

Reflexiones sobre traducción inversa: Retos de una vocación apasionante
Código único de ponencia: 027
MaritaPropato

Reflexiones sobre traducción inversa: retos de una vocación apasionante

Código único de ponencia: 027

MaritaPropato

VI Congreso Latinoamericano de Traducción e Interpretación

CTPCBA

Introducción

La traducción inversa (traducción a la lengua aprendida) es considerada por muchos una tarea casi imposible y por otros, una vocación apasionante, por los desafíos que plantea a la hora de expresarse con una naturalidad asimilable a la del escritor nativo, reflejando el verdadero espíritu del original, pero en términos familiares para el destinatario.

El instinto de superación es innato en las personas. ¿Qué nos lleva a querer saltar cada barrera que se nos interpone? Aquel que traduce al idioma aprendido, desde su lengua madre, está guiado por un impulso de autosuperación. Incansable investigador, estudioso de las sutilezas culturales, cazador de expresiones idiomáticas e idiosincráticas, delicado equilibrista entre estilos, registros y tonos del discurso, que aprehende, desmenuza y vuelve a componer e integrar en un producto final coherente y de calidad. Traducir al idioma aprendido es mucho más que leer, comprender y transmitir un mensaje.

En este trabajo, analizaremos los campos de especialidad en los que se suele requerir traducción inversa y lo que se espera del traductor en esta área. Se analizarán tres estrategias para perfeccionar esta habilidad, y se considerará el papel decisivo de diferenciación que desempeña la traducción inversa.

Traducción inversa: una necesidad del mercado actual

Nos encontramos en un mercado globalizado, competitivo, en el que la demanda de servicios se amplía. La traducción inversa deja de ser un mero ejercicio académico para convertirse en una necesidad. Un traductor que trabaja en organismos y empresas debe traducir informes entre casa matriz y sucursal indistintamente al idioma madre o al idioma aprendido, lo cual

exige reversibilidad entre idiomas. Ejemplos de estos informes son:

- *Memoria y estados contables* que las subsidiarias están obligadas por los entes reguladores a enviar a sus casas matrices que cotizan en bolsa para cumplir con requisitos regulatorios de divulgación. En estos casos, el traductor debe conocer, además de los términos contables característicos de esta especialidad, la terminología específica de distintas áreas y departamentos de la empresa, según sea el rubro de actividad, así como los formatos de informes y el estilo esperado por la casa matriz. Los requisitos de terminología pueden variar de un año a otro, y adaptarse a nuevas leyes y regulaciones que van surgiendo, por lo cual es fundamental mantenerse informado acerca de las últimas novedades en el campo de especialidad del que se trate. La precisión en las opciones formales, terminológicas y estilísticas en estos casos es muy importante, dado que puede poner en juego la aceptación o no de los informes corporativos a nivel de los entes reguladores (la bolsa, comisión de valores, autoridades impositivas).
- Un documento que las empresas elaboran y necesitan traducir en últimos años es el *informe anual de sostenibilidad*, en el que brindan un análisis pormenorizado de sus actividades en las áreas de promoción de la salud y seguridad de sus empleados, equilibrio vida laboral/personal, uso ecológico de los recursos, adopción de servicios sustentables y recursos renovables, donaciones y trabajo voluntario en organizaciones sin fines de lucro, iniciativas solidarias y respuesta a las necesidades de la comunidad, iniciativas todas que suelen enmarcarse en el concepto de “responsabilidad social

empresaria". Estos informes suelen ser aún más críticos en aquellos sectores que se encuentran "en la mira" del público, por el impacto ambiental que causan, como minería e hidrocarburos, o por los riesgos percibidos en la salud de los consumidores como empresas de alimentos y bebidas (cerveceras) y farmacéuticas, entre otras.

- *Intercambio de correspondencia, anuncios e emails* entre entidades con distintos idiomas oficiales, modificaciones realizadas sobre documentos "marco" como contratos y convenios que es necesario adaptar a casos específicos de contratación, que a menudo son objeto de un "ida y vuelta" entre diversas partes intervinientes debido a la inclusión de comentarios y enmiendas, por ejemplo, de distintas áreas de la empresa (asuntos legales y de cumplimiento, áreas operativas), y políticas y procedimientos que deben transmitirse "a modo de cascada" desde la casa matriz a todas las subsidiarias, para armonizar las prácticas locales y las prácticas globales de un grupo empresarial.
- En el área de *ciencias de vida y salud*, es muy común traducir informes sobre ensayos clínicos, protocolos de estudio, informes periódicos de farmacovigilancia, informes a entes reguladores y respuestas a dichos informes.
- En el trabajo para grupos de *medios*, se suelen recibir pedidos de traducción con artículos periodísticos y columnas de opinión sobre temas de actualidad y tendencias, tanto para medios tradicionales como para los nuevos medios y redes sociales, blogs, foros y sitios. Si se traducen subtítulos de series y películas, entran en juego frases coloquiales, expresiones informales y cápsulas culturales. Si a eso se suma la audiodescripción, habrá que familiarizarse con el vocabulario específico que describe el

para-texto, gestos y sonidos. Si se traducen *posts* para Twitter habrá que hacer uso del poder de síntesis e imitar el estilo abreviado y moderno que suelen tener estas comunicaciones cortas para causar un impacto y lograr que se repliquen la mayor cantidad de veces posible, con el objetivo de amplificar el mensaje en estas plataformas.

- Cuando se trabaja para *agencias de publicidad*, muchas veces habrá que apelar a la creatividad para encontrar la palabra o frase justa que transmita una identidad corporativa y, sobre todo, que sea original para un *slogan* o una campaña, lo cual implica un trabajo de investigación no solo de la misión y los valores de la empresa para la cual se traduce sino también de los de su competencia, para evitar caer en la trampa de imitar frases hechas que ya hayan sido usadas por competidores.
- En la traducción de series, habrá que considerar las frases coloquiales y, según las características de los personajes, los estilos lingüísticos que los diferencian o los identifican con cierto grupo social o etario. Aquí entran en juego las variedades más informales de la lengua, como el *slang*, y se requiere también investigar las últimas tendencias y modas, cuando, por ejemplo, hay que traducir un diálogo de personajes adolescentes.
- En el caso del trabajo en *organizaciones sin fines de lucro*, tales como asociaciones profesionales o de investigación y difusión sobre áreas específicas (como pueden ser las ciencias sociales, humanas, políticas y psicología) es habitual recibir pedidos de traducción de ponencias para congresos de divulgación, informes escritos para publicación en revistas científicas y de investigación o en sitios web, con un tono más

académico o científico, en los cuales también habrá que buscar con rigurosidad los términos más adecuados.

La traducción como acto comunicativo

Entre los públicos destinatarios de estas traducciones, tenemos un universo muy amplio, que incluye una diversidad de partes interesadas: altos ejecutivos de empresas y asociaciones, autoridades y entes de control, inversores, empleados, clientes, científicos, investigadores y académicos, los medios de comunicación masiva, y la comunidad en su conjunto.

Estas consideraciones nos llevan a realizar un repaso del acto comunicativo: Debemos tener en cuenta el mensaje o sustancia que se va a comunicar (¿qué?); el medio por el cual se va a comunicar, en este caso, la palabra escrita (¿cómo?); el canal (¿dónde?), que puede ser un periódico, un libro, un sitio web, un informe comercial; el emisor y el receptor (¿quién?), y en particular en el caso del receptor, si es necesario ajustar el mensaje a distintos públicos, si los públicos serán de distintas regiones, grupos etarios, extracciones sociales, si la comunicación se dará en más de un sentido (unidireccional, bidireccional, multidireccional), si es posible reproducir las marcas de complicidad y cercanía con el receptor características de ciertos tipos de textos (como los publicitarios). Adicionalmente, cabe señalar que muchas veces el mensaje se adaptará a más de un formato, como suele pasar en el campo de *transmedia* (libros que se adaptan a películas, videos que se subtitulan, informes que se resumen para publicación en páginas web, series que se convierten en tiras cómicas, entre otros), sin olvidar las importantes consideraciones del registro (formal o informal) y el estilo (literario, periodístico, humorista, académico, científico).

Reflexiones sobre traducción inversa: Retos de una vocación apasionante

Código único de ponencia: 027

MaritaPropato

Una característica indispensable en el traductor es el “oído”: Umberto Eco una vez sugirió a un grupo de estudiantes que comparaban traducciones de uno de sus libros que dejaran de obsesionarse por la idea de que existía un original y que consideraran la versión que tenían delante (una traducción al inglés de *El nombre de la rosa*) como si fuera un original. Con esto, el escritor quería inducirlos a prestar atención al “propósito” del texto. En este sentido, una recomendación podría ser leer en voz alta las traducciones y ver si causan un efecto parecido al original en cuanto a su musicalidad y propósito. Porque, como dice también Umberto Eco refiriéndose en su caso a la traducción literaria, el secreto está en reproducir el mismo efecto, ya que “es inútil encontrar fidelidades literales”. Lo que hay que buscar es más bien el respeto, aunque no sea literal, de la intención del texto.

Estrategias para la traducción inversa

Para lograr la reversibilidad que se requiere para hacer una traducción al idioma aprendido que se lea con naturalidad, existen algunas estrategias que se pueden aplicar con el objetivo de desarrollar gradualmente la competencia de traducción inversa. Algunas de estas estrategias son: a) lectura consciente en el idioma meta, b) armado de glosarios y guías de estilo durante trabajos de traducción directa y c) aplicación de lo aprendido en otros rubros, como la interpretación.

La aplicación de dichas estrategias (basadas sobre la experiencia en traducción al inglés, el idioma mayoritariamente usado para el comercio, las publicaciones científicas y las redes sociales): 1) implica reconocer que traducir al idioma aprendido es más que recibir, comprender y transmitir un mensaje y 2) permite concluir que, así como existen técnicas para mejorar la

escritura en el idioma madre, se pueden adoptar prácticas para mejorar la expresión en el idioma aprendido, profundizar la sensibilidad a sutilezas culturales, y captar e imitar estilos, registros y tonos del discurso, para integrarlos a un producto final coherente y de calidad.

A continuación, se desarrollan cada una de estas estrategias:

- a) *Lectura consciente en el idioma meta (el idioma aprendido)*: La lectura es una herramienta fundamental para aprender, memorizar, asimilar e internalizar, en un nivel base, los aspectos formales que hacen a la lengua, como morfología y sintaxis, estructura, orden y equilibrio de las palabras, y, en un nivel más elevado, la semántica, el énfasis, el estilo y el registro que se utilizan en diversas situaciones comunicativas. Si se va a traducir una tesis, por ejemplo, o un artículo periodístico para una publicación, se recomienda familiarizarse con esos tipos textuales realizando una lectura consciente de una amplia variedad de textos argumentativos e informativos, redactados originalmente por académicos y profesionales y, en lo posible, validados y publicados en sitios reconocidos o confiables. Se deberá tener en cuenta el formato y la estructura del texto que se mantendrá (en el caso de una tesis o un ensayo, por ejemplo, Introducción, desarrollo y conclusiones), consideraciones estilísticas propias del tipo de texto (en el caso de un artículo periodístico: titulares eficaces, bajada de título, epígrafe de fotos, etc.), y frases prearmadas que conviene citar (por ejemplo, los comunicados de prensa suelen cerrar con una descripción estandarizada de la empresa o la organización emisora, que en inglés se denomina *boiler plate* y cuya versión oficial se puede buscar en el sitio de la empresa para realizar los ajustes necesarios, y también suelen contener

“avisos legales”, que también son textos estándares y aprobados).

Además de los textos del género específico de que se trate (argumentativo, informativo, literario), se recomienda leer toda clase de textos. Se pueden artículos de actualidad, o ficción y extraer de allí frases o giros para recordar, a modo de catálogo o repertorio que luego se podrá aplicar a la situación de traducción inversa. Se recomienda también tomar nota de todas las frases y expresiones útiles recogidas en textos leídos para la traducción directa, porque resultarán útiles cuando se realice el proceso inverso. En este punto, conviene recordar lo que recomendaba George Orwell para la escritura: el uso de ciertas frases prefabricadas nos ahorrarán mucho trabajo y conseguirán el efecto deseado, incluso nos ayudarán a completar la idea que deseamos transmitir.

- b) *Armado de glosarios y guías de estilo durante trabajos de traducción directa:* Esta es una herramienta fundamental cuando se prevé que en una organización o un campo específico se realizarán varias traducciones en el tiempo y que el servicio se prestará con cierta regularidad. En ese sentido, para asegurar la uniformidad en la traducción, conviene desarrollar glosarios por temas o áreas de la empresa, por ejemplo, en una gran empresa siderúrgica, se puede desarrollar un glosario para cada proceso de producción, e incluso para máquinas específicas dentro de cada proceso (para un torno, por ejemplo, se puede desarrollar un glosario sobre cada una de sus piezas pero también sobre cada una de las funciones que realiza). Resulta útil también validar el glosario y la guía de estilo con referentes de la empresa que manejen ambos idiomas o que conozcan la terminología específica del proceso o la maquinaria empleada.

Asimismo, la elaboración de guías de estilo es particularmente útil en el área de las comunicaciones empresariales, en la cual todos los comunicados empresariales a públicos internos y externos suelen seguir una misma estructura, y donde en general nos encontramos con iniciativas, programas y campañas que ya tienen un nombre pre-establecido, para lo cual habrá que hacer un relevamiento de los programas originales a fin de aplicar la misma terminología y no tener que reinventar la rueda, pues los creativos de las agencias de publicidad ya han dedicado horas a eso y han dado con la frase justa, que ha sido objeto de debate y consenso con la empresa.

- c) *Aplicación de lo aprendido en otros rubros, como la interpretación:* La interpretación implica una serie de habilidades, entre otras, la reversibilidad como condición obligatoria. El intérprete en cabina y en interpretaciones consecutivas debe realizar un ida y vuelta constante entre dos idiomas, captar el sentido, manejar tiempos, resumir, reformular y adaptar permanentemente. Si bien la producción escrita en la traducción difiere de la producción oral en interpretación, principalmente debido a que en la primera se cuenta con más tiempo para formularla e investigar la terminología, la interpretación resulta útil para la traducción inversa porque ejercita ese ida y vuelta constante, y en situaciones con hablantes nativos se puede tomar nota de frases y expresiones que permiten actualizar el repertorio de traducción. La interpretación presenta así la oportunidad única de escuchar las frases o expresiones de “primera mano”, de constatar en el terreno el uso de los términos y estilos. Otra práctica recomendada para agilizar la traducción inversa es la lectura de textos *first-sight*. Al

comienzo, las traducciones no serán un producto terminado, pero con la práctica y el tiempo se puede refinar la habilidad y ganar velocidad y flexibilidad en la producción en la lengua meta.

Los retos en el actual mercado de la traducción inversa

La tradicional noción del traductor como lingüista capaz de producir una traducción fiel, íntegra y exacta de un texto original en un idioma extranjero ha evolucionado a un nuevo rol en que se espera mucho más de un traductor... ¿Qué se espera, entonces en el actual mercado de la traducción en general y de la traducción inversa en particular?

- Estar informado, conocer al cliente, conocer el negocio y el sector del cliente, conocer las fuentes;
- “Calzarse los zapatos” del cliente: entender lo que quisieron decir incluso cuando no lo dijeron o dijeron otra cosa;
- Transmitir un mensaje en forma correcta y exitosa, emulando el estilo de un “nativo” y con economía de palabras;
- Tener capacidad y agilidad de respuesta, mantenerse siempre alerta y receptivo, cumplir con los plazos de entrega con alta calidad final;
- Ser creativo y emprendedor al enfrentarse a los obstáculos lingüísticos y culturales, negociar permanentemente entre dos lenguas y culturas...
- En suma: AGREGAR VALOR.

Conclusión

Los traductores somos trabajadores del conocimiento y agentes de comunicación, un eslabón

Reflexiones sobre traducción inversa: Retos de una vocación apasionante

Código único de ponencia: 027

MaritaPropato

clave en la cadena de valor de transmisión de ideas y mensajes. En la época actual, con las nuevas tecnologías de información y comunicación, tenemos a disposición una serie de recursos que nos permiten consultar las más amplias fuentes. La traducción inversa es posible, implica un entrenamiento consciente para detectar en textos originales y asimilar fórmulas y frases que nos servirán en futuras situaciones de traducción inversa. Perfeccionar la habilidad de la traducción inversa para alcanzar un desempeño con mínimas interferencias permite agregar valor a la experiencia profesional, es un diferencial en la prestación de servicios que en la actualidad es muy buscado por empresas y organizaciones de los más diversos rubros, y amplía los horizontes de actuación.

Bibliografía:

www.rae.es

Umberto Eco: Decir casi lo mismo, Ed. Lumen, abril 2008.

George Orwell: Politics and the English Language, 1946.