LENGUAJE TECNOLÓGICO Y PROBLEMAS PARA EL TRADUCTOR: EL CASO DE LA TRADUCCIÓN DE NEOLOGISMOS DE INGLÉS A ESPAÑOL EN LA LOCALIZACIÓN WEB

ELENA DE LA COVA
Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

RESUMEN

En las últimas décadas, la tecnología ha tocado todos los ámbitos de nuestra vida, incluso llegando a transformar por completo la forma en la que trabajamos o nos comunicamos con los demás. Esta revolución tecnológica ha provocado la entrada de una avalancha de términos ingleses en la lengua española y la creación apresurada de terminología tecnológica. Para los localizadores de contenido web, donde el volumen de estas unidades léxicas es muy alto, este hecho genera diversos problemas relativos a su traducción.

Palabras clave: localización web, terminología, neologismos, problemas de traducción

ABSTRACT

In the latest decades, technology has touched every aspect of our lives and has even transformed the way we work and communicate with our peers. This technological revolution has triggered the entrance of many English terms into the Spanish language and the rushed creation of technological terminology. The fact that these terms are plentiful in the web content causes different problems for web localizers.

Keywords: web localization, terminology, neology, translation problems

1. INTRODUCCIÓN

El ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es la disciplina que mayor número de neologismos y fraseología especializada ha aportado a la lengua española en la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI (Aguado de Cea 2006: 693). Este hecho, sumado a la rapidez con la que estos nuevos elementos se han introducido en nuestra lengua, ha ocasionado cierta inestabilidad en la coherencia léxica del campo de la informática e Internet, lo que inevitablemente, afecta a la labor del traductor, en especial al localizador de productos informáticos y de contenido web.

En este estudio se pretenden analizar los problemas de traducción del lenguaje tecnológico y sus causas en el contexto de la localización de contenido web. Para ello, en la siguiente sección, se contextualizan someramente el lenguaje tecnológico y algunos factores relativos a su traducción. En la tercera sección, se presentan algunos ejemplos para ilustrar los problemas de traducción de neologismos tecnológicos y, por último, se aportan las conclusiones incipientes resultado de este estudio.

2. LENGUAJE TECNOLÓGICO Y LOCALIZACIÓN: CONTEXTO Y TERMINOLOGÍA

El castellano está plagado de préstamos de procedencia inglesa, o anglicismos, como *software*, web o chat (Belda 2003; Bolaños-Medina 2010; Devís 2004). Esto se debe a que la mayoría de los avances tecnológicos de las últimas décadas se han desarrollado en los Estados Unidos (Devís 2004; Aguado de Cea 2006: 697; Bolaños-Medina y Luján-García 2010: 243).

Desde la segunda mitad del siglo XX se han producido gran cantidad de desarrollos tecnológicos, de los cuales es relevante destacar dos que han revolucionado notablemente nuestra sociedad: los ordenadores personales e Internet (Castells 2005; Rodríguez Herrera, 2011). Ambos avances fueron determinantes en la expansión de las nuevas tecnologías para el público general (Castells 2005; Alonso y De-la-Cova 2013), que empezó a demandar el uso de estas tecnologías en sus propios idiomas. Como consecuencia, nace en la

década de los ochenta la localización, que implica la adaptación de un producto informático a una comunidad receptora dada tanto desde un punto de vista lingüístico y cultural como técnico (Esselink 2003).

2.1 El lenguaje tecnológico, su léxico y el traductor

Como es de esperar, esta ola de avances no ha dejado ajena a nuestra lengua pues el lenguaje tecnológico es "una fuente constante de creación terminológica que pasa, con frecuencia, al nivel de la lengua general", debido al protagonismo que tiene la tecnología en nuestra vida diaria (Aguado de Cea 2006: 694). Este fenómeno, conocido como "banalización", es frecuente en el ámbito de las nuevas tecnologías, así como el contrario, la "terminologización" (Cabré 2005: 206), pues en este campo se produce un trasvase constante de elementos léxicos entre el lenguaje especializado y el común. Asimismo, es posible que ciertas unidades léxicas puedan considerarse como término y como palabra del lenguaje común, dependiendo de si se utiliza en un contexto especializado o no, entre otros factores.

Los nuevos neologismos informáticos se introducen en el español mediante diversos recursos lexicogenésicos (Belda 2003), aunque, sin duda, los préstamos son el procedimiento más habitual para la creación de léxico informático (Devís 2004 cit. Alvar Ezquerra 1995). Estos neologismos llegan, en gran medida, a nuestro idioma mediante la traducción (Aguado de Cea 2006: 698), de modo que el traductor tiene una gran responsabilidad en el proceso de incorporación a la lengua y de su difusión. Además, en la localización de productos informáticos, el uso incorrecto e incoherente de la terminología puede tener consecuencias muy negativas en un mercado dado (Van den Bogaert 2008; Dunne 2007), por lo que su traducción adecuada juega un papel fundamental.

3. PROBLEMAS DE LA TRADUCCIÓN DE NEOLOGISMOS EN LA LOCALIZACIÓN DE CONTENIDO WEB

La localización de productos de base web implica una serie de problemas propios de las circunstancias y características de este

género que pueden clasificarse principalmente en problemas técnicos, lingüísticos, léxicos y culturales (De la Cova inédito). Como parte de nuestra tesis doctoral más amplia (en curso), se analizan y clasifican los problemas de localización en un corpus, aún abierto. Los criterios de generación de dicho corpus se basan en la prevalencia y representatividad de productos de base web, así como la sofisticación de sus políticas lingüísticas y traductológicas para el par de lenguas inglés-español. Así, hay una serie de productos que destacan en este sentido, como son los de empresas tecnológicas líderes en el mercado digital, como Google, Dropbox o Pinterest.

En cuanto a los problemas léxicos, en dicho corpus, que se compone de más de 250 000 palabras, se está analizando un amplio abanico de más de 200 casos habituales propios de los productos de base web que pueden causar problemas de traducción. Para este estudio, dadas sus limitaciones de extensión, hemos seleccionado tres casos: *tweet, app* y *tablet*. Desde un punto de vista metodológico, se han aplicado tres criterios para su selección: en primer lugar, la frecuencia en el corpus del estudio; en segundo lugar, la prevalencia y el número de usuarios de estos productos de base web líderes en España, por ejemplo Twitter tiene más de 6 millones de usuarios y un volumen de visitas de los más elevados (comScore 2013); y en tercer lugar, porque estos tres casos ya han recibido un tratamiento significativo por parte de fuentes normativas, como la fundación Fundeu y la RAE.

La traducción del vocabulario de Twitter entraña sin duda grandes complicaciones para su traducción. A modo de ejemplo, el verbo *to tweet* en inglés tiene dos formas principales en español: "twittear" y "tuitear". La primera se utiliza en el sitio web corporativo de Twitter en español, y la segunda es la forma recomendada por la fundación Fundéu BBVA (Fundéu 2011), que próximamente se incorporará en el diccionario de la lengua española de la RAE. En el caso de que un traductor se enfrentara a la traducción de, por ejemplo, un texto que hiciera referencia a elementos léxicos relacionados con esta red social, se encontraría con la disyuntiva de seguir dos tendencias diferentes para traducir *to tweet*; ambas respaldadas por fuentes de referencia de peso, lo que predetermina aún más qué opción elegir. Las dos opciones se introducen al español como préstamos

adaptados, aunque "tuitear" tiene un nivel de adaptación superior a nuestra lengua que "twittear". Por otro lado, se observa cómo se ha perdido totalmente el referente semántico del término en inglés (*tweet*/piar) en español, que para el angloparlante queda implícito en la marca Twitter y su léxico asociado. El uso de metáforas, algo recurrente en la terminología tecnológica, puede ser una fuente de problemas adicional para el traductor, que en ocasiones no podrá mantener su referente (Aguado de Cea 2006: 698: Meyer 2000: 43).

En cuanto a la traducción de *tablet* (dispositivo electrónico portátil), se ha observado que conviven dos formas léxicas en español: "*tablet*" y "tableta". *Tablet* (voz inglesa) se utiliza frecuentemente en un elevado número de sitios web de corte tecnológico, como Dropbox o Google, y en sitios web comerciales de productos informáticos, como Samsung o Lenovo, o incluso en portales de comercio electrónico como Amazon. "Tableta", por otro lado, es la traducción recogida en el artículo enmendado del avance de la vigésima tercera edición del diccionario de la lengua española de la RAE. La creación del neologismo "tableta", referido a dispositivo electrónico, responde a la especialización de la voz ya existente con un significado nuevo, aunque también podría considerarse como un préstamo mediante calco semántico. Al igual que en el caso anterior, ambas opciones de traducción están plenamente justificadas y, consecuentemente, elegir qué opción utilizar supondría un problema para el traductor. No obstante, en el corpus analizado, la traducción utilizada de forma más frecuente es "tablet", pese a que la RAE recomiende lo contrario.

Un caso similar sería la traducción de *app* (forma abreviada de *application*), elemento muy utilizado actualmente debido al *boom* de dispositivos móviles y cuya traducción es también inestable. Existen dos versiones habituales en el material tecnológico publicado en español: "aplicación" y *app*. La traducción "aplicación" es, según Aguado de Cea (1993), un calco semántico y, según Belda (2000), una especialización de la unidad existente "aplicación", que en el artículo enmendado del avance de la vigésima tercera edición ya recoge ese significado. Por otro lado, el término inglés *app* (plural *apps*) se utiliza ampliamente en sitios web tecnológicos y redes sociales en español, como en Pinterest o Apple, todos ellos traducidos por traductores profesionales, no siendo así en Facebook, traducido por

voluntarios. Al contrario que en el caso anterior, en el corpus analizado, no parece haber una tendencia muy marcada en el uso de *app* o de "aplicación". En caso de que este término apareciera en el texto del traductor, este tendría que tener en cuenta las preferencias y guías de estilo o de terminología de su cliente, si las tuviera, la filosofía de la empresa para la que se traduce o el público al que va dirigido el texto, entre otros factores.

Estos dos últimos aspectos son fundamentales para la elección de una traducción frente a otra, en especial en casos como *tablet* y *app*, cuyas traducciones podrían tener unas implicaciones sociolingüísticas diferentes. A modo de ejemplo, en el presente estudio realizado se observa la preferencia de utilizar préstamos puros del inglés en redes sociales y sitios web de espíritu joven y cercano, como Pinterest, posiblemente debido a que el público joven en España tiende a utilizar préstamos puros con más frecuencia por razones como la familiaridad con el vocabulario informático inglés o por simple esnobismo (Bolaños-Medina y Luján-García 2010). Consecuentemente, el localizador podría servirse de esta preferencia para producir una traducción adaptada a su mercado objetivo, en el caso de que existieran términos coexistentes para el mismo elemento en inglés. En futuras investigaciones, se pretende explorar las preferencias de uso de estos términos coexistentes en función del tipo de usuario o consumidor y en cuanto al tipo de traductor.

5. CONCLUSIONES

Si bien la generación de léxico propio de productos de Internet en español ya ha sido tratada por otro autores desde distintas perspectivas (por ejemplo, Aguado de Cea 2006, Bolaños-Medina 2003), la novedad de esta aportación radica en la incorporación del análisis de posibles criterios funcionales para el proceso traductor y en el estudio de casos según su presencia en el corpus de referencia para el estudio: frecuencia en el corpus, receptor tipo, preferencias del cliente, tipo de traductor, influencia técnica del formato digital, el aspecto visual y el lenguaje de marcado, grado de prevalencia de la norma en las directrices de estilo, etc.

La selección de casos que aquí se presenta ilustra que la localización del lenguaje tecnológico implica complejos problemas, principalmente, debido a la inestabilidad y falta de normalización, así como a los numerosos condicionantes del proceso de localización que influyen en su traducción (directrices del cliente, adaptación a las preferencias del mercado de destino, usuario tipo, restricción de espacio, etc.).

Entre las posibles causas ya estudiadas que explican la inestabilidad terminológica están la rapidez de difusión de los avances tecnológicos, sobretodo mediante las redes sociales, y los ajustados plazos de trabajo (Bolaños-Medina 2003, Devís 2004, Aguado de Cea 2006, Sánchez Sánchez 2012), lo que impacta claramente en la labor de traducción. Debido especialmente a esa inmediatez del contenido en Internet y las redes sociales, es muy probable que el léxico relativo a un producto informático ya se haya asentado en diversos países en su forma original antes de que el contenido llegue a localizarse, factor que inevitablemente deberá tener en cuenta el traductor. Así ocurrió, por ejemplo, con Twitter, que no se publicó en español hasta tres años después de su creación.

Otro factor que incide en la inestabilidad terminológica es la falta de consenso entre autoridades normativas y usuarios, que tienen opiniones encontradas en cuanto a la incorporación masiva de anglicismos en nuestra lengua. Algunos grupos más puristas están en contra del anglicismo, mientras que otros grupos son más proclives a la normalización en función de su frecuencia de uso (Bolaños-Medina 2003: 254; Belda 2003: 297). Asimismo, la normalización suele ser más lenta que la acogida entre los usuarios de una determinada opción. El traductor, en muchas ocasiones, se encuentra atrapado en este debate y tiene la responsabilidad de adoptar un criterio coherente y funcional (Bolaños-Medina 2010).

Una consecuencia clara de esta inestabilidad es la convivencia de varias formas léxicas para el mismo elemento, lo que puede suponer una dificultad considerable para la traducción, especialmente en la localización de contenido web, donde la adaptación del producto a la comunidad receptora es fundamental para su éxito final.

Por todo ello, desde este estudio, se considera que merece más atención investigadora el análisis de posibles enfoques de traducción

del léxico y el lenguaje tecnológico, en función de las situaciones en las que se utiliza, el público al que va dirigido, el tipo de empresa que aloja el contenido web, y las implicaciones sociolingüísticas y culturales que puedan conllevar. Asimismo, se hace necesario poner de relieve la importancia de la comunidad de traductores y localizadores profesionales en los procesos de creación, difusión y consolidación de los neologismos informáticos en Internet, en un ámbito dominado por la variedad y la inestabilidad léxica. Así, por ejemplo, se apunta que podría haber diferencias en las decisiones traductológicas con respecto a la adhesión a la norma, según el tipo de traductor implicado (si es profesional o no), pudiendo prevalecer los criterios funcionales sobre los normativos cuanto más cualificado es el traductor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguado de Cea, G. 2006. "De bits y bugs a blogs y webs: aspectos interdisciplinares, socioculturales y lingüísticos de la terminología informática". En *CORCILLVM: Estudios de traducción, lingüística y filología dedicados a Valentín García Yebra*, ed. C. Gonzalo y P. Hernúñez, 693-720. Madrid: Arco Libros.

Alonso, E. y De la Cova, E. 2013. *Introducción a la localización. Materiales docentes*. Sevilla (España): [Autoedición].

Belda Medina, J. R. 2003. *El lenguaje de la informática e Internet y su traducción*. Alicante: Universidad de Alicante.

Bolaños-Medina, A. 2003."Dificultades y estrategias de la localización de sitios web comerciales del inglés al español". En *Internet in Linguistics, Translation and Literary Studies*, ed. S. Posteguillo et al., 241-263.Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.

Bolaños-Medina, A., y Luján-García, C. 2010. "Análisis de los anglicismos informáticos crudos del léxico disponible de los

estudiantes universitarios de traducción". *Lexis,* 34(2): 241-274.

Cabré, M. T. 2005. *La terminología: representación y comunicación: elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos*. Girona: Documenta Universitaria.

Castells, M. 2005. "Internet y la sociedad red". En *Porotracomunicación: los media, globalización cultural y poder*, ed. D. Moraes, 203-228. Barcelona: Icaria-Intermón Oxfam.

comScore. 2013. *Spain Digital Future in Focus 2013*. Última modificación 15 de abril de 2013. http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus

De la Cova, E. *Problemas de localización de contenido web* (tesis en curso inédita). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Devís, A. 2006. "El español en la red: ¿destrucción o reforma del lenguaje?" En *Scrittura e conflitto: Actas del XXI Congreso Aispi*, 71-88.Catania-Ragusa: AISPI.

Dunne, K. J. (2007). "Terminology: ignore it at your peril". *Multilingual Computing and Technology,* 87 (18): 32-38.

Fundéu BBVA. "tableta mejor que *tablet*". Última modificación 29 de abril de 2011. http://www.fundeu.es/recomendacion/tableta/

Esselink, B. 2003. "The evolution of localization". Localization Guide. En *Multilingual Computing & Technology* (57): 4-7.

Meyer, I. 2000. "Computer Words in Our Everyday Lives: How are they interesting for terminography and lexicography?" En *Proceedings of the Ninth EURALEX International Congress, EURALEX 2000*: 39-58. Stuttgart: EURALEX

Rodríguez Herrera, D. 2011. *Ceros y unos: La increíblehistoria de la informática, internet y los videojuegos*. Madrid: Ciudadela Libros.

Sánchez Sánchez, M. (2012)."Extranjerismos". En *Escribir en internet: Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, ed. M. Tascóny M. Cabrera, 96-99. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Van den Bogaert, J. 2008."Terminology and Translation Quality Assurance". *Tradumàtica: traducció i tecnologies de la información i la comunicació*, (6).