una situación peculiar de "arbitrariedad", puesto que cada individuo o agente económico en el mercado, se ve necesariamente volcado a utilizar —e interpretar— dicha tecnología con autonomía, una presión de difícil franqueo si se tiene en cuenta que taxativamente el *valor económico* de la lengua —o de aquello que pertenece al individuo naturalmente— tiende a cero. Paradójicamente, la lengua sólo puede generar rentabilidad en el mercado si se utiliza de forma colectiva, y si se produce un *feedback* en varias direcciones; este hecho hace que, independientemente del aspecto arbitrario, la verdadera rentabilidad o dimensión de la lengua convertida en tecnología responda a aquel uso que es recíprocamente rentable, y por tanto, parece lógico pensar que generan las condiciones ambientales en el medio que aporten estabilidad interna a la propia *lengua-tecnología*, o potencien «*aquello que existe en la lengua y logra beneficiar a todos*», va a permitir que el uso continuo de la lengua escrita como producto de mercado, aporte beneficios a un grupo regularmente, y tienda a maximizarlos.

Manteniendo la analogía con un ecosistema natural, se deduce que una tecnología lingüísticamente eficiente, es susceptible de ser estandarizada cuando pueda ser preservada y utilizada de forma continua y libre de impactos en el medio social, manteniendo íntegras sus cualidades de eficiencia y sostenibilidad, de modo que se vea reforzada su capacidad de generar valor y conocimiento. En la producción de contenidos escritos, nos aproximamos a un concepto de (intra)tecnología lingüística, como forma de organización que prioriza la adquisición de eficiencia lingüística. Más allá de realizarse un consumo de la intratecnología lingüística, una vez tipificada, o generarse un desgaste, se concibe como un material regenerativo, que a medida que se utiliza va a producir mayores beneficios y mayor estabilidad en el medio en el que se maneja.

7.3. Caracterización de la lengua (o del plurilingüismo) en Internet

Ciertamente, más allá de su valor económico, más susceptible de tasación, las lenguas son también repositorios del conocimiento acumulado por grupos humanos, y son asimismo instrumentos cognitivos que con toda probabilidad modelan las formas de comportamiento social, y que contribuyen a mantener o modificar dichos comportamientos. El lenguaje, como hecho evolutivo, hace competente a cada individuo para interpretar la realidad de forma subjetiva, y al mismo tiempo estructurarla a partir de esquemas de conocimiento lógico-matemático (adquiridos genéticamente), y ello forma parte de la *Gramática Universal*, común a todas las lenguas. Desde este prisma, la diversidad lingüística, de una manera bastante parecida a la diversidad biológica, podría ser considerada un bien en ella misma, y este hecho presumiblemente otorga al recurso

lingüístico, además de su valor económico, un valor generativo, o cualitativo, tan apreciable como pueda ser el propio conocimiento. A pesar de la dificultad en la medición, ello no limita la capacidad de caracterizar con la suficiente objetividad una *intratecnología lingüística* en su participación en la Sociedad de la Información, y establecer criterios de evaluación razonables que puedan ser aprovechados por el conjunto de actores, productores o consumidores, que se sirvan de dicha intratecnología. La lingüística, y su constitución como ciencia, aporta la base de conocimiento necesaria para definir algunos criterios. La aproximación a los cuatro niveles fundamentales de la lengua: fonético-fonológico, morfológico-sintáctico, léxico-semántico y pragmático, y a sus distintas funciones: expresiva, estética, apelativa (ligada a los mensajes publicitarios), metalingüística (se utiliza en el lenguaje científico o altamente especializado), determinará con rigor suficiente posibles casos de inaceptabilidad semántica (lingüística, lógica, pragmática, de registro, etc.), o errores que afecten a la gramaticalidad; ello también permitirá evaluar déficits, carencias u omisiones en el discurso, al objeto de poder pronosticar, cuanto menos, desequilibrios en el uso práctico del lenguaje en un determinado medio social.

Llevada la cuestión a una práctica metodológica, y siempre que se mantuvieran las garantías que fueran necesarias, se podría hablar de un tipo de (intra)tecnología lingüística que se retroalimenta de interpretaciones fehacientes del lenguaje, basadas en la experiencia y en el conocimiento lingüístico, que sistemáticamente pueden considerarse válidas, rentables y eficientes para lograr un fin determinado, y que de trasladarse a un medio social como Internet, creando infraestructuras apropiadas, podrían estimular un proceso transformador en el cual se mantuvieran estas condiciones invariablemente.

Se deduce que es oportuno identificar mayor uniformidad en la diseminación de distintas partes, que convergen en Internet en un marco económico y social. En esta diversidad en torno a la lengua, nos fijamos en primer lugar en "aquello que la lengua produce", y correlativamente "en las características del medio social en el que ésta se extiende", en una realidad única,. La combinación de factores, como se ha ido apuntando, nos permite esbozar un ecosistema lingüístico, provisto de suficiente complejidad y *linguo-diversidad*, que mantiene constantes de consumo, producción y racionalización.