

OBSTÁCULOS RELACIONADOS CON LA PRÁCTICA DE LOCALIZACIÓN

Elena de la Cova

Universidad Pablo de Olavide

ABSTRACT

Obstacles in the exercise of localization

Localization is a professional activity that occurs in a particular context and in specific circumstances. There are no two identical localization projects, as there are no two identical translation projects; however, the conditions that surround this kind of projects are usually similar and, under certain circumstances, they could create obstacles for the appropriate development of the localization process. These factors or conditions can be: content fragmentation, lack of agreement on the notion of quality, faulty communication in localization projects, and text usability challenges. The objective of this study is to analyze these factors and to explore why they could be an obstacle in the exercise of localization.

KEYWORDS: Localization, Obstacles, Text fragmentation, Translation memory, Project management, Communication, Usability, User experience, Decontextualization

RESUMEN

La localización es una práctica que se desarrolla en un contexto y en unas circunstancias determinadas. Si bien es cierto que no hay dos proyectos de localización iguales, como no hay dos proyectos de traducción iguales, existen una serie de condiciones que rodean a este tipo de proyectos que parecen ser recurrentes y que, en determinadas circunstancias, podrían suponer un obstáculo en el propio desarrollo del proceso. Estos aspectos pueden ser: la fragmentación de contenido, la falta de consenso en la noción de calidad, la comunicación deficiente en los proyectos de localización y los desafíos en la usabilidad textual. El objetivo de este trabajo es analizar estos aspectos y explorar por qué podrían suponer un obstáculo en la práctica de localización.

PALABRAS CLAVE: Localización, Obstáculos, Fragmentación textual, Memoria de traducción, Gestión de proyectos, Comunicación, Usabilidad, Experiencia de usuario, Descontextualización

Fecha de recepción: 29/07/2017

Fecha de revisión: 11/12/2017

Fecha de aceptación: 11/01/2018

Páginas: 81-92

1. INTRODUCCIÓN

La práctica profesional de la localización se enmarca en un contexto habitual dado que, aunque pueda diferir considerablemente de proyecto a proyecto y de cliente a cliente, comparte muchos aspectos propios de este tipo de procesos. El objetivo del presente trabajo es pues identificar y presentar algunos aspectos recurrentes que suelen rodear a la práctica profesional de la localización y que podrían convertirse en obstáculos en el proceso de localización en sí mismo y en la capacidad del localizador de desarrollar su trabajo de manera satisfactoria.

Este estudio deriva de una investigación aplicada realizada en los últimos cuatro años en el marco de una tesis doctoral (De la Cova 2017) que se centra en la identificación y categorización de problemas de localización de la ayuda *online* de aplicaciones web. En dicho trabajo, *La localización de la ayuda online: Categorización de problemas para la traducción*, se realiza un análisis cualitativo e interpretativo de un corpus monolingüe en inglés (centros de ayuda de Dropbox y Google Drive) desde un enfoque que se encuentra a medio camino entre un estudio *orientado al producto* y *orientado al proceso* (Saldanha y O'Brien 2013). Esencialmente se realiza un análisis cualitativo del corpus diseñado con el objetivo de identificar los problemas que un traductor podría detectar en la fase de pretraducción de un proceso de localización y se propone una categorización de problemas de localización de la ayuda *online*. A partir de las conclusiones de este estudio preliminar, en esta nueva contribución se propone una visión más global y transversal que cubre no solo las fases iniciales de la traducción, que eran el objeto central de la tesis, sino también otras cuestiones relativas a la calidad y la toma de decisiones.

Aunque la categorización propuesta en esta tesis doctoral parte de un corpus de un subgénero textual determinado, el contexto en el que estos proyectos se llevan a cabo no se puede obviar, especialmente teniendo en cuenta que, en la práctica de la localización, el proyecto está imbricado en su contexto, en las particularidades de las culturas meta y de destino, así como en la situación del propio traductor.

Esta relación entre contexto y proyecto tiene que ver con la relevancia que tienen los enfoques funcionalistas para la localización, en particular, y para la práctica profesional de la traducción, en general (Nord 1997; Pym 2011; Jiménez-Crespo 2013; Alonso y Calvo 2015). Como Jiménez-Crespo afirma: “(...) it can be argued that functionalism provides one of the best theoretical frameworks for contextualizing localization: in this interactive environment fulfilling the communicative intention of the sender remains a key factor” (2013: 70). Como es bien sabido, el funcionalismo se centra en la intención que tiene el texto y su traducción (Nord 1997/2001: 1). Entre las teorías funcionalistas, la teoría del *Skopos* es particularmente aplicable al ámbito de los estudios y la práctica de la localización. Según Reiss y Vermeer (1984, 1996), la producción de un texto es una acción que tiene la intención de informar a una serie de receptores y, a su vez, esta acción está ligada al contexto o situación donde se produce el texto. La finalidad es el parámetro que determina las decisiones que toma el traductor y el modo en que traslada la acción del texto origen (TO) en el texto meta (TM). Reiss y Vermeer (1996: 80) consideran sinónimos los términos finalidad, función y *skopos*.

Al analizar la definición clásica de *localización* de la desaparecida asociación LISA, se observa la idoneidad del funcionalismo y la Teoría del *Skopos* en el ámbito de la localización: “Localization (L10N) involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold” (1998: 3). En la localización, donde la comercialización de un producto en un mercado dado adquiere tanta importancia, no se puede desligar un proceso de traducción de su contexto ni de su finalidad en tal contexto.

Por tanto, para cualquier estudio relacionado con la localización, parece necesario explorar, o al menos considerar, este contexto o entorno en el que se mueven los proyectos de localización y que influye en el propio proceso de manera directa. En particular, el presente estudio se centra en los obstáculos que pueden rodear a la práctica de la localización. Cabe aclarar que este trabajo no pretende analizar obstáculos o problemas propios de la localización de tipos de productos concretos (software, web, aplicaciones, etc.), como podrían ser la modificación de hipervínculos, la edición de código de

programación o la adaptación de referencias culturales, sino circunstancias globales y transversales que influyen de alguna manera u otra en el proceso de localización.

Existen algunos estudios relacionados con las dificultades de traducción o localización donde se hace hincapié en aspectos problemáticos derivados del contexto o el entorno. En este sentido se puede destacar el trabajo de Bolaños-Medina (2003), en el que clasifica las dificultades identificadas en un corpus bilingüe de sitios web comerciales de programas informáticos. Esta autora señala los siguientes problemas: la definición del encargo, las fuentes de documentación, la terminología, el tono textual, la normalización, factores genéricos específicos, la distinción de los segmentos que se traducen de los que no, corrección del texto defectuoso, aspectos organizativos y el proceso de revisión. Por ejemplo, la definición del encargo y los aspectos organizativos tienen más que ver con la gestión o el entorno del proyecto que con problemas textuales de traducción o localización, como podría ser la terminología del proyecto. No obstante, esto no significa que estos factores no incidan de manera directa en el proceso de localización, constituyendo también un obstáculo.

En el siguiente apartado se expondrán algunos aspectos del entorno o la práctica de la localización que podrían llegar a ser un obstáculo en el proceso de localización e incidir, de una manera o de otra, en las decisiones del traductor. En un proceso de localización podría haber muchos otros aspectos que influyen en el proceso y que lo limitan de una manera o de otra, pero lo que se pretende en este trabajo es destacar ciertas características generales y transversales de este tipo de proyectos. En concreto, se han identificado cuatro obstáculos principales a modo de parámetros de análisis: a) la fragmentación de contenido, b) la comunicación deficiente en los proyectos de localización, c) la falta de consenso en la noción de calidad y d) los desafíos en la usabilidad textual.

Cabe realizar una última aclaración en torno a los conceptos de *problema*, *obstáculo* y *error* de traducción o localización. Siguiendo a Nord, se entiende en este trabajo por *problema de traducción*: “A translation problem is an objective (or inter-subjective) transfer task which every translator (irrespective of their level of competence and of the technical working conditions) has to solve during a particular translation process” (1988/2005: 166). En cuanto a *error de traducción*, Nord propone adoptar un enfoque funcionalista en su definición pues considera que el error se produce cuando el receptor del texto no lo percibe como adecuado según un *skopos* concreto:

a translation error is a “deviation from the selected (or rather, prescribed) model of action”, from the translator’s standpoint, or a “frustration of expectations” concerning a certain action (cf. Keller 1980: 40), as seen from the receiver’s point of view” (1998/2005: 187).

Por tanto, según Nord, la diferencia entre problema y error radica en que el problema se produce en la fase de transferencia durante el proceso de traducción, y el error se observa en el texto ya traducido. En este trabajo, se trabajará con la idea de *obstáculo* como una aproximación al concepto de problema, pero que incorpora más elementos o complejidades superiores al nivel de lo textual.

2. OBSTÁCULOS EN LA PRÁCTICA DE LA LOCALIZACIÓN

2.1. FRAGMENTACIÓN DEL CONTENIDO

En la localización es habitual que el texto se presente al traductor de manera fragmentada y descontextualizada, algo que ya han advertido varios autores (Biau-Gil y Pym 2006; Dunne 2006, 2015; Jiménez-Crespo 2009a 2013; Safar y Machala 2010; Pym 2011; Edwards 2015) y que puede suponer un gran obstáculo para el traductor, así como para la calidad del TM. Dunne indica respecto a la descontextualización:

the complexity of software localization and content translation is due to the fact that translators and localizers do not work on linear text but rather on decontextualized text strings or chunks. Working on text without context not only complicates the translation decision-making process, but arguably calls into questions the very possibility of

understanding the text as a whole and the pragmatic act of communication of which it is an ostensible artifact. (2015: 560-561)

Se podría decir que las tres razones principales por las que los textos se presentan de manera descontextualizada al traductor son: el uso de las memorias de traducción (MT), los nuevos formatos de archivos y los gestores de contenido. Estos tres elementos están relacionados con el impacto de las nuevas tecnologías en la traducción. Como apuntan Biau-Gil y Pym (2006: 6), este impacto se observa en tres ámbitos principales: en la comunicación con clientes y otros traductores; en el uso de memorias para recuperar información; y en los propios textos de traducción, que adquieren una naturaleza más temporal y fragmentada. Antes de proseguir, es importante precisar que una MT se define como: “a software program that stores a translator’s translated text alongside its original source text, so that these pairs can later be reused in full or in part when the translator is tasked with translating texts of a similar linguistic composition” (Doherty 2016: 950).

En primer lugar, en cuanto al uso de las MT, aunque los beneficios del uso de estas herramientas pueden ser muchos cuando su contenido alcanza la calidad suficiente (aumento de la productividad, coherencia (LeBlanc, 2013)), las MT subordinan el proceso de traducción de manera considerable, llegando incluso a limitarlo en cierto modo. Al respecto, Biau-Gil y Pym afirman: “If you are provided with a memory database, you are usually expected to follow the terminology and phraseology of the segment pairs included in that database, rather than write the text using your own terminological decisions and style” (2006: 9).

En un sistema de MT, la unidad de traducción está compuesta por un segmento fuente y su traducción (Bowker 2002: 92) y es resultado del proceso llamado *segmentación*, que se describe como: “the division of text into translatable units, such as sentences or paragraphs” (Esselink 2000: 473). También según este autor: “A segment is a text element, which is considered by the application as the smallest translatable unit, defined by periods, semi-colons, and hard returns. These are usually sentences, but can also be chapter headings or items in a list” (2000: 362). Este proceso puede tener como consecuencia que se pierda la coherencia textual, debido a la fragmentación del texto en segmentos, a veces inconexos o presentados de manera desordenada. Los traductores de un estudio sobre el impacto de la tecnología en el proceso de traducción, conducido por LeBlanc (2013), justo destacaban la inflexibilidad que introduce la segmentación en la traducción, pudiendo llegar a resultar incluso mecánica y poco natural. Doherty (2016: 954) explica este fenómeno de la siguiente manera:

Further, focusing on text that only appears at the sentence level places great difficulties on providing an accurate and fluent translation that adheres to the cohesive and contextual norms of the target language, where, for instance, common linguistic devices of cohesion such as anaphora and cataphora typically function at the paragraph and document level.

En segundo lugar, y en cuanto a la aparición de nuevos formatos de archivos que se suelen utilizar en el diseño y gestión de software (XML, por ejemplo) y sitios web (HTML, por ejemplo), Biau-Gil y Pym utilizan la expresión “text without ends” (2006: 11) para referirse al hecho de que, en localización, los textos no son lineales, es decir, no hay un principio y un fin entendido desde un punto de vista tradicional. En la localización de sitios web, la naturaleza hipertextual de los textos, con sus enlaces y sus referencias cruzadas, contribuye a esta falta de linealidad. Tal y como explica Jiménez-Crespo: “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” (2007: 3). Como explica este autor, la navegación por un hipertexto se realiza mediante menús o mediante mapas visuales, y los vínculos o enlaces juegan un papel fundamental pues permiten al usuario moverse por el hipertexto, acceder a otras páginas y establecer su propio camino en función de sus necesidades o intereses (2013: 54-58). Por lo tanto, el hipertexto se percibe como multilineal, porque permite al usuario seguir diferentes opciones de navegación. Esto afecta directamente al proceso de localización, como explica Jiménez-Crespo: “Web localizers also approach hypertexts in a non-linear

fashion, but very differently from end users: the structures that translators work on are organized according to the programming or storage criteria instead of communicative ones”(2013: 55).

En tercer y último lugar, Torres del Rey y Rodríguez V. de Aldana ilustran este problema de la fragmentación de contenido en relación con su cohesión textual e intertextual, en particular en la gestión de contenido web:

Any web content is meaningfully integrated in a larger information unit (e.g. a bigger article or a web page), next to other subunits (or subgenres), and also within a larger whole (the website, or even the World Wide Web). Localisers usually receive only the small subunits, with little or no information of relative position, order or functional dependencies. (2013:12).

Recordemos que un gestor de contenido o CMS (Content Management System) se define como: “a system used to store and subsequently find and retrieve large amounts of data. CMSs were not originally designed to synchronize translation and localization of content, so most have been partnered with globalization management systems” (MultLingual Computing 2017: 71). Los gestores de contenido estructuran los textos más que como unidades completas o lineales, como “contenido” o como fragmentos de texto que se pueden unir y reutilizar en función de diversas necesidades. Por ejemplo, en el caso de la ayuda *online* de un producto informático (tipo Ayuda *online* de una aplicación web), es muy habitual que este contenido se actualice continuamente con nuevas funciones y productos. En tal caso, si el contenido está alojado en un CMS, solo aquel contenido sujeto a cambios se enviará a traducir, lo que supone que el traductor podría recibir un proyecto con fragmentos descontextualizados de diferentes artículos o temas de ayuda, posiblemente inconexos. Esta falta de linealidad y contextualización puede producir pérdida de coherencia, en según qué textos y estructuras.

A modo de resumen, esta fragmentación textual puede llevar a lo que Jiménez-Crespo califica como “death of the source text”, en el sentido cognitivo del proceso de traducción(2013: 54). A este proceso de traducir de manera fragmentada y descontextualizada De la Cova (2016) lo ha denominado *blind localization*.

2.2. COMUNICACIÓN DEFICIENTE EN LOS PROYECTOS DE LOCALIZACIÓN

La comunicación entre los agentes de un proceso de localización debería ser fluida para que no se produzcan problemas de calidad, gastos innecesarios e ineficiencias. Aunque muchas empresas se toman en serio el establecimiento de canales de comunicación eficientes con sus proveedores lingüísticos, esto no siempre es así, y pueden surgir barreras de comunicación entre los autores del contenido y los localizadores, perdiéndose información en el proceso que podría ser de gran valor para el producto final (Fenstermacher 2006: 82).

Según un estudio realizado por Alonso (2016), los portales de traducción se han convertido en herramientas habituales del entorno de traducción profesional, donde los traductores se dan de alta y crean un perfil y reciben sus proyectos en función de los clientes con los que trabajen. Aunque estos portales o plataformas aportan numerosas ventajas en cuanto a eficiencias del proceso, una de las desventajas principales es que parece habitual que exista cierta opacidad en el encargo de traducción y que reciban poca información junto con el TO. Del mismo modo, la comunicación con los clientes y gestores de proyectos no siempre es fluida, llegando incluso a veces a ser hostil (2016: 24-25).

Otros autores como Abdallah y Koskinen (2007) han explorado este cambio en el paradigma de comunicación entre clientes y proveedores, y comentan lo siguiente:

The traditional model emphasizing translator expertise (See Holz-Manttari 1984; Reiss and Vermeer 1986) is, however, rapidly being challenged in the translation market by a new structure that takes the form of a network. This new structure no longer has the client and the translator in direct contact, and the emergence of the translation company as a powerful intermediary between them has changed the dynamics of the field, resulting in a new configuration. (2007: 674)

Estos autores establecen una relación entre la situación del sector de la traducción y la idea de “production network”, definida por Sturgeon (2001) como “a set of inter-firm relationships that bind a group of firms into a larger economic unit” (Abdallah y Koskinen 2007: 674). Esta idea se basa en que los clientes contratan a proveedores de servicios lingüísticos (multinacionales de traducción) que a su vez contratan a otros proveedores de traducción, tal vez nacionales, que podrían también subcontratar a proveedores locales o traductores *freelance*. Como resultado, el cliente podría tener escasa o nula relación con los traductores de su producto. Esta relación, o mejor dicho falta de relación, puede suponer un riesgo para el rol del traductor: “With network-based production, the translator’s position and role as the translation expert seem to have diminished, while translation companies have firmly established themselves as the intermediary between the client and the translation” (Abdallah y Koskinen 2007: 675).

Asimismo, este nuevo paradigma o “production network” introduce otro riesgo en la relación del cliente con su proveedor de servicios lingüísticos, en concreto en torno a la confianza mutua. Como explican estos autores, la confianza se basa en la familiaridad y esta no se establece fácilmente estando los diversos intermediarios y proveedores diseminados en diversos puntos geográficos para un mismo proyecto (2007: 681). Como consecuencia, la propia voz del traductor y su impacto en el proyecto global se pierde:

In translation production networks, the lack of a voice is part of the problem and choosing a voice is therefore not an easy option. An individual translator may feel powerless. If translators could begin developing horizontal ties among themselves, however, their voices might gain in volume (Abdallah y Koskinen 2007: 684).

De la Cova (2016) destaca la falta de libertad del traductor a la hora de adaptar el producto a su mercado, debido a las limitaciones impuestas en la toma de decisiones. Estas limitaciones provienen de esa misma comunicación deficiente en el proceso global, de la pérdida de la voz del traductor o simplemente de las propias especificaciones del proyecto (Calvo, en prensa), que podrían ser muy extensas y restrictivas y provocar que el traductor no tenga la capacidad de realizar cambios de manera autónoma en un producto localizado si lo considera necesario.

En este sentido, Henderson (2015: 31) afirma que una gestión de proyectos deficiente tiene un impacto nefasto para que los proyectos se desarrollen de manera satisfactoria:

The hallmarks of a poorly managed localization project are fairly consistent: frustrated remote translators who find it impossible to decipher inscrutable technical language, annoyed engineers or marketers with a distaste for having to reread over previous development or copywriting work to incorporate new languages, and ultimately, a disjointed or incomplete product that is irrelevant or poorly understood by its intended users.

Por último, Bass (2006) incluye la falta de comunicación como uno de los obstáculos para alcanzar una calidad óptima en la localización de un proyecto o producto dado, junto a las limitaciones temporales y presupuestarias, la falta de estándares de calidad (que se comentarán en el siguiente apartado), la baja calidad de los contenidos originales y las barreras que a veces impone la tecnología.

En cuanto a la falta de comunicación, Bass afirma que una comunicación deficiente entre el cliente y la agencia de traducción puede suponer un desafío a la calidad. Por un lado, la empresa de traducción tiene que asegurarse de que conoce los detalles del proyecto y las expectativas de su cliente, quien debería proporcionarle la información necesaria para el proyecto. Por otro, es fundamental que el proveedor de servicios lingüísticos conozca bien las particularidades del desarrollo del software o producto concreto, para que pueda adaptar su proceso debidamente (Bass 2006: 73). Además, este autor propone lo siguiente para mejorar el canal de consultas entre cliente y proveedor: “there must also be an efficient query and response system between the translation provider and the client. Clients should not interpret a lack of questions as a sign of competence” (2006: 73).

2.3. FALTA DE CONSENSO SOBRE LA CALIDAD

A rasgos generales, se podría decir que uno de los objetivos principales de un traductor es producir un resultado “de calidad”. Por tanto, la calidad es el objetivo del traductor, aunque el concepto de calidad puede ser variable en función de las necesidades del cliente, el contexto del proyecto, la naturaleza del TO o los sistemas de evaluación utilizados, entre otros factores. Autores como Dunne (2009) o Jiménez-Crespo (2009b, 2013) han puntualizado la falta de consenso que existe en torno al concepto de calidad de traducción. Aunque no es el objetivo de este trabajo explorar esta compleja noción de manera exhaustiva, se considera que el concepto de calidad tiene una influencia notable en la forma en la que los traductores se enfrentan a un proyecto y en las decisiones que toman.

En cuanto a lo que se entiende por calidad en la localización de un producto informático, Dunne expone: “the quality of a software product is understood as the degree to which a program successfully conforms to the initial model of itself, i.e. to the concept that the stakeholders had in mind before the program was developed” (2009: 188-189). Según esta definición, el traductor intentaría reproducir las funciones y características del producto en la medida de lo posible, aun pudiendo ser estas características no apropiadas en un mercado meta determinado. Dunne (2009: 22) añade que, para conseguir un producto localizado de buena calidad, es necesario que los traductores conozcan las necesidades y expectativas de su cliente en cuanto al trabajo que deben realizar antes de iniciar el proyecto, y alinearlas con el producto meta una vez finalizada su localización.

En esta línea, los estándares de calidad juegan un papel fundamental porque establecen los requisitos de calidad que se deben cumplir en un proyecto de traducción. Entre los estándares internacionales se puede destacar la norma ISO 17100 (2015), que regula la calidad en los procesos de traducción:

ISO 17100:2015 provides requirements for the core processes, resources, and other aspects necessary for the delivery of a quality translation service that meets applicable specifications. Application of ISO 17100:2015 also provides the means by which a translation service provider (TSP) can demonstrate conformity of specified translation services to ISO 17100:2015 and the capability of its processes and resources to deliver a translation service that will meet the client's and other applicable specifications. Applicable specifications can include those of the client, of the TSP itself, and of any relevant industry codes, best-practice guides, or legislation. (ISO 2015)

Como se puede observar, esta norma ofrece directrices de calidad en los procesos de localización, pero no se centra en la noción de calidad de un producto localizado. Al respecto, Calvo (en prensa) apunta que los estándares se establecen para que el proyecto se gestione con una serie de garantías y en unos términos generales precisos, pero no entran a detallar qué características definen el producto de calidad, porque dicha calidad depende de la expectativa que tenga cada cliente. Aunque las expectativas de calidad deben estar sujetas a las especificaciones de cada proyecto (Calvo, en prensa), se podría decir que un producto de buena calidad cumplirá con las expectativas que dicho producto genera en un mercado dado, en función de diversas variables, como podrían ser la usabilidad y la experiencia de usuario, que tienen un impacto directo en la calidad del producto localizado.

Koby y Melby, en su definición de calidad, hacen también referencia a las expectativas que se tienen del resultado traducido, así como las necesidades de los usuarios o receptores de ese contenido: “A quality translation demonstrates required accuracy and fluency for the audience and purpose and complies with all other negotiated specifications, taking into account end-user needs” (Koby y Melby 2013: 178).

Por su parte, Bass (2006) identifica diversos obstáculos para conseguir una calidad adecuada, como la falta de estándares de calidad realistas para todos los tipos de proveedores lingüísticos o las barreras tecnológicas, mencionadas en el apartado 2.1. Este autor también hace referencia a un aspecto importante en cuanto a la calidad de un producto localizado. Si un TO no tiene una calidad adecuada, está mal redactado o contiene errores, difícilmente el TM será mucho mejor. Bass denomina a este

aspecto “Garbage in, garbage out” (2006: 73-74). De hecho, en el proyecto Multidimensional Quality Metrics (MQM) (Lommel et ál. 2015), generado por el grupo QT21 (2015), que propone métricas para la evaluación de la calidad de la traducción, se puntualiza que, en estas métricas, se deben excluir los errores del TO, principalmente en cuanto a problemas de internacionalización (QTL LaunchPad 2014).

Centrando la atención en los procesos de evaluación de calidad, parece que el concepto de *coherencia* tiene un peso significativo en lo que se considera un producto localizado satisfactoriamente. Dunne (2009: 214) explora el concepto de *coherencia* en la evaluación de calidad de productos localizados y afirma lo siguiente:

(...) by taking for granted the quality of the source materials and by assessing consistency of the target version only to the extent that it mirrors that of the source application, linguistic testing fails to address (in)consistency in a and across source materials, and the larger issue of the coherence of the source application as a whole, which can-and typically does-impact the perceived quality of the target version as evaluated by client reviewers or target end-users.

Introduce también Dunne otro elemento interesante, el evaluador de la calidad y su percepción de esta, sobre lo que comenta:

In the current marketplace, quality is defined in terms of customer satisfaction, i.e., “customer perception as to whether the organization has met customer requirements”- whether those requirements have been identified as such and captured in the form of expectations, or whether they have not been identified and remain tacit expectations and preferences (ISO 2008: 12; citado en Dunne 2009: 217).

En buena medida, este aspecto de la percepción de la calidad por parte del usuario podría relacionarse con la noción de usabilidad del producto, pues el hecho de que el usuario considere que el producto es “usable” o su satisfacción de usuario sea óptima tiene que ver con su percepción global de la calidad del propio producto que use. Se explorarán estas nociones en el apartado 2.4.

Para alcanzar una calidad satisfactoria que tenga la coherencia como valor central, Calvo (en prensa) explica que es necesaria una visión funcionalista de la gestión de proyectos, de forma que el traductor reciba especificaciones y recursos de consulta que estén bien alineados y unificados entre sí (memorias, glosarios, referencias, guías de estilo, etc.).

Para terminar con la importancia de la coherencia en los proyectos de localización, este aspecto o esta variable se incluye explícitamente también como error de traducción en el reciente modelo de calidad MQM (Lommel et ál. 2015), dentro de una de las ocho ramas principales de errores de calidad identificados en la evaluación de textos traducidos. En concreto, la categoría Inconsistency aparece listada en la rama Fluency.

A modo de conclusión de este apartado, Doherty hace también hincapié en los conceptos de coherencia y de precisión y su protagonismo como parámetros en los procesos de evaluación de la calidad:

Throughout the long-standing debate on what is a good (or bad) translation, I propose that a dichotomy between accuracy and fluency is apparent across translation theory, translation technology, and in the translation industry in one guise or another, where accuracy typically denotes the extent to which the meaning of the source text is rendered in its translation, and fluency denotes the naturalness of the translated text in terms of the norms of that language. The primary goal of assessing translation quality is ensuring that a specified level of quality is reached, maintained, and delivered as part of the translation product. (2016: 958)

2.4. DESAFÍOS EN LA USABILIDAD TEXTUAL

La usabilidad es uno de los factores u objetivos finales más importantes en la localización de un producto pues, al fin y al cabo, la intención es que lo utilicen diferentes usuarios de diferentes

mercados. En cuanto a qué se entiende por usabilidad, Byrne explica: “usability is concerned with the ease with which users (readers) can access and assimilate information and then use it to complete their intended tasks, i.e. use the software” (2006: 94). No obstante, según este autor, este concepto no se debe confundir con el *deutlichkeit*, que tiene que ver con los usos que puede tener una aplicación, mientras que usabilidad se refiere a la facilidad con la que se puede usar esa aplicación (2006: 97).

La norma ISO 9241, define usabilidad como: “The extent to which a product can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency, and satisfaction in a specified context of use”. Por otro lado, Quesenbery (2004: 4) lo define como:

the quality or characteristic of a product (that is, software, Web application, or any other development project you create) that meets the needs of the people who use it, allowing them to work — or play — with it for their own purposes and in a way that is appropriate for them.

Según esta autora, un producto debe cumplir cinco características para ser considerado “usable”, lo que ella denomina las “5 Es”: effective, efficient, engaging, error tolerant, easy to learn. La primera E, effective (efectivo), tiene que ver con la utilidad del producto y con la precisión con la que el usuario consigue realizar lo que desea. La segunda E, efficient (eficiente), se refiere a la velocidad de uso. La tercera E, engaging (atractivo), hace referencia a lo agradable que sea de utilizar. La cuarta E, error tolerant (resistente a errores), implica que los usuarios puedan retomar el uso fácilmente cuando se produce algún error. Y, por último, easy to learn (fácil de aprender), indica la facilidad con la que un usuario aprende a utilizar un producto dado.

Pym (2011), en el contexto de los sitios web, reflexiona sobre el hecho de que los usuarios no leen una página web de principio a fin, sino que se mueven por el sitio en función de sus intereses, mediante enlaces. Por tanto, según este autor, podría no resultar necesario localizar cierto contenido de manera cuidada, o incluso no hacerlo, en contraposición, por ejemplo, con otro tipo de contenido de gran prioridad en un sitio web. No obstante, en la práctica, explica Pym, como frecuentemente los localizadores no son conscientes exactamente de qué tipo de contenido están traduciendo (principalmente porque este tiende a reciclarse y reutilizarse en otro tipo de contenido), todo se tiende a localizar del mismo modo.

McNamara y Kirakowski (2006: 26) establecen una relación de interdependencia entre la usabilidad, la funcionalidad y la experiencia de usuario:

We propose that when evaluating technology, there are three primary elements that need to be considered, namely, the product, the interaction between the user and the product, and the experience of using the product. Each of these three elements represents a unique but interdependent aspect of usage. These are Functionality (product), Usability (interaction), and Experience (user experience).

Para estos autores, la funcionalidad es un aspecto técnico que tiene que ver con las funciones del producto, es decir, con lo que puede hacer. Como ya se ha explicado, la usabilidad se basa en facilidad de uso y en que el usuario sea capaz de utilizar el producto para lo que se diseñó. En tercer lugar, la experiencia de usuario tiene que ver con la experiencia personal del usuario respecto al producto (2006: 26-27).

La usabilidad es muy importante en los procesos de globalización. Como apunta Gerber: “Global usability, in short, ensures that an application is functionally intuitive and culturally appropriate for all of the intended audiences” (2007: 46). Esto realmente supone un desafío por las particularidades de cada cultura o mercado en los que un producto se vaya a comercializar, pero es fundamental para el éxito de un producto que, al fin y al cabo, los usuarios deben poder utilizar adecuadamente.

Visto que el concepto de *usabilidad* se refiere a la facilidad de uso de un producto y a que los usuarios sean capaces de utilizarlo según sus necesidades y de acuerdo a las funciones que ofrece, en este estudio denominamos *usabilidad textual* a que la calidad de un texto y su traducción facilite el manejo de un producto dado. Por ejemplo, en el caso de la Ayuda *online* de aplicaciones web, la lectura de los

artículos de ayuda deberían facilitar el uso de la aplicación adecuadamente, y en el caso de un sitio web, el texto debería ser lo suficientemente “usable” para que el usuario origen o meta se desplace por el sitio y sea capaz de hacer lo que pretende. Por tanto, el hecho de que un producto sea “usable” tiene también que ver con la percepción global de calidad textual. En este sentido, la usabilidad textual se convierte en un objetivo para el traductor, aunque, como se ha comentado en relación con la cita anterior de Gerber (2007), las características propias de cada mercado podrían suponer un claro obstáculo para el traductor si las especificaciones del proyecto o su cliente no le permiten adaptar el texto de manera tal que sea “usable” para un público meta dado.

3. CONCLUSIONES

Como se ha explicado en la introducción de este trabajo, su objetivo no es analizar todos los obstáculos que rodean a un proyecto de localización, sino destacar o llamar la atención sobre algunos aspectos generales que suelen estar subyacentes de una manera o de otra en la práctica de la localización. No se trata de aspectos relacionados con proyectos o productos concretos, sino de aspectos que podrían pasar inadvertidos para el localizador o el profesional de la localización porque está acostumbrado a las circunstancias habituales de su trabajo. Los aspectos descritos se han considerado obstáculos porque podrían limitar o influir de manera negativa en el proceso de localización. Esto no significa que lo sean en todos los contextos, sino que, generalmente, pueden serlo.

La fragmentación de contenido, resultado de las herramientas que se suelen utilizar en los procesos de localización, podría no ser un obstáculo si estas fueran más flexibles, si el traductor tuviera siempre acceso a opciones de previsualización de su TO, o si el traductor pudiera consultar el contexto de textos extraídos de gestores de contenido, por poner algunos ejemplos. No obstante, parece que, por ahora, la fragmentación de contenido en los proyectos de localización es una condición habitual y que nos encontramos ante a lo que Jiménez-Crespo denomina “death of the source text” (2013: 54), entendido de manera tradicional.

La comunicación deficiente en los proyectos de localización se deriva, como se ha explicado anteriormente, de la opacidad que parece existir en las nuevas formas de trabajo e interacción en el sector de la localización. Los traductores no siempre suelen tener una relación directa con sus clientes y existe una gran cantidad de intermediarios en el proceso que podrían obstaculizar que la comunicación y la información fluyan adecuadamente. Esta opacidad y falta de comunicación tienen como consecuencia que el traductor pierda su voz e incluso su libertad en la toma de decisiones para la correcta adaptación de un producto a un mercado dado.

En cuanto a la noción de calidad, el principal obstáculo viene dado por la subjetividad en la idea de calidad que no es constante y depende de cada cliente, cada proyecto, producto, etc. La calidad se ha regulado en torno a los procesos, pero queda abierta en torno al TM, si bien hay interesantes intentos de operacionalizarla como los del mencionado MQM (Lommel et ál. 2015). Para el localizador, se trata de un dilema importante, pues entender qué quiere el cliente exactamente depende de diversos factores como la comunicación con este, las instrucciones y especificaciones del proyecto, etc., que son elementos que no puede controlar.

En cuarto lugar, y en cuanto a la usabilidad textual, parece que la facilidad de uso de un producto (o de los textos que lo conforman, tanto originales como localizados), así como la calidad textual como signo de producto “usable”, se convierten en un objetivo que el traductor tiene en cuenta a la hora de desarrollar su trabajo. No obstante, este objetivo podría ser difícil de conseguir si el traductor no dispone de la libertad o capacidad suficiente para modificar el texto de manera tal que sea “usable” en el mercado meta, o si otro tipo de obstáculos dificultan este proceso.

Como conclusión, son necesarios estudios pragmáticos y aplicados que nos ayuden a entender las implicaciones de los procesos que rodean a la localización y que influyen en la toma de decisiones del traductor. En este estudio se ha querido aportar una sistematización teórica que ayude a entender la profundidad de cada obstáculo de manera transversal y aplicada a un contexto determinado de la práctica de la localización.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdallah, K., & K. Koskinen (2007): “Managing trust: Translating and the network economy”, *Meta: Journal Des traducteurs / Meta: Translators’ Journal*, 52(4), 673-687.
- Alonso, E. (2016): “Conflict, opacity and mistrust in the digital management of professional translation projects”, *Translation & Interpreting. The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 8 (1), 19-29.
- Alonso, E., y E. Calvo (2015): “Developing a blueprint for a technology-mediated approach to translation studies”, *Meta: Journal Des traducteurs / Meta: Translators’ Journal*, 60 (1), 135-157.
- Bass, S. (2006): “Quality in the real world” en Dunne, K.J. (ed.): *Perspectives on localization* (69-94). Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- Bédard, C. (2000): “Mémoire de traduction cherche traducteur de phrases [Translation memory seeks sentence translator]”, *Traduire*, 186, 41–49.
- Biau-Gil, J. R., y A. Pym (2006): “Technology and translation (a pedagogical overview)” en Pym, A., Perekrestenko, A., y Starink, B. (eds.): *Translation technology and its teaching: (with much mention of localization)* (5-19). Tarragona, Universitat Rovira i Virgili.
- Bolaños-Medina, A. (2003): “Dificultades y estrategias de la localización de sitios web comerciales del inglés al español”, en Posteguillo, S., Ortells, E., Prado, J.R., Bolaños, A., y Alcina, A. (eds.): *Internet in linguistics, translation and literary studies* (pp. 241-266). Castellón de la Plana, Universitat Jaume I.
- Byrne, J. (2006): *Technical translation: Usability strategies for translating technical documentation*. Dordrecht, Springer.
- Bowker, L. (2003): “Corpus-based applications for translator training: Exploring the possibilities” en Granger S., J. Lerot y S. Petch-Tyson (eds.): *Corpus-based approaches to contrastive linguistics and translation studies* (169–184). Amsterdam, Rodopi.
- (2001): “Towards a methodology for a corpus-based approach to translation evaluation”, *Meta*, 46 (2), 345–364.
- Bowker, L. (2002): *Computer-aided translation technology: A practical introduction*. Ottawa, University of Ottawa Press.
- Calvo, E. (2017): “From Translation Briefs to Quality Standards: Functionalist Theories in Today’s Translation Processes” [En prensa], *Translation and interpreting*.
- Doherty, S. (2016): “Translations. The Impact of Translation Technologies on the Process and Product of Translation”, *International Journal of Communication*, 10, 23.
- De la Cova, E. (2016): “Translation challenges in the localization of web applications”, *Sendebarr: Revista de Traducción e Interpretación*, 27, 235-266.
- (2017): *La localización de la ayuda online: Categorización de problemas para la traducción*. Universidad de Sevilla, Fondos digitalizados de tesis doctorales.
- Dunne, K.J. (2006): “Introduction: A copernican revolution” en Dunne, K.J. (ed.): *Perspectives on localization*. (1-11). Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- (2009): “Assessing software localization” en Angelelli, C.V., y Jacobson, H.E. (eds.): *Testing and assessment in translation and interpreting studies: A call for dialogue between research and practice* (185-222). Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- Dunne, K.J. (2015): “Localization” en Sin-wai, Ch. (ed.): *The Routledge Encyclopedia of Translation Technology* (550-562). Abingdon, Routledge.
- Edwards, K. (2015): “The death of context”, *Multilingual. Language. Technology. Business*, 26(8), 20-21.
- Esselink, B. (2000): *A practical guide to localization*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Fenstermacher, H. (2006): “Authors, localizers and language barriers”, *Multilingual. Language. Technology. Business*, 17 (1), 82.
- Gerber, E. (2007): “Building a high-quality global user experience”, *Multilingual. Language. Technology. Business*, 18 (7), 46-48.

- International Organization for Standardization (ISO) (2015): *ISO 17100: 2015: Translation services: requirements for translation services*. Ginebra, ISO.
- Jiménez-Crespo, M.A. (2007): “El hipertexto en la enseñanza de la localización: un nuevo modelo textual”, en Balbuena, M.C., y García, A. (eds.): *Traducción y mediación cultural: reflexiones interdisciplinarias* (391-398). Granada, Atrio.
- (2009a): “The effect of translation memory tools in translated web texts: Evidence from a comparative product-based study”, *Linguistica Antverpiensia*, 8, 213-232.
- (2009b): “The evaluation of pragmatic and functionalist aspects in localization: towards a holistic approach to Quality Assurance”, *The Journal of Internationalization and Localization*, 1 (1), 60-93.
- (2013): *Translation and web localization*. Londres, Routledge.
- Koby, G.S., y A. K. Melby (2013): “Certification and job task analysis (JTA): Establishing validity of translator certification examinations”, *Translation & Interpreting. The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 5 (1), 174-210.
- LeBlanc, M. (2013): “Translators on translation memory (TM) results of an ethnographic study in three translation services and agencies”, *Translation & Interpreting. The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 5 (2), 1-13.
- Localization Industry Standards Association (LISA) (1998): *LEIT phase I final report. LISA Education Initiative Taskforce (LEIT)*. (Report November, 22). [s.l.]: LISA.
- Lommel, A., A. Burchardt y H. Uszkoreit [en línea] (2015): “Multidimensional quality metrics (MQM) definition”, en *QT21: Quality Translation 21*: <http://www.qt21.eu/mqm-definition/definition-2015-12-30.html>. [Consulta: 23 de julio de 2017]
- McNamara, N., y Kirakowski, J. (2006): “Functionality, usability, and user experience: Three areas of concern”, *Interactions*, 13 (6), 26-28.
- MultiLingual Computing [en línea] (2017): <https://multilingual.com/glossary-2/>. [Consulta: 24 de abril de 2017]
- Nord, C. (1997/2001): *Translating as a purposeful activity: Functionalist approaches explained* (2a. ed.). Manchester, St. Jerome.
- (1988/2005): *Text analysis in translation: Theory methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis* (2a. ed.). Amsterdam, Rodopi.
- Pym, A. (2011): “Website localization” en Malmkjaer, K., y Windle, K. (eds): *The Oxford Handbook of Translation Studies* (410-424). Oxford, Oxford University Press.
- Reiss, K., y Vermeer, H. J. (1996): *Fundamentos para una teoría funcional de la traducción* (Sandra García y Celia Martín, Trads.). Madrid, Akal.
- Quesenbery, W. (2004): “Balancing the 5Es of usability”, *Cutter IT Journal*, 17 (2), 4-11.
- QTLaunchPad. (2014, Noviembre 21). *Generating a translation quality score with MQM*. [Mensaje en Blog]: <http://www.qt21.eu/launchpad/node/1332>. [Consulta: 2 de febrero de 2017]
- Safar, L., y Machala, J. (2010): “Best practices in localization testing”, *Multilingual. Language. Technology. Business* 21 (1), 28-32.
- Saldanha, G., y S. O'Brien (2013): *Research methodologies in translation studies*. Manchester, St. Jerome Publishing.
- Torres del Rey, J., y E. Rodríguez V. de Aldana (2013): “Localisation Standards for Joomla! Translator-Oriented Localisation of CMS-Based Websites”, *Localisation Focus. The International Journal of Localisation*, 12 (1), 4-14.