



**Internet invisible también es multilingüe:  
Sistema de Prospección de Páginas Multilingües**

Pedro Luis Díez Orzas  
[www.linguaserve.com](http://www.linguaserve.com) / .net  
[contact@linguaserve.com](mailto:contact@linguaserve.com)

# Contenidos

- Sociedad de la Información Multilingüe
- Conceptos de Internet Multilingüe
- Estadísticas
- Multilingüismo en Internet invisible y visible
- Sistema de Prospección de páginas Multilingües
- Conclusiones

# Sociedad de la Información Multilingüe

- En la S.I. la competitividad se mide por la capacidad para proporcionar información de mayor calidad en el menor tiempo posible.
- Doble reto
  - por un lado, adaptar sus sistemas de información para poder atender la demanda de un mercado multilingüe;
  - por otro, adaptar su comunicación a la mentalidad y las expectativas lingüísticas y culturales de los usuarios que la reciben.

# Sociedad de la Información Multilingüe

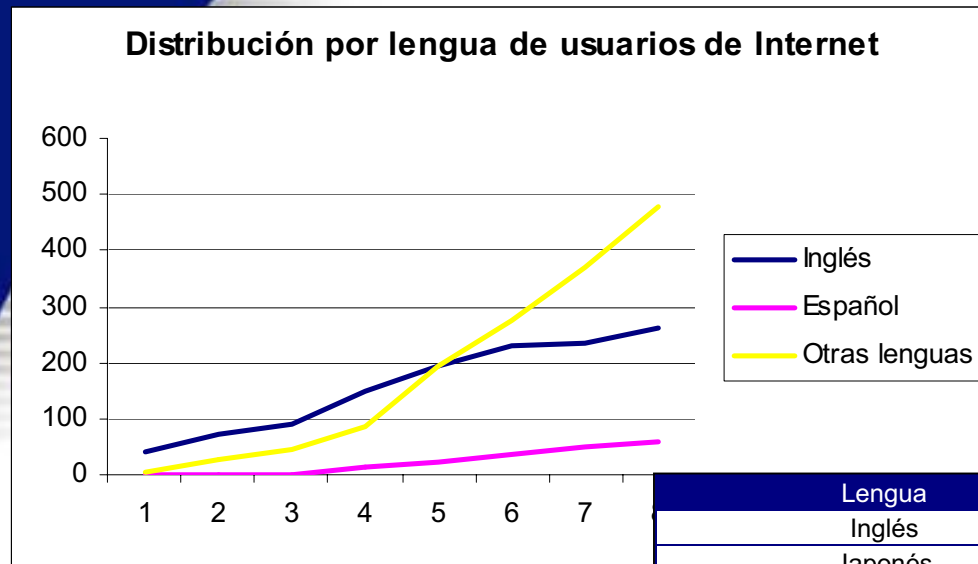
- El alcance del emisor de la información y la individualidad del receptor hace que Internet tenga dos sentidos:
  - uno global desde el emisor de la información
  - otro local desde el receptor de la información.



# Conceptos de Internet Multilingüe

- **Traducción:** Traslación de una lengua/variedad a otra lengua/variedad.
- **Localización (L10N):** Traslación de unas coordenadas lingüístico-culturales a otra distinta, incluyendo aspectos semánticos, semióticos y formales.
- **Internacionalización (I18N):** Rediseño y reingeniería de sistemas de información para convertirlos en sistemas multilingües.
- **Globalización (G11N):** Internacionalización + Localización, en el contexto web.
- **Gestión de Contenidos Multilingües:** Aplicación de manejo y producción de datos en varios idiomas integrados con el sistema de edición web y con el flujo de trabajo

# Estadísticas



La mayoría de usuarios puede no tener acceso a la mayoría de contenidos.

Lengua	% Contenidos
Inglés	68,40%
Japonés	5,90%
Alemán	5,80%
Chino	3,90%
Francés	3,00%
Español	2,40%
Ruso	1,90%
Italiano	1,60%
Portugués	1,40%
Coreano	1,30%
Otros	4,60%

# Multilingüismo en Internet invisible y visible

Internet invisible está compuesto principalmente por cuatro tipos de información: título, meta, descripción y enlaces (esto es, contenidos con vínculos). Todos ellos han de estar correctamente disponibles en cada lengua de publicación.

El nivel de maduración con respecto a la accesibilidad multilingüe puede dividirse en tres:

- Los contenidos sólo están disponibles en una lengua
- Los contenidos están disponibles en varias lenguas, pero sólo accesible a través de una.
- Los contenidos, disponibles en varias lenguas, son accesibles en todas ellas.

# Multilingüismo en Internet invisible y visible

Haz visible lo invisible:

Utilice un navegador de texto como Lynx para examinar su sitio, ya que la mayoría de las arañas de los motores de búsqueda ven su sitio de la misma manera que lo haría Lynx



# Multilingüismo en Internet invisible y visible

1. La jerarquía y los vínculos de texto han de ser claros en todas las lenguas.
2. En cada idioma, para acceder a todas las páginas se ha disponer de al menos un vínculo de texto estático.
3. El mapa del sitio con vínculos y las páginas que describan su contenido han de hacerlo con exactitud y deben cuidarse y actualizarse en cada una de las lenguas, al igual que los códigos TITLE y ALT para sean significativos y precisos.
4. Hay que incluir palabras que los usuarios de las distintas lenguas escribirían para encontrar sus páginas.
5. Es preferible usar texto en lugar de imágenes para mostrar nombres, contenido o vínculos importantes, ya que nos permite discernir el idioma.

## Sistema de Prospección de páginas Multilingües

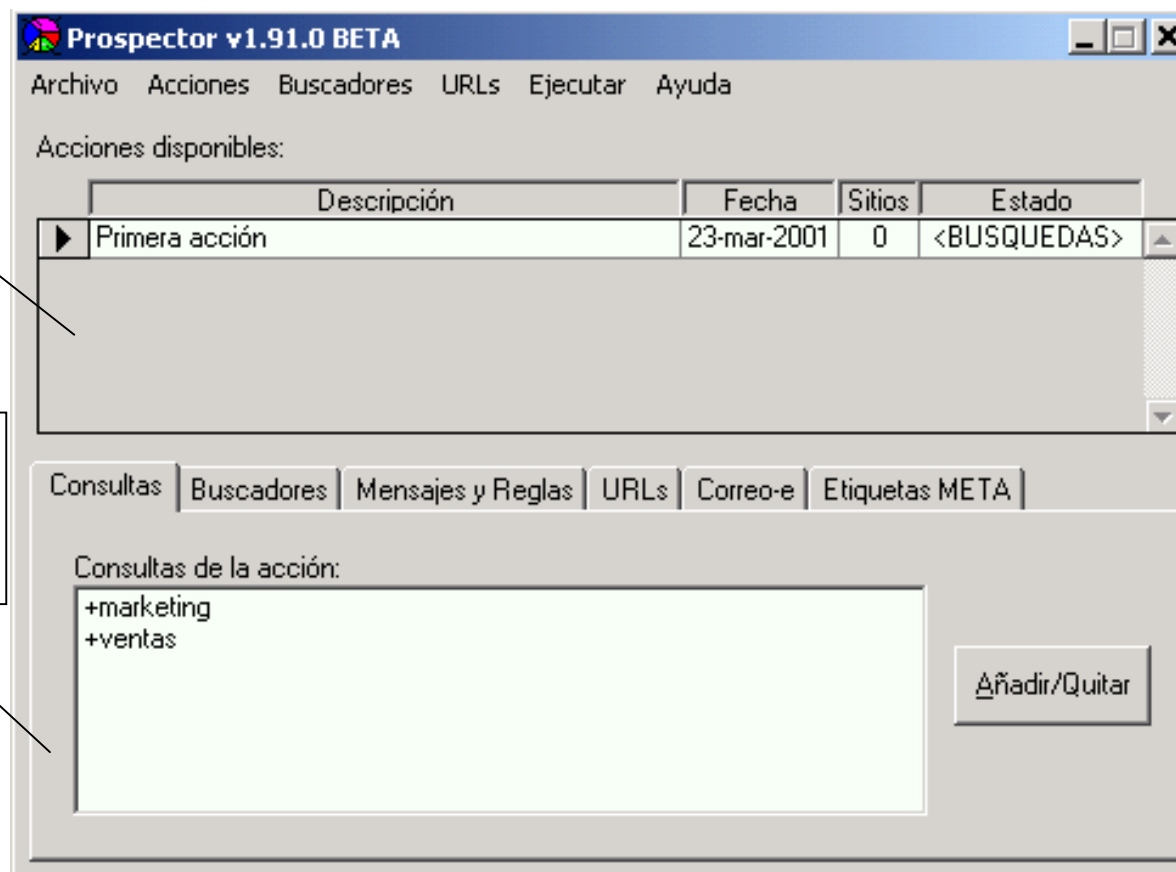
- Prospector 2.0 es un asistente para la realización de búsquedas paralelas en varios buscadores, a partir de parámetros de una consulta que permite en la actualidad distinguir 5 idiomas. Esto nos permite, definir acciones de búsqueda, reglas y gestionar y posprocesar los resultados.

# Sistema de Prospección de páginas Multilingües

- Acciones

Cuadro de acciones

Cuadro de información de la acción



Prospector v1.91.0 BETA

Archivo Acciones Buscadores URLs Ejecutar Ayuda

Acciones disponibles:

Descripción	Fecha	Sitios	Estado
▶ Primera acción	23-mar-2001	0	<BUSQUEDAS>

Consultas Buscadores Mensajes y Reglas URLs Correo-e Etiquetas META

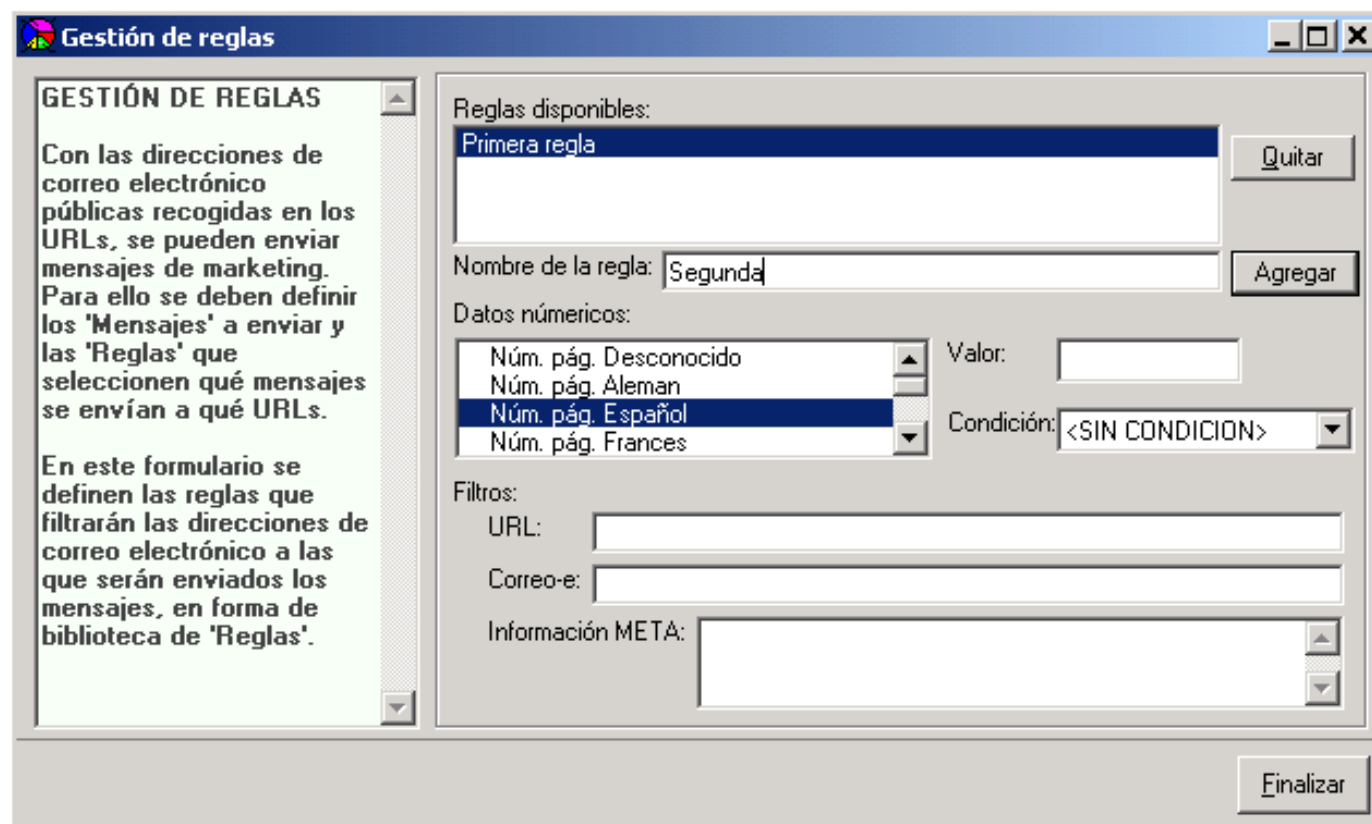
Consultas de la acción:

- +marketing
- +ventas

Añadir/Quitar

# Sistema de Prospección de páginas Multilingües

- Reglas



**GESTIÓN DE REGLAS**

Con las direcciones de correo electrónico públicas recogidas en los URLs, se pueden enviar mensajes de marketing. Para ello se deben definir los 'Mensajes' a enviar y las 'Reglas' que seleccionen qué mensajes se envían a qué URLs.

En este formulario se definen las reglas que filtrarán las direcciones de correo electrónico a las que serán enviados los mensajes, en forma de biblioteca de 'Reglas'.

Reglas disponibles:

Primera regla

Nombre de la regla: Segunda

Datos numéricos:

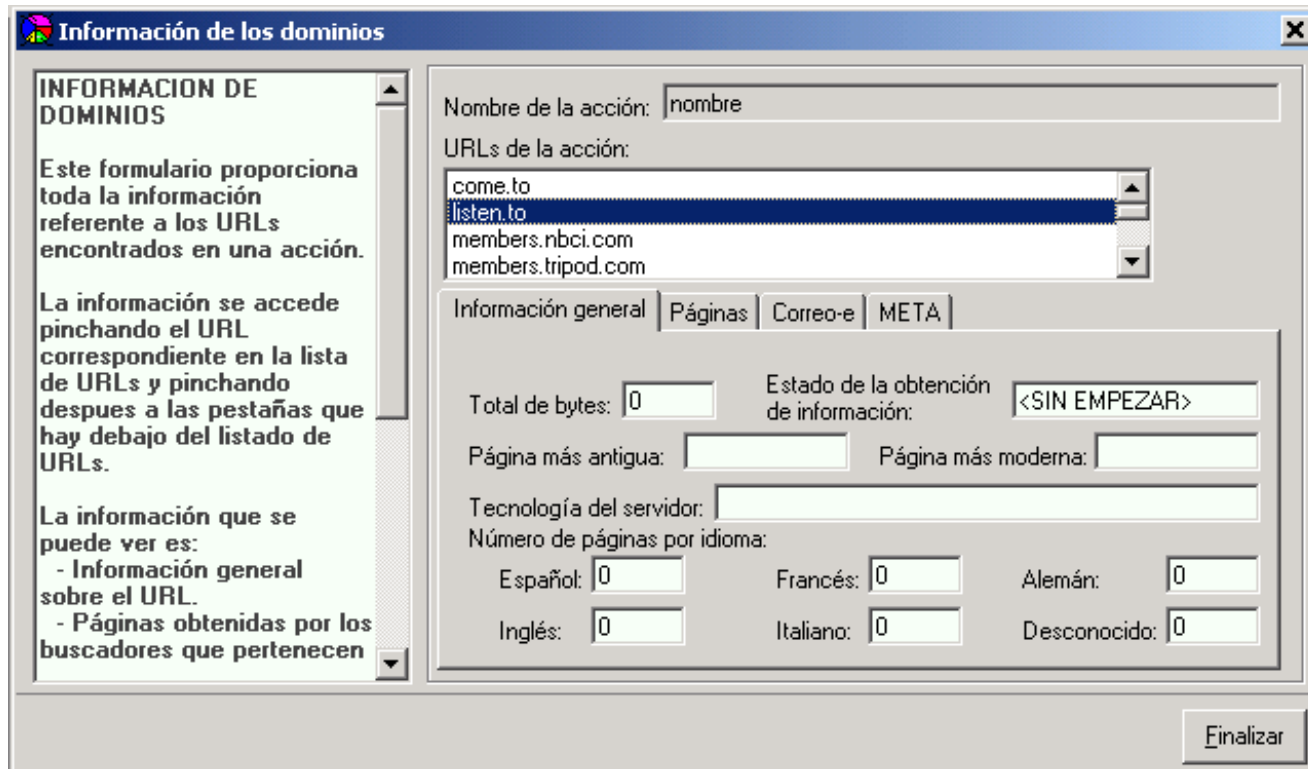
Núm. pág. Desconocido   
Núm. pág. Aleman  
Núm. pág. Español   
Núm. pág. Frances

Filtros:

URL:   
Correo-e:   
Información META:

# Sistema de Prospección de páginas Multilingües

- Resultados



**INFORMACION DE DOMINIOS**

Este formulario proporciona toda la información referente a los URLs encontrados en una acción.

La información se accede pinchando el URL correspondiente en la lista de URLs y pinchando después a las pestañas que hay debajo del listado de URLs.

La información que se puede ver es:

- Información general sobre el URL.
- Páginas obtenidas por los buscadores que pertenecen

Nombre de la acción: nombre

URLs de la acción:

- come.to
- listen.to
- members.nbci.com
- members.tripod.com

Información general | Páginas | Correo-e | META

Total de bytes: 0 Estado de la obtención de información: <SIN EMPEZAR>

Página más antigua: Página más moderna:

Tecnología del servidor:

Número de páginas por idioma:

Español:	0	Francés:	0	Alemán:	0
Inglés:	0	Italiano:	0	Desconocido:	0

Finalizar

# Conclusiones

- La internacionalización, localización web y gestión de contenidos multilingües requieren metodologías técnicas y lingüísticas, ya que constituyen la primera personalización requerida en Internet como vía de dos sentidos: la personalización lingüística.
- Sin embargo, cada vez más existe un desfase entre lenguas del usuario y en qué lenguas están disponibles los contenidos.

## Conclusiones

- La localización web ha de tratar de manera especial los contenidos de Internet invisible.
- Se pueden desarrollar herramientas específicas que investiguen aspectos clave de Internet visible y que utilicen e investiguen a la vez elementos de Internet invisible.

## Tareas de futuro

- Las estadísticas lingüísticas sobre Internet no son capaces de distinguir la presencia de lenguas como **original o como lengua de traducción**. Este dato es fundamental para analizar y aplicar correctamente políticas de difusión de la cultura y de la lengua, pues permite distinguir entre el sentido del emisor y del receptor. **Conocer estos aspectos es fundamental para conocer el posicionamiento relativo del español en páginas web multilingües con respecto al origen de los contenidos.**