

El hipertexto en la enseñanza de la localización: un nuevo modelo textual.

Miguel A. Jiménez Crespo

Universidad de Carolina del Norte/Wilmington, Universidad de Granada

Resumen:

La localización Web se presenta como el sector de la traducción de mayor crecimiento durante los últimos años (Lockwood, 1999). Este tipo de traducción audiovisual se desarrolló adaptando y modelando procesos que ya existían en la localización de software, con lo que se considera una rama de la anterior pero con características propias (Yunker, 2003). El crecimiento exponencial que ha experimentado el uso de hipertextos conlleva su necesaria introducción en la enseñanza de la traducción (Días Fouces, 2004; Quirion, 2003), de ahí que se presente la necesidad de establecer claramente que constituye un texto en este nuevo medio, cómo delimitarlo, y qué características y convenciones textuales específicas se han consolidado en este nuevo medio.

El presente artículo presenta un modelo de hipertextualidad desde un punto de vista traductológico con el objetivo de delimitar el tipo de textos a usar en la enseñanza de la localización. En el mismo se reclama la importancia central del texto en localización, puesto que hasta la fecha la mayoría de los estudios se han centrado en el aspecto técnico que el sector de la localización reclama como distintivo (Pym, 2004), aun cuando éste no supone más que una proyección hacia el futuro de la profesión del traductor (Quirion, 2003).

1. Introducción

Durante los últimos años hemos sido testigos del crecimiento exponencial en el uso de Internet como medio de comunicación básico (Crystal, 2001), una plataforma esencial para la distribución de información, y paralelamente a la explosión de Internet se ha consolidado un nuevo modelo textual, la hipertextualidad. Desde un punto de vista traductológico, la hipertextualidad no supone el único intercambio comunicativo de interés que se produce a través de Internet, puesto que la traducción de correos electrónicos o la interpretación de chats también se han comenzado a investigar en los últimos años (O'Hagan y Ashworth, 2003). La necesaria introducción de aspectos técnicos inexistentes en otros tipos de traducción supuso en los años 80 la aparición de la localización, un tipo de traducción audiovisual que se ha consolidado como nueva disciplina dentro de la traductología (Foralón, 2006). Por cuanto a la localización de hipertextos o de sitios web, ésta surgió adaptando y modelando procesos que ya existían en la localización de software (Yunker, 2003), y ya ha sobrepasado en importancia económica a ésta última (Schäler, 2005).

El estudio de la hipertextualidad se enmarca dentro de los estudios de localización, y hasta la fecha son aun escasas

las investigaciones traductológicas sobre la misma (Dunne, 2006), con una mayor presencia de investigaciones que surgen desde el sector de la localización. La falta de una definición clara de qué supone esta nueva disciplina, cuál es su campo de actividad o su objeto claro de análisis ha supuesto a nuestro parecer una sobrevaloración de los aspectos técnicos (Gouadec, 2003), de ahí que localización se asocie esencialmente con una faceta técnica de mayor complejidad que la traducción en sí (Pym, 2004:25). De hecho, en general se supone que ésta es de menor importancia en el proceso global, aún cuando la localización y la internacionalización se desarrollaron históricamente a partir de la traducción (Dunne, 2006). Esta importancia de la faceta técnica en la traducción se ha trasladado en parte a la docencia y hemos constatado así como la mayoría de los programas o cursos que en localización se suelen concentrar en desarrollar las competencias técnicas necesarias. Los conocimientos avanzados en programas de localización o memorias de traducción, la extracción y separación de texto en archivos en Html o Xml, la localización de texto en imágenes o los conocimientos básicos en programación se suele enseñar como el único aspecto específico de la localización. De hecho, las competencias técnicas o tecnológicas necesarias para la localización web no son más que uno de los componentes necesarios en la profesión del localizador (Quirion, 2003), junto con las competencias organizativas y lingüísticas-culturales (Foralón, 2006). En nuestro caso, la localización web, también denominada e-localización (Cronin, 2003; Schäler, 2005) o localización de contenido web (Mata, 2005), se define igualmente por este nuevo modelo textual, la hipertextualidad, que presenta unas características básicas que necesitan introducirse en los programas de localización, tales como la aparición de una tipología textual específica que se ha desarrollado por la adaptación al medio digital o la creación de ciertos tipos textuales, debido a la constante evolución de este medio (Kennedy y Shepherd, 2005) o la convencionalización de ciertos géneros digitales.

En el caso de la enseñanza de la localización, se deben introducir cuestiones básicas tal como qué diferencias presenta este nuevo modelo textual, qué constituye un texto completo en Internet, qué lenguaje específico y convenciones textuales se han desarrollado en cada *locale*¹ o qué estructura textual suele tener cada género digital. El presente artículo se centra sobre todo en establecer en qué constituye un texto en la WWW y como definirlo y delimitarlo desde una perspectiva traductológica.

2. ¿Qué es hipertexto?

Desde la aparición del concepto de hipertexto en los años 60 (Landow, 1992), se puede observar que el concepto de hipertexto es heterogéneo, ya que no se clarifica si hipertexto se refiere a páginas web, a los diferentes componentes de una página web como puede ser los anuncios web, o a los sitios web completos (Janoschka, 2003). Ted Nelson, reconocido por investigadores en hipertexto como el creador de este concepto (Landow 1992: 4), lo define a mediados de los 60 como “*non sequential writing-text that branches and allows choices to the reader, best read at an interactive screen.*” (Nelson, 1993:2). La falta de linealidad, la interactividad y la no impresión en papel aparecen como las primeras características claras del hipertexto. Para Landow (1992, 1997) el hipertexto representa una textualidad diferenciada, organizada como una red abierta, no lineal y sin un centro claro, en contraposición con la textualidad lineal del texto impreso.

Tanto la estructura de los hipertextos como su efecto en la recepción y procesamiento es un aspecto esencial en el proceso de traducción. Una de las características pragmáticas y estructurales básicas que separan los hipertextos de los textos impresos es la linealidad y sus implicaciones en la producción y recepción textual (Fritz 1999: 222). En los hipertextos, la aparente falta de linealidad es en realidad una multilinealidad (ibid), puesto que el emisor del texto configura de antemano la estructura posible del sitio web. De esta manera, el común uso de una sola página web en la enseñanza de este tipo de localización (Días Fouçes, 2004) no se correspondería con la naturaleza de este tipo de textos, siendo necesaria tanto la inclusión del resto de elementos textuales no lineales en una página web, como los textos en *<alt>*, *<Meta>*, *<OnMouse>* o en *scripts*, como la introducción de sitios web completos, ya que éstos constituyen textos globales coherentes y cohesionados.

El hipertexto, a diferencia del texto lineal, es una red de elementos textuales que suele tener una estructura jerárquica, siendo difícil o casi imposible visualizar la estructura abierta de los hipertextos individuales. Existen, no obstante, ciertas características comunes que se pueden representar en un esquema, como la existencia de hipervínculos o la ruptura con la estructura que representa la linealidad de los textos. Una de las mejores propuestas de caracterización del hipertexto es la presentada por Anna Janoschka (2003: 172), que revisa las propuestas anteriores y presenta un esquema de hipertexto en el que se observa la estructura de navegación de un sitio web en el contexto de la WWW. La autora señala la importancia de la multilinealidad desde la perspectiva del usuario, la

open-endedness o estructura abierta de los hipertextos, la inclusión de ciertos elementos textuales² independientes, o la disminución de la importancia de las páginas de inicio, puesto que se puede llegar a un sitio web por medio del *deep linking* (Nielsen y Loranger, 2006), es decir llegando directamente a una página interna del sitio web. Así, aun cuando conceptualmente las páginas de inicio son la entrada al sitio web, los hipertextos son descentralizados y no se pueden conceptualizar de manera lineal fija.

3. Clasificación de tipos de hipertextos

La enseñanza de la traducción se basa en la introducción de textos completos de escasas dimensiones, desde textos generales a jurídicos, técnicos o científicos. Si pretendemos introducir la hipertextualidad necesitamos en primer lugar acotar la aparente falta de límites de los hipertextos. Storrer (1999, 2002) presenta una clasificación de gran utilidad para limitar qué constituye un hipertexto en traductología. La autora indica la necesidad de diferenciar entre tres tipos de documentos digitales que en nuestro caso pueden sentar la base para la enseñanza como para los estudios empíricos en hipertextualidad³:

- En primer lugar presenta los *E-textos*⁴, textos organizados de forma secuencial disponibles en la WWW. Estos textos suelen ser copias de textos impresos y por tanto con semejantes mecanismos de cohesión como pueden ser tesis, artículos de periódico etc. y se suelen publicar en formato .pdf o .html por ser una forma económica y eficiente de distribuir documentación. Estos textos suelen formar parte de un *hipertexto* global. Estos documentos no representarían un caso especial ya que su proceso de traducción se asemeja al mismo proceso de traducción de estos mismos textos impresos⁵, por lo que no deberían ser usados de manera diferenciada o como ejemplo específico de la textualidad web.
- Los *hipertextos* son textos publicados electrónicamente con una estructura no lineal, con una función textual reconocible y una consistencia temática, como puede ser un sitio web, son además abiertos ya que los emisores pueden añadir más nodos. Estos hipertextos se diferencian de los anteriores en que su contenido se encuentra estructurado en nodos⁶ de hipertexto modulares que se encuentran conectados por medio de hipervínculos. El acceso a los diferentes nodos se lleva a cabo por medio de la navegación o la

función de búsqueda de sistema de hipertexto. Es precisamente su medio, la Internet, lo que diferencia a estos hipertextos digitales de los textos no secuenciales que se denominan hipertextos impresos, tales como diccionarios, enciclopedias o periódicos (Jucker, 2003). Estos hipertextos serían el ejemplo óptimo a usar en la enseñanza de localización.

- Por último, la *hiperweb* interrelaciona a los hipertextos y E-textos por medios de vínculos. La totalidad de la WWW se puede denominar a gran escala una hiperweb. La autora indica que a menor escala una hiperweb se puede caracterizar por el tema, o institución, como el caso de la hiperweb de la Universidad de Granada, www.ugr.es, que se constituye de gran cantidad de hipertextos, los sitios web de diferentes departamentos, facultades, asociaciones de estudiantes etc. enlazados entre sí. En este particular, una hiperweb podría equivaler al género web portal.

Si introducimos la propuesta de la autora, la unidad mínima textual de estudio, debido a cuestiones de coherencia, cohesión, situacionalidad e intertextualidad sería el hipertexto. Un caso óptimo de éste sería un sitio web corporativo, institucional o personal, ya que constituye un único hipertexto, asociado con un solo emisor y con un solo dominio como por ejemplo www.torrelsa.com, un sitio web corporativo de escasas dimensiones. Los sitios web corporativos representan además uno de los mejores ejemplos de hipertextos, puesto que casi todos los hipervínculos son internos⁷, hacia nodos en el mismo hipertexto. Los hipervínculos externos, los que se dirigen hacia otros hipertextos en la hiperweb global (Janoschka, 2003), son casi inexistentes puesto que éstos conllevan el abandono del hipertexto por los usuarios, algo contrario al objetivo del mismo (Nielsen y Loranger, 2006). Asimismo, el uso de sitios web completos y reales conlleva la validez ecológica, el necesario acercamiento de los estudiantes a una tarea real y textos de una longitud y complejidad similar a los que se enfrenta un traductor profesional (Muñoz Marín, 2003), y no breves textos sintéticos especialmente diseñados o aislados para un curso determinado.

4. Características específicas de los hipertextos y sus implicaciones en el aula.

Son varias las características que delimitan claramente al hipertexto en su situación comunicativa. Los hipertextos se han desarrollado como un modelo textual diferenciado que conlleva una tipología textual diferenciada caracterizada

por su brevedad, concisión y claridad, como indican gran cantidad de manuales de estilo web (McGovern et al 2002; Kilian, 1999). Estas características textuales surgen de las características específicas que esbozamos a continuación siguiendo a O'Hagan y Ashworth (2003: 13):

- El texto se lee en la pantalla y no en papel, por lo que se dificulta la lectura (Pym, 2004), en general un 25% más lenta (Nielsen y Loranger, 2006). Esto conlleva la necesaria ausencia de ambigüedad y la existencia de un lenguaje específico de mayor brevedad y concisión, que se expresa de manera diferenciada en cada lengua. Los diversos manuales de estilo recomiendan la reedición de textos escritos para otro medio hasta su reducción al 50% (Nielsen y Loranger, 2006; Kilian, 1999).
- El texto suele tener componentes multimedia, como audio, gráficos, iconos que tienen que ser apropiados para las normas de la lengua y cultura meta. Todos estos elementos son parte integrante del texto y la adaptación cultural de los mismos es parte integrante del proceso de localización (Tercedor, 2005).
- Los posibles receptores no son específicos y sino una población de hablantes de una gran variedad. En Internet, cualquier receptor puede potencialmente llegar un sitio web. Desde los estudios de usabilidad de sitios corporativos se señala que no se puede identificar a un «receptor único medio» (Krug, 2005: 135).
- El hipertexto se puede leer en un orden diferente, y por lo tanto, en contextos diferentes dependiendo de los hipervínculos que se siga. De igual manera, durante el proceso de traducción el traductor puede acceder al texto de manera no lineal. Esta falta de linealidad conlleva por ejemplo la escasa aparición de deícticos en este tipo de textos.
- El texto se suele actualizar y cambiar con más frecuencia que el texto impreso (Mata, 2006), y a menudo el tiempo es un factor a tener en cuenta (LISA, 2006: 4), como por ejemplo, una promoción que caduca a los tres días. La industria de la localización, respondiendo a los retos que supuso la organización de contenido web y su rápida traducción hacia diferentes lenguas, comenzó a desarrollar a finales de los años 80 los *Global Management Systems* o *GMS*⁸ (LISA, 2006; Yunker, 2003: 355; Brooks, 2000). Estos sistemas influyen en el proceso de traducción, puesto que actualizan solamente los segmentos textuales nuevos en un sitio web, los comparan con las memorias de traducción existentes y separan los segmentos sin traducción que hace llegar al traductor. En estos casos, también se agudiza la falta de contexto y co-texto aun cuando el traductor tenga acceso a las páginas web (Cheng, 2000). También se ha señalado que aunque en

localización se reutilice el material traducido lo más posible (Schäler, 2002), es necesario editar incluso las equivalencias del 100%, puesto que el contexto de los nuevos segmentos puede ser diferente⁹ (LISA, 2004: 25).

- El texto se puede «adaptar» a los receptores de la *locale* meta, incluyendo cambios de contenido. Esto entroncaría con la teoría del escopo (Reiss y Vermeer, 1984), ya que en ciertos casos no es solo el contenido sino la función la que se necesita adaptar (Pym, 2004). La localización en general supondría un ejemplo claro de traducción instrumental (Nord, 1997) en el que es necesario mantener la función del texto original en el texto meta, aún cuando esto suponga cambios de contenido. Por ejemplo, las páginas de privacidad o “privacy policy” en los sitios web anglosajones deben ajustarse a la legalidad vigente en España, la Ley Orgánica de Protección de Datos 15/1999, debiendo ajustarse además a las convenciones establecidas en los sitios web españoles en los que este bloque se denomina mayoritariamente “avisos legales”¹⁰, existiendo además una fraseología específica en este tipo de páginas.

5. Conclusión

El hipertexto supone un nuevo modelo textual que conlleva una nueva estructura y un nuevo lenguaje (Crystal, 2001), definido por su claridad, concisión, brevedad. La introducción en la docencia en traducción debe por lo tanto reflejar esta nueva estructura textual e introducir textos completos, hipertextos, interrelacionados puesto que la introducción exclusiva de “páginas web” (Dias Fouçes, 2004), unidades de almacenamiento y presentación en pantalla (Nielsen, 2000), nos revierten a los inicios de Internet, cuando se colgaban páginas web (Mata, 2005). No obstante, la evolución de la textualidad web conlleva la inclusión de varias páginas hiperenlazadas en cualquier sitio web, y asumimos que este particular se deba reflejar en la docencia en localización. El uso de páginas la relacionamos además con la traducción de los E-textos mencionados anteriormente (Storrer, 2002), que no suponen más que textos que existen en otro medio y simplemente se “cuelgan” en Internet, con lo que no se corresponden con el nuevo modelo textual que ha surgido en este nuevo medio, puesto que tanto el lenguaje como los mecanismos de coherencia, cohesión no reflejan el desarrollo textual en este medio.

Como conclusión, y ya que las consideraciones técnicas se suelen suponer de mayor importancia (Schäler, 2005), terminamos con las palabras del más conocido gurú de la usabilidad web, Jacob Nielsen, que señala que “Plain text is the foundation of most web information” (Nielsen y Tahir, 2002: 48). Estamos totalmente de acuerdo con el autor ya que aunque estos nuevos textos se encuentran inmersos en un entorno gráfico, interactivo e multimedia, definitivamente el texto sigue siendo el elemento básico y la calidad en su localización sigue siendo esencial.

6. Bibliografía.

Crystal, D. (2001): *Language and the Internet*. Cambridge, Cambridge University Press.

Días Fouces, O. (2004): “A localização de páginas da internet na formação de tradutores”. En *Confluências, Revista de Tradução Científica e Técnica*, 1, 16-52. [en línea]: <http://www.confluencias.net/n1/fouces/html>.

Dunne, K. (2006): *Perspectives on Localization*. Amsterdam-Filadelfia, John Benjamins.

Foralón, D. (2006): “A discipline coming of age in the digital age”. En Dunne, K., *Perspectives on localization*. Amsterdam-Filadelfia, John Benjamins, 195-222.

Fritz, G. (1998): “Coherence in hypertext”. En Bublitz, W., Lenk, U. y Ventola, E. (eds): *Coherence in Spoken and Written Discourse: How to Create it and How to Describe it*. John Benjamins, Amsterdam.

Gouadec, D. (2003): “Le bagage spécifique du locuteur/localisateur. La vrai «nouvel profil» requis”. *Meta*, 28 (4), 526-545.

Janoschka, A. (2003): *Web Advertising*. Amsterdam-Filadelfia:, John Benjamins.

Kennedy, A. y M. Shepherd. (2005): "Automatic Identification of Home Pages on the Web". Actas del *XXXVIII Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, Hawaii. Los Alamitos, CA, IEEE-Computer Society.

Kilian, C. (1999): *Writing for the Web*. Self-Counsel Press, North Vancouver, Canada.

Landow, G. (1992). *Hypertext: The convergence of contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore, The John Hopkins University Press.

LISA. (2006): *LISA Best Practice Guide: Managing Global Content. Global Content Management and Global Translation Management Systems, 2nd edition*. Toon, A., Draheim, A., Lommel y P. Cadieux. 2006 (eds): Ginebra, The Localization Industry Standards Association (LISA).

LISA. (2004): *Localiztion Industry Primer, 2nd Edition*. Lommet, A. (ed): Ginebra, The Localization Industry Standards Association (LISA).

LISA. (2003): *Localization Industry Primer*. Fry, D. (ed): Ginebra, The Localization Industry Standards Association (LISA). [en línea]: <http://www.lisa.org/products/primer.html>

Lockwood, R. (1999): "You snooze, you lose". *Language International* 11(4), 12-16.

Lockwood, R. y K. Scott. (1999): *A Writer's Guide to the Internet*. London, Allison and Busby.

Mata Pastor, M. (2005): "Localización y traducción de contenido web". En Reineke, D. (ed): *Traducción y Localización*. La Palmas de Gran Canaria, Anroart Ediciones. 187-252.

McGovern, G., Norton, R. y Catherine O'Dowd. (2002): *The Web Content Style Guide*. Edinburgo, Pearson Education.

Muñoz Martín, R. (2002): "Parameters in the teaching of translation". Actes del Primer Simposi sobre l'Ensenyament a distància i semipresencial de la Tradumàtica. Tradumàtica [en línea]: http://www.fti.uab.es/tradumatica/papers/articles/10_eng.pdf

Nielsen, J y Loranher, H. (2006): *Prioritazing Web Usability*. Indianápolis, News Riders.

Nielsen, J. y M. Tahir (2002): *Homepage usability: 50 Websited deconstructed*. Indianápolis, News Riders.

Nord, C.: (1997): "A functional typology of translations". En A. Trosborg (ed): *Text Typology and Translation*. Amsterdam- Filadelfia, John Benjamins. 43-66.

Quirion, M. (2003): "La formation en localisation à l'université : pour quoi faire ?". *Meta* 48 (4):546-558.

Schäler, R. (2005): "The Irish Model in Localization". Ponencia en el Congreso *LISA Forum Cairo 2005: Perspectives from the Middle East and Africa*. [en línea]: <http://www.lisa.org/utills/getfile.html?id=61136686>

Storrer, A. (2002): "Coherence in text and Hypertext". *Document Design*, 3 (2): 157-168.

Tercedor Sanchez, M. I. (2005): "Aspectos Culturales en la localización de productos multimedia". *Quaderns. Revista de Traducció*, 12, 151-160.

Yunker, J. (2003): *Beyond Borders: Web Globalization Strategies*. Indianápolis, Indiana, New Riders.

7. Relación de notas

¹ En las investigaciones en localización el concepto de locale se emplea en lugar del de lengua ya que este es muy amplio debido a la gran cantidad de países, comunidades, dialectos, etc. (Pym (2004: 22). Una locale se define como un conjunto de lengua, región y codificación (Esselink, 2001).

² En el caso de Janoschka, la publicidad web.

⁴ En este caso sobre la coherencia en hipertextos (Storrer, 2002).

⁵ Janoschka (2003: 171) indica que otros autores (Fritz, 1999) denominan los E-textos como *Textual Elements*

⁶ Aun cuando argumentamos que la presencia de código de cualquier tipo en el documento puede impactar el proceso de traducción.

⁷ Los investigadores en hipertexto denominan «nodos» a los diferentes sub-textos enlazados por medio de hipervínculos.

⁸ Los hipervínculos pueden ser internos, hacia el mismo sitio web, o externos, hacia otros sitios web. A su vez, los hipervínculos se componen de un *Trigger* o iniciador, de un enlace y de un *Target* o objetivo (Janoschka, 2003:179). El *Trigger* sería el elemento a activar, el enlace sería la conexión entre estos dos elementos y el *Target* sería el nodo al que se accede.

¹⁰ Según LISA (2006:4), estos sistemas se definen como: “systems and processes used to create, manage, publish and archive information as text, images, prices statistics, measurements, articles, documents, descriptions, sound bytes, video clips etc, in multiple languages and for use in multiple countries, regions and/or markets. A truly global content management solution provides the necessary infrastructure to enable an organizations to ensure that its content is ready for publishing when and where it is needed, in the right format language and form. In addition, it should do so efficiently and cost-effectively, and be well integrated with the organization’s other systems and processes.”

¹¹ Incluso dentro de una misma lengua, es necesario tener en cuenta la locale. Lisa (2004:25) presenta como ejemplo en un texto en automoción el caso: «*look under the hood*» (EEUU) versus «*look under the bonnet*» (Reino Unido).

¹² Se observó en un 61 % de los casos en la investigaciones del propio autor como parte de la futura tesis doctoral en la Universidad de Granada.