

Globalización y traducción: ¿génesis o apocalipsis de los culturemas?

Autora: Leticia Balonés

Código único de ponencia: 84

“...idolatría del instante. Esa vertiginosa secuencia de hechos que afloran y desaparecen en una sucesión afiebrada y sin más consistencia que su despliegue.”

Santiago Kovadloff

Introducción

La globalización es un fenómeno de escala planetaria originado en la Civilización Occidental que consiste en promover la intercomunicación e interdependencia de los distintos países del mundo. Se la suele identificar como un proceso dinámico tendiente a unir mercados, sociedades y culturas a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que confieren a estos ámbitos carácter de dimensión global. En el plano sociocultural, se caracteriza por la confluencia de las sociedades y sus culturas locales en una cultura global y, en el plano tecnológico, por una amplia interconectividad sustentada en la masificación de las telecomunicaciones, las TIC e Internet.

Como todo fenómeno que implique cambios trascendentes, la globalización genera controversia entre quienes sostienen que promueve la integración cultural y esfuma así las divisiones sectarias que por años incomunicaron a pueblos y sociedades y quienes aducen que es causa de desintegración cultural para los pueblos y sociedades que se suben a la ola global y ceden así su identidad nacional a manos de una homogeneización híbrida y amorfa. La puja parece darse en torno de valores que unos buscan compartir para multiplicar y otros atesorar para salvar de la extinción. Uno de esos valores es la cultura, junto a los hitos y referentes que la conforman, las características que la definen y las vías por las que se manifiesta.

Quizá como ningún otro fenómeno anterior, la globalización hoy pone en evidencia una circunstancia controvertida pero no por eso falaz: muchos elementos que se consideraban representantes privativos de una cultura en tanto ella era la que supuestamente los había engendrado y bautizado, existen con nombre propio en otras y desde hace mucho tiempo. Realidades, costumbres, alusiones, referencias, historias, comportamientos, símbolos y demás nutrientes específicos de la cultura y la sociedad que la va labrando a su imagen y semejanza pueden constituir lo que se conoce como *culturemas*. Las vías de comunicación más precarias o lentas de otras épocas mantenían a estos elementos y circunstancias escondidos y originales por tiempo indefinido o hacían que tardaran más en ser visibles a ojos foráneos y luego reconocibles como familiares por coincidir con realidades próximas. En la actualidad, las comunicaciones permiten visualizar o tomar contacto inmediato con la realidad porque exhiben sus nuevos componentes no bien se crean o sus hechos en cuanto ocurren.

Los medios de comunicación entraron en una fase de gran auge hace ya muchas décadas y son, entre otras cosas, parte fundamental del surgimiento de un mundo cada vez más interconectado. Tanto es así que se les atribuye la génesis de la aldea global, noción planteada originalmente por Marshall McLuhan hace más de 50 años, cuando ya se avizoraba el creciente contacto entre culturas que propiciaban los medios audiovisuales, muy avanzados para la época pero comparativamente mucho menos sofisticados que los que hoy sirven como vehículo de transmisión de la información. En la actualidad, basta que algo suceda en un punto cualquiera del planeta para que en cuestión de instantes se replique en sus antípodas, se critique entre los vecinos de al lado o se aclame en algún

remoto rincón sin que cada uno pierda por completo su estilo, punto de vista, manera de pensar o modo de expresar sus reacciones. Aunque la expresión verbal no es uno de los aspectos que se mantienen por completo incólumes, y a menudo se convierte en uno de esos valores de la cultura que los hablantes menos se ocupan de preservar.

En medio de la controversia a favor y en contra de la globalización y de la vorágine informativa que potencia con los medios de difusión y canales de comunicación virtual surge la figura del traductor como profesional puesto a mediar en una puja en la que intervienen varios participantes - la cultura, la lengua, la comunicación en tiempo real, los instrumentos de expresión masiva instantánea, la convivencia polifónica en las redes sociales, las tendencias onomásticas fugaces, en tantos otros- haciendo equilibrio entre no ser el último en descartar lo probadamente eficaz ni el primero en renovarse en pos de un pragmatismo comunicativo a tono con las expectativas de diversos receptores de información, ávidos por enterarse de los hechos casi en simultáneo con su acaecimiento.

Es tan colosal el volumen de hechos diarios y tan intensa la manera en que se suceden que es posible perder la noción de lo nuevo, lo viejo, lo reinventado, lo reiterado, lo renovado, lo propio, lo ajeno o lo compartido. Pero también es posible investigarlo a la luz de toda la información disponible para determinar qué elementos son específicos de una cultura y ameritan respetarse y cuáles no constituyen una cápsula semántico-cultural y por ende pueden asimilarse u homologarse onomásticamente en otra. Con tal fin, la ponencia se propone explorar qué es un culturema por definición, cómo han caracterizado la noción los traductólogos, qué alcance tienen en el marco de la globalización, cómo procede el traductor profesional para reconocerlos y distinguirlos del esnobismo cultural y

la interferencia lingüística, y de qué manera puede formarse un criterio que lo ayude a decidir por qué sería pertinente respetarlos y en qué circunstancias cabría desnaturalizarlos de la cultura fuente y homogeneizarlos para hacerlos semánticamente asequibles para la cultura para la cual traduce.

Cultura y globalización

En el uso diario, el término “cultura” remite principalmente a dos sentidos distintos:

- 1) la excelencia en el gusto por las bellas artes y las humanidades, también conocida como alta cultura, y
- 2) el conjunto de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social así como los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre ellos y resolver sus necesidades de todo tipo.

Mucho se ha dicho y escrito acerca de la cultura y el papel que cumple en el desarrollo de las personas, su identidad, el reconocimiento y la exaltación de sus valores, su evolución, su capacidad de superación y otros aspectos de su condición de ser humano. Y mucho más desde que su entidad como refugio de los valores de una sociedad se encuentra supuestamente en vilo por la dinámica de fenómenos masivos como la globalización.

Prácticamente no existe ámbito en el cual no se enuncie una definición de cultura.

El de la antropología quizás haya sido el primero, con una las más breves y claras:

[Cultura es] ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

(Tylor 1871)

La UNESCO hace lo propio cuando en la Declaración Universal sobre la Diversidad

Cultural establece que:

La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Definiciones son lo que abundan, a punto tal que, ya en 1952, los antropólogos estadounidenses Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn habían recopilado al menos ciento sesenta y cuatro. Sin embargo, pareciera que suelen quedarse cortas al momento de establecer concretamente qué significa cultura, qué rasgos la caracterizan, cómo se constituye y desarrolla o cuáles son sus límites de extensión. En este sentido, Samovar, Porter y McDaniel (2006:10) plantean que:

Cultura es un término extremadamente popular del que se abusa cada vez más en la sociedad contemporánea. Expresiones como *diferencias culturales*, *diversidad cultural*, *multiculturalismo*, *cultura corporativa*, *intercultural* y demás variaciones aparecen constantemente en los medios populares. La cultura ha sido relacionada con distintos ámbitos, como el de la gestión empresarial, el cuidado de la salud, la psicología, la educación, las relaciones públicas, la mercadotecnia y la publicidad. A menudo oímos que las tropas de los EE.UU. actúan en Afganistán sin conocer ni entender demasiado la cultura local. El uso recurrente del término cultura se debe a que cada vez tomamos más conciencia del papel que juega en nuestras actividades diarias. Rara vez, sin embargo, obtenemos una definición que simplemente diga qué constituye la cultura o qué hace exactamente la cultura.

Tampoco la traductología escatima definiciones, quizá porque es uno de los ámbitos en los que más patente se hacen las diferencias interculturales y la dificultad que implica zanjarlas o destacarlas o, mejor dicho, decidir cómo una cosa y otra con efectividad.

De las diversas contribuciones al respecto, la de Vermeer (1986:28) -basada en la concepción de cultura de Heinz Göring (1977), quien a su vez refleja la visión del etnólogo estadounidense Ward Goodenough- suele tomarse como la definición “estándar” dentro del campo de la traducción y aparece citada en obras como la de Nord (1997) o la de Snell-Hornby (2006):

[Cultura es] el conjunto completo de normas y convenciones que un individuo debe conocer como miembro de su sociedad para “ser como todos o diferente de todos”.

También se destaca la de Katan (1999:17), para quien

[La cultura] es un sistema compartido para interpretar la realidad y organizar la experiencia (...) un modelo mental o mapa compartido (...) un sistema congruente de creencias, valores, estrategias y ámbitos cognitivos que guían la base compartida de comportamiento.

Precisar el alcance del concepto de cultura es especialmente importante para una concepción funcionalista de la traducción, por eso se rescatan aquí dos definiciones formuladas desde esa perspectiva, que apuntan a cuestiones de fondo a la hora de trasvasar el contenido semántico de los textos: las diferencias y las coincidencias interculturales.

En concreto, el traductor necesita entender cuál es el espectro de esta noción para saber cómo administrar la carga cultural encapsulada en los textos que deberá procesar como comunicador intercultural de contenidos que no genera como emisor original. En otras palabras, deberá desarrollar un criterio sólido que le permita establecer qué información de la que le toca transmitir conlleva una carga cultural digna de rescatar por lo verdaderamente específica o privativa de esa sociedad que le confiere valor especial.

Entre los distintos rasgos constitutivos de la cultura que destacan Samovar, Porter y McDaniel (2006:12-13) son de especial interés para el traductor su carácter dinámico, etnocéntrico y simbólico.

La cultura es **dinámica**, porque existe en un estado de continuo movimiento marcado por el surgimiento permanente de ideas o invenciones, el descubrimiento de fenómenos y la exposición a otras culturas de las cuales se retroalimenta.

La cultura es **etnocéntrica**, porque el profundo sentido de identidad conjunta o pertenencia grupal que despierta lleva a considerar que la propia cultura está por encima de otras.

La cultura es **simbólica**, porque integra palabras, gestos o imágenes que no son otra cosa que símbolos que permiten transmitir sentido y también almacenarlo para transportarlo de un lado a otro y preservarlo en el tiempo de modo que pueda inscribirse en la historia.

Basta concentrar unos instantes la atención en la cómo se suceden los acontecimientos y seguir con detenimiento lo que ocurre en múltiples rincones de la Tierra para advertir que las culturas son entidades en permanente movimiento que no cesan de generar contenidos informativos, descriptivos, referenciales, apelativos o fácticos. El menú de ingredientes que integran una cultura pareciera actualizarse minuto a minuto, y en virtud de las posibilidades actuales de difusión de la información, pueden llegar rápidamente a incidir en otra. En este sentido, también se percibe que por razones de índole variada, como el poderío económico, la diversidad de recursos tecnológicos, la concentración demográfica, entre otros factores, las sociedades que imponen sus

tendencias o comportamientos culturales por arrastre también suelen imponer la manera de denominarlos, circunstancia básicamente lógica en cualquier dinámica que involucre la creación de una nueva realidad y la consecuente necesidad de nombrarla o simbolizarla.

Podría decirse que estos tres aspectos de la cultura –dinamicidad, etnocentricidad y simbolismo-, exaltados por la mecánica de la globalización, son los que marcan el ritmo de generación de muchos culturemas en el siglo XXI. También son los que complican la tarea del traductor -oncebida desde una perspectiva de abordaje funcionalista y sociocultural con la mira puesta en su propósito comunicacional- porque, en mayor o menor medida, la cultura comparte estos tres rasgos con la lengua. El idioma es una de las vías por las que se manifiesta la cultura y, por ende, reflejo de sus movimientos y sus cambios.

Previo al surgimiento de los medios de comunicación masiva, los elementos específico-culturales de una sociedad pasaban largamente inadvertidos para los miembros de otra en tanto no hubiera entre estos miembros contacto que les permitiera advertir la existencia de tales elementos al comparar su situación con la ajena. La radio, el cine y la televisión hicieron posible esa comparación de manera más inmediata e incluso premeditada. En el contacto directo, los elementos culturales surgen de modo espontáneo y, por eso, no se los advierte en todo momento ni de manera instantánea. En los medios audiovisuales, suelen destacarse de manera intencional o exaltarse para que resulten más notorios (por ejemplo, para caracterizar a los personajes miembros de una sociedad, en una película o para destacar el comportamiento de un pueblo, en un documental). Con la llegada de la tecnología digital y el avance de las comunicaciones

electrónicas, el contacto directo se ha vuelto casi permanente, posibilita una comparación inmediata y deja en evidencia las distinciones culturales de personas que se encuentran en lugares geográficamente remotos aunque todas reunidas en el espacio virtual. Antes, un elemento cultural tardaba más en percibirse y, por ende, en ser explicado, descrito o nombrado en socioculturas distintas de las de su origen.

Hoy, el comportamiento de los individuos enseguida queda plasmado en imágenes, que circulan velozmente por diversas vías de comunicación digital, casi sin margen de tiempo para que el rasgo cultural que denotan pueda compararse interculturalmente y así advertir si son efectivamente inéditos y ameritan bautizarse, si representan una versión renovada y distinta de un rasgo existente o si constituyen un elemento compartido con otra cultura y por ende reconocible sin necesidad de innovar en su denominación.

Los elementos culturales en el campo de la traducción

Cada cultura recorta la realidad y elabora su propio imaginario de manera acorde a sus propias circunstancias y así también es cómo elige nombrarla. En las últimas décadas ha ido creciendo el interés por estudiar la relación lengua-cultura y son cada vez más las disciplinas que concentran su atención en las especificidades culturales de cada sociedad.

En el campo de los estudios de traducción, no son pocos los nombres con que se alude a los elementos característicos de una cultura: *categorías culturales, culturemas, marcas culturales, marcadores culturales, palabras culturales, rasgos culturales, realia, referentes culturales o términos culturales*, entre otros.

Son también numerosos los especialistas que desde las más diversas corrientes traductológicas consideran que los elementos culturales son un aspecto clave a la hora de traducir.

Cronológicamente, no es casual que Nida (1945), experto en la traducción de textos bíblicos y su impacto en las diferentes culturas, fuera uno de los primeros en destacar el tema en “Linguistics and ethnology in translation problems”, su artículo dedicado a plantear la relación entre lingüística, etnología y problemas de traducción. En obras posteriores, Nida (1964) se concentra en los principios y procedimientos involucrados en la traducción de la Biblia y llama “rasgos culturales” a las características asociadas con el grupo de personas a las que definen. También es él quien realiza la primera categorización de ámbitos culturales basándose en la noción de conceptos culturales por contraposición a palabras culturales.

Por su parte, Vlahov y Florin (1970: 432-456) introducen el vocablo “*realia*” para referirse a los elementos textuales específicos de una cultura que denotan alguna particularidad de color local o histórica. Otros estudiosos, como Neubert (1963), Kade (1964, 1968) y Nielsch (1981), también se valen de este término al caracterizar instancias culturales de marcado contenido ideológico que permiten diferenciar una nación de otra. Bödeker y Freese (1987) y Koller (1992) vuelven a emplear el nombre “*realia*” aunque lo aplican en un sentido más amplio.

Otro de los especialistas que se ocupa de esta cuestión es Newmark (1987), quien retoma la noción de ámbitos culturales planteada por Nida y realiza una clasificación de lo que denomina “palabras culturales extranjeras” o “categorías culturales”. Newmark

también establece una diferencia entre lenguaje universal, que abarca los conceptos que aparecen en casi todas las culturas y que, por ende, no revisten mayores problemas de traducción, y lenguaje cultural y lenguaje personal, que, por el contrario, constituyen conflictos de traducción. El lenguaje cultural representa un escollo en la traducción cuando la lengua fuente y la lengua meta no coinciden culturalmente. En cuanto al lenguaje personal, el obstáculo está dado por la forma particular que cada individuo tiene de expresarse, es decir, por el idiolecto. Newmark también acuña la expresión “foco cultural” en alusión a los campos discursivos que no tienen equivalencia en la cultura de llegada porque están estrechamente ligados con un tema específico (por ejemplo, en la Argentina, los aspectos relacionados con la vida del gaucho y su entorno).

Baker (1992) hace su aporte a la caracterización de estos elementos cuando destaca que al traducir es posible encontrarse con términos referidos a conceptos que resultan completamente desconocidos para la cultura meta a causa de lo que denomina motivos de carácter “específico-cultural”.

Siguiendo la misma línea descriptiva de Baker, Mayoral Asensio (1994:76) plantea el fenómeno en términos similares y considera que se trata de “referencias culturales”:

Por referencias culturales entendemos los elementos del discurso que por hacer referencia a particularidades de la cultura origen no son entendidos en absoluto o son entendidos de forma parcial o son entendidos de forma diferente por los miembros de la cultura término.

Lo propio hace Santamaría (2001:237) cuando señala la presencia de “referentes culturales” en un texto y los define como:

[...] los objetos y eventos creados dentro de una cultura determinada con un capital cultural distintivo, intrínseco en el conjunto de la sociedad, capaz de modificar el valor expresivo que se otorga a los individuos que están relacionados al mismo.

Los teóricos funcionalistas de la traducción han utilizado varios términos en alusión al tema. Nord (1994), por caso, los llama “marcas culturales” y, alternativamente, los caracteriza como “puntos ricos” en el estilo del antropólogo Michael Agar, quien los define como cosas que resultan difíciles de captar por su complejidad e incapacidad de concordar con los recursos que usamos para encontrarle sentido al mundo. Nord sostiene que los puntos ricos demuestran diferencias de comportamiento entre dos culturas y, por ende, generan situaciones de fricción así como la creación de barreras interculturales. Por similar camino transita Herrero (1998) cuando analiza la traducibilidad de lo que denomina “marcadores culturales” y los define como “elementos cuyo contenido muestra potencialmente cierta resistencia a la transferencia”.

Con un enfoque centrado en la problemática cultural, Franco Aixelá (1996) presenta una serie de estrategias para abordar lo que llama “elementos culturales específicos” mientras que Mayoral y Muñoz (1997) los estudian como “segmentos (textuales) marcados culturalmente”, es decir que los abordan “concentrándose en los signos y no en los conceptos, camino que parece más práctico para la elaboración de estrategias que la discusión de la transmisión de los conceptos o *realias*”.

Ya en tiempos más recientes, Calvi (2006) se ocupa de la lengua y la comunicación en el ámbito del turismo, sector en el cual abundan lo que ella cataloga como “términos culturales” en alusión a las palabras que carecen de referente en otras culturas y a las acepciones culturalmente marcadas de vocablos de uso corriente.

A partir de los casos de los que se pasó revista se aprecia que, más allá de los matices que cada traductor, traductólogo o lingüista le confiere al tema de las

especificidades culturales, la cuestión se presenta hace mucho como aspecto de importancia significativa para la traducción y desde hace poco adquiere una dimensión totalmente renovada a la luz de las nuevas formas de comunicación instantánea, el caudal de información que se intercambia y la velocidad con la que fluye.

Definiciones de culturema

De las distintas alternativas empleadas para rotular el fenómeno de las especificidades culturales, la lexía “culturema” refleja con mayor claridad la simbiosis que existe entre cultura y lengua y ayuda a comprender, entonces, la problemática que se suscita al intentar dissociar el vínculo que existe entre estas dos entidades cuando es preciso trasladar una sustancia de contenido sensible para una sociedad en envases de otra forma, capacidad y volumen, moldeados para satisfacer las necesidades y expectativas de una sociedad distinta.

Las primeras alusiones al concepto surgen en el marco del funcionalismo, de la mano de Vermeer y Nord, quienes, a su vez, se basan en la obra de Oksaar (1988) referida específicamente al tema.

Para presentar la noción del culturema, Nord (1997:34) parte de la caracterización de Vermeer y señala que:

Un culturema es un fenómeno social de una cultura X considerado relevante para los miembros de esta cultura y que, cuando se le compara con un fenómeno social correspondiente en una cultura Y, se descubre que es específico de la cultura X [...] puede que sean diferentes en cuanto a forma pero similares en su función (como en el caso de trenes frente a coches y frente a bicicletas) o viceversa (por ejemplo, “*to have coffee*” en Inglaterra por la mañana, frente a “tomar un café” en España después de comer y frente a “*Kaffeetrinken*” en Alemania por la tarde).

Pese a la claridad de los elementos paraverbales que Nord suma a las palabras de su colega alemán para ilustrar el planteo, la autora no alcanza a definir concretamente el concepto sino más bien a señalar las circunstancias de su origen: la comparación de diferencias (diferentes formas o diferentes funciones). Es en este aspecto que su enfoque adquiere relevancia porque de él se desprende que, de no existir la comparación, las divergencias pasarían inadvertidas y el culturema no se reconocería.

Luque Nadal (2009:97) analiza la cuestión desde una perspectiva distinta de Nord por cuanto traslada la caracterización al plano de los elementos compartidos, en el cual el idioma actúa como factor aglutinante y nexos comunicante:

Cualquier ítem simbólico que por distintas razones haya llegado a tener una relevancia especial en la lengua y sea utilizado como moneda de cambio por parte de los hablantes en su comunicación oral o escrita es un posible culturema.

La visión de Luque Nadal ubica al culturema en la dimensión verbal: la consolidación de un elemento simbólico en la lengua, por cualesquiera que fueran las causas de su motivación, es indicio de que representa un valor que necesita ser invocado en las transacciones comunicativas que se producen entre individuos que comparten el sentido del elemento y también el sistema lingüístico que les permite nombrarlo. La lengua le suma identidad al símbolo porque es una de las diversas dimensiones en las que se vuelve reconocible para los usuarios y también transferible entre ellos. Al existir una asociación entre el elemento simbólico y el rótulo lingüístico que permite su mención concreta y específica, el culturema puede convertirse, como señala Luque Nadal (2009:94), en “uno de los escollos importantes de la traducción”.

En coincidencia con Nord, Molina Martínez (2006:79) considera las especificidades culturales como uno de los rasgos clave del culturema y, en sintonía con Luque Nadal, destaca su peso referencial en la comunicación, complejizada cuando depende de la traducción:

[El culturema es] un elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en una cultura y que al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción puede provocar un problema de índole cultural entre los textos origen y meta.

El enfoque de Molina Martínez ubica al culturema en la dimensión de la comparación intercultural que suele producirse en el dominio de la traducción: como agente de una disciplina que busca satisfacer expectativas de comunicación, el traductor permanentemente confronta culturas y toma decisiones acordes a los contenidos culturales que maneja y al propósito comunicativo que están llamados a cumplir según el contexto situacional en el cual se actualizan. Esas decisiones serán más adecuadas si logra discernir entre culturema y cognación cultural o injerencia cultural.

Génesis y caracterización del culturema

Etiológicamente, un culturema es producto de la necesidad que tiene una cultura de reflejar una realidad propia, una realidad cualquiera que redimensiona a su imagen y semejanza o una realidad común que concibe con una interpretación diferente o desde una perspectiva figurada distinta de la convencional.

La caracterización que Kade (1964) hace de *realia* ofrece un buen punto de partida para definir dónde ubicar las bases de un culturema. Según Cartagena (1998:10), Kade define el concepto de *realia* en el marco de la complejidad de traducción de las lagunas semánticas y las posiciones vacantes en el sistema lingüístico:

La ausencia de imagen conceptual es la causa de la ausencia de codificación sólo cuando se trata de fenómenos de la realidad objetiva, que desempeñan o han desempeñado un papel importante en el seno social de una comunidad lingüística, en tanto que dentro de la otra comunidad lingüística no existen o son irrelevantes. Estos fenómenos se agrupan a menudo bajo la denominación de *realia*.

Kade argumenta que no puede nombrarse lo que no existe concretamente: a falta de fenómenos de la realidad objetiva, falta de rótulos onomásticos para identificarlos. Una de las circunstancias que le permiten a una sociedad advertir en su cultura la ausencia de un determinado concepto es detectar su presencia en otra. En concreto, la existencia se percibe por contraste con la propia carencia. Conforme a esta lógica, puede argumentarse que una cultura no tiene por qué generar una lexía específica para referirse a aquello que desconoce: no pareciera razonable acuñar términos con el fin de nombrar lo que no existe o de reservar un espacio en el sistema lingüístico a la espera de que surja una realidad que lo ocupe. Por ende, primero se detecta la existencia de una realidad hasta el momento ignorada o desconocida y luego se decide cómo mencionarla. Incluso aun después de advertir la existencia de una realidad ajena, una cultura puede no tener interés o necesidad de identificarla con un nombre exclusivo por lo remota que le resulta.

A la luz de este enfoque, el culturema nace de la intimidad de una cultura y se bautiza según los cánones de la lengua que es común a la mayoría de los miembros de esa cultura. Su origen es, entonces, primero extralingüístico y luego idiomático. Al referirse al concepto de *realia*, Alesina y Vinogradov (1993:43) plantean que su actualización se produce en dos planos distintos pero mutuamente relacionados. Uno es el plano no verbal, en el que existen los objetos de la cultura material y espiritual característicos de una comunidad por oposición a otra, y otro es el plano verbal, en el que se encuentran las

palabras acuñadas para dar nombre exclusivo a esos objetos. La distinción entre ambos vale también para el culturema en tanto el concepto se refiere a la cápsula de valor cultural concentrado y al envoltorio onomasiológico que la contiene. En este sentido, en línea con Kutz, Cartagena (1988:13) sostiene:

[Es] aconsejable distinguir también terminológicamente entre, por una parte, el referente (el fenómeno, la cosa) y, por otra, el signo lingüístico que lo designa (lexema; palabra o grupo de palabras), [por eso] se propone en este contexto denominar *Realie* al referente y *Realienlexem* al signo lingüístico (Kutz 1977: 254). Por nuestra parte, proponemos para el español la oposición entre referente cultural específico (RCE) y nombre de referente cultural específico (NRCE).

La demarcación de Cartagena se corresponde con los elementos constitutivos clave del culturema por cuanto la noción abarca una carga conceptual culturalmente exclusiva y su manifestación verbal. Aunque ambos se aglutinan en la configuración del culturema no intervienen de igual manera en su génesis. El germen del culturema es una realidad extralingüística con vigencia especial para una cultura, que no depende de su formulación verbal para comenzar a existir. El componente verbal es clave porque permite la materialización lingüística de una realidad cultural: le da un cuerpo idiomáticamente visible a través de una presencia tangible en el código que los miembros de una cultura emplean para comunicarse, pero los signos lingüísticos no definen la génesis de esa realidad. Prueba de ello es que el culturema puede existir con independencia de la lengua en la cual se lo nombra: su representatividad está esencialmente definida por la noción específico-cultural que encierra, no por el rótulo onomástico que lleva. De hecho, porque su existencia se concreta en el plano extralingüístico, una realidad puede tener igual valor específico en culturas que no comparten el mismo idioma. Por ejemplo, el estereotipo de mujer joven, que evidencia especial esmero por cultivar la belleza física, exhibir sus

hábitos de consumo de artículos lujosos y buscar notoriedad por vincularse sentimentalmente con figuras del deporte, existe, por mencionar algunos casos, en Argentina, Brasil y Gran Bretaña. Claramente, estos países no se expresan en la misma lengua. De hecho, en cada uno se alude al concepto de manera muy distinta; sin embargo, salvando ciertas distancias y matices, comparten la misma “cultura deportiva”, al menos en lo que respecta a ciertos deportes, como el fútbol. En Argentina, por ejemplo, el término empleado es “botinera”¹, en clara alusión al calzado que usan los jugadores de fútbol (botines) y la asociación irónica o hasta peyorativa que sugiere la tarea (cargar los botines de sus novios o maridos) que les corresponde a estas mujeres a cambio del estándar de vida que logran gracias a ellos. En Brasil, la noción se evoca directamente a través del nombre de un personaje de ficción, Maria-chuteira², que encarna las características de este tipo de celebridad. En Gran Bretaña, más precisamente en Inglaterra, el término es un acrónimo, “WAGs”, formado por las iniciales de cada una de las palabras que en las que se apoya su sentido: *Wives And Girlfriends*, en inglés, “esposas y novias”. De hecho, en Argentina, la noción incluso se vuelve específica según se trate de mujeres que acompañen a tenistas, “raqueteras”³; a políticos, “politiqueras”, o incluso a esposas de candidatos a presidente en campaña para conseguir votos, “votineras”⁴, o

¹ “Jésica Cirio, la botinera de oro 2008”, Exitoina (blog Perfil). Disponible en <http://blogs.perfil.com/exitoina/2008/12/09/jesica-cirio-la-botinera-de-oro-2008/>

² “Personagem de Suave Veneno se parece com ex de Ronaldinho”, *Revista VEJA*. Disponible en http://veja.abril.com.br/230699/p_168a.html; “Canal pago Sony estréia novas séries, temporadas e reality shows”, *Folha de S. Paulo*. Disponible en <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u68180.shtml>.

³ “Las mujeres de los tenistas son las nuevas celebrities”, *La Nación*, 14 de septiembre de 2013. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1619643-las-mujeres-de-los-tenistas-son-las-nuevas-celebrities>; “Dakar y de allá”, *La Nación*, 02 de enero de 2010. Disponible en <http://www.canchallena.com/1217755-dakar-y-de-alla-dia-2>.

⁴ “Mujeres en acción”, *Veintitrés*, Época II, Año 16, Nº 43630, 24 de septiembre de 2015. Disponible en www.veintitres.com.ar/article/details/43630/mujeres-en-accion

“urneras”⁵, por las urnas en las que se deposita el sufragio. Algo similar ocurre en Gran Bretaña, en donde el concepto también se extiende a otros campos a través de matices que le confieren cierto rango de “terminología específica”, en algunos casos, acuñada por la prensa, como en el tenis (“WWAGs”⁶ o “WOWs”⁷, con la “W” en representación de Wimbledon, el torneo mundialmente célebre), el golf (“WABs”⁸, con la “B” en representación de una palabra específica del ámbito de este deporte como “birdie” y también alusiva a un diminutivo considerado lenguaje sexista vulgarmente usado para referirse a las mujeres jóvenes), el críquet (“CWAGs”⁹, con la “C” en representación del nombre del deporte) o la monarquía (“RAGs”¹⁰, con la “R” en representación de “realeza”). Sin embargo, pese a compartir la misma lengua con Gran Bretaña, la carga nacional que encierra “WAGs” no es específico-cultural de Canadá o de Australia, tampoco lo es “botinera” para Honduras o para Panamá, países tan hispanohablantes como Argentina. La vigencia del elemento cultura incluso puede verse restringida por variables temporales dentro de una misma cultura nacional. En esos casos el contraste no se produce de una sociedad a otra sino de una época a otra. Por ejemplo, términos como “macgyverism” y “to macgyver”, de reciente incorporación en los diccionarios Oxford, hacen clara alusión al protagonista de una serie estadounidense de igual nombre, famoso

⁵ “El protocolo de las chicas leves de la tele”, *La Nación*, 20 de diciembre de 2013. Disponible en

⁶ *Times*, 3 de julio de 2006.

⁷ “Murray out of Wimbledon”, *The Sun*, 4 de julio de 2006. Disponible en <http://www.thesun.co.uk/article/0,,2-2006300613,00.html>

⁸ *London Lite*, 19 de septiembre de 2006; *Metro*, 20 de septiembre de 2006.

⁹ *London Lite*, 27 de noviembre de 2006; *Mail on Sunday*, 7 de enero de 2007; “Slinky-Minky the fans’ favourite WAG”, *The Corridor*, 7 de julio de 2009. Disponible en <http://www.cricket.mailliw.com/archives/2006/11/01/slinky-minky-the-fans-favourite-wag/>

¹⁰ *The Sun*, 3 de julio de 2006; *Sunday Times*, 16 de julio de 2006; “The Best for News, Sport, Showbiz, Celebrities & TV” *London: The Sun*, 7 de julio de 2009. Disponible en http://www.thesun.co.uk/article/0,,2001290023-2006300524_1,00.html

por su capacidad de arreglarse con cualquier elemento simple para idear las más sofisticadas soluciones en situaciones de peligro. La serie supo ser muy popular a fines de la década de 1980 y principios de la de 1990, pero quien hoy empleara alguno de los dos términos para referirse a la capacidad de subsanar problemas con elementos al alcance de la mano difícilmente lo asocie a la figura que le dio origen. El alcance específico-cultural de la noción en este caso se extendería a la cultura estadounidense y a los seguidores o concedores de la serie de cualquier parte del mundo, por un lado, para ara los EE dimensión-específico culturalA la exclusividad específico-cultural sumaría la dimensión temporogeneracional

En el sentido inverso, sociedades con el mismo idioma como denominador común pueden no atribuirle el mismo valor semántico o identidad conceptual a una realidad pese a basar su expresión en la misma lengua. Los culturemas no se homologan intralingualmente. Por ejemplo, tanto los EE.UU. como Gran Bretaña denomina "*first floor*" a uno de los niveles presentes en un edificio, solo que para los estadounidenses se ubica en la planta más baja de la construcción mientras que para los británicos es el piso inmediatamente posterior a esta.

En concreto, el culturema se concibe en terreno extralingüístico, nace dentro del dominio nocional de una cultura y se registra onomásticamente según la normativa idiomática asociada con el territorio que lo ha visto nacer sin que ello implique homologación cultural con las sociedades que comparten el mismo idioma o exclusividad cultural frente a todas las otras culturas por el mero hecho de no compartir con ellas el mismo código onomástico de referencia. Por caso, el idioma español funciona como

denominador común en diversas sociedades, cada una de las cuales puede generar cápsulas de sentido cultural propias, que no comparte con otras sociedades hispanohablantes por simple añadidura idiomática, es decir, como consecuencia directa de compartir con ellas la misma lengua. Por ejemplo, en Argentina, se llama comúnmente “ñoqui”¹¹ al empleado de la administración pública que concurre a su lugar de trabajo únicamente para efectivizar el cobro de su sueldo, esto es, en general, cerca de fin de mes, fecha en la que, según una tradición popular vigente en ese país, se recomienda consumir ñoquis como cábala para prosperidad económica. Como el día específico para consumirlos es el 29, el resto del mes nadie los ve, como a los empleados, que faltan todos los días menos el de cobro. El término “ñoqui” existe en todos los países hispanohablantes; la tradición, en algunos de Latinoamérica; pero el sentido figurado de cargo público parasitario, únicamente en Argentina.

La discordancia onomástica interlingüe en relación con un determinado elemento específico-cultural obedece a la operatoria natural de las sociedades y las lenguas que la representan: cada una elige o acuña las palabras que considera más adecuadas para rotular un elemento cultural que reconoce. Por ejemplo, “*hikikomori*”¹² es el término japonés con que se designa genéricamente a los jóvenes que tienden al aislamiento y confinamiento extremo que rechazan o son incapaces de tolerar los valores impuestos por las generaciones mayores (como trabajar, estudiar, etcétera). Pese a tener todo el aspecto

¹¹ “Empleado público que cobra una remuneración sin asistir al lugar de trabajo ni cumplir ninguna tarea” en *Diccionario de la lengua española*, Real Academia Española. Disponible en <http://dle.rae.es/?w=%C3%B1oqui&o=h>
“Hernán Piquín sigue siendo ñoqui en la municipalidad de Villa Gesell”, Infoshow, 18 de diciembre de 2013. Disponible en <http://www.infobae.com/2013/12/18/1531748-hernan-piquin-sigue-siendo-noqui-la-municipalidad-villa-gesell>

¹² “Por qué un millón de japoneses no quieren salir de sus cuartos”, *Clarín*, 02 de septiembre de 2015.
http://www.clarin.com/mundo/Hikikomoriun-millon-japoneses-no-quieren-salir-cuartos_0_1423657882.html

de ser culturema –vocablo extranjero, remite a una problemática común en una nación asiática con tradiciones muy distintas de las naciones latinoamericanas-, en esencia, la realidad a la que alude existe también en Argentina y está representada por quienes sufren de los llamados “trastornos de autoencierro”¹³. Más allá de los matices específicos de cada idiosincrasia nacional, es un concepto que reconocen diversos países porque está presente en su propia sociedad y por lo tanto no constituye para ellos un culturema pleno respecto de la realidad japonesa por el simple hecho de su denominación.

Si el mismo elemento, comportamiento, hábito, etcétera es reconocido de igual manera en varias culturas, las divergencias onomásticas interlingües son discrepancias lógicas de índole verbal, no cultural, y, sin discrepancia cultural, no hay culturema propiamente dicho sino palabras culturales, a las que Cartagena (1988:8), por su parte, diferencia de la noción de *realia* en un sentido similar al que puede plantearse para distinguirlas del concepto de culturema:

...el concepto de “palabras” (términos) culturales específicas(os)”, utilizado comúnmente en español, es a nuestro modo de ver definitivamente impropio o, si se prefiere, inútil, ya que *per definitionem* “todos” los vocablos de una lengua son culturalmente específicos, en la medida en que las lenguas son sistemas idiosincráticos, cuyos elementos se definen por su valor, es decir, por las relaciones que presentan con los otros elementos del conjunto.

La distinción de Cartagena resulta también pertinente como marco explicatorio de aquellas situaciones en las cuales una misma realidad cultural se presenta en dos sociedades –hablantes del mismo idioma o de uno distinto- pero, dada la magnitud, la frecuencia o la representatividad que reviste, adquiere un nombre específico

¹³ Los chicos que se aíslan en su cuarto y sólo se relacionan con la tecnología”, *Clarín*, 29 de septiembre de 2008. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2008/09/29/sociedad/s-01770274.htm>

exclusivamente en una y no en la otra. Por ejemplo, en noruego, el término “*utepils*” se refiere específicamente a disfrutar una cerveza al sol así como en español “sobremesa” alude a la charla que se prolonga alrededor de una mesa con posterioridad al término de una comida. En ambos casos se trata de realidades presentes en otras sociedades aunque solo aquellas en las que se da con mayor frecuencia, intensidad, énfasis, etcétera adquieren un nombre especial.

El concepto de *equivalencia cero* desarrollado por Kade (1968:81) ayuda a caracterizar este tipo de circunstancia y el problema de traducción que se suscita justamente en el marco de las lagunas conceptuales y los vacíos meramente léxicos:

[equivalencia cero abarca] tanto el caso de auténticas lagunas conceptuales, originadas por los *realia* de una determinada sociedad, como aquellas posiciones vacías, en las que existe la correspondiente imagen de un fenómeno en la conciencia de los hablantes, y lo que falta solamente es un signo lingüístico establecido para evocarlo.

En concreto, el culturema se consolida como tal a partir de la comparación intercultural extralingüística. La forma específica que tiene una cultura de nombrar un elemento que es igualmente reconocible para otra no convierte al fenómeno automáticamente en culturema. La etiqueta verbal con que una sociedad pudiera rotular una realidad cultural según sus usos y costumbres no es rasgo indicativo de culturema sino característica necesaria de la operatoria verbal de las lenguas, como es el caso de los idiomatismos o fraseologismos.

Otro factor interviniente en la génesis del culturema es la asociación nocional que una sociedad establece entre un realidad existente y cierto sentido figurado que le atribuye por circunstancias de vigencia exclusiva dentro de su entorno natural, social,

político, histórico, económico, etcétera. Dicho de otro modo, el culturema también puede surgir extralingüísticamente al añadir carga conceptual a una realidad que ya existe con nombre propio y otro valor semántico. Así, una sociedad puede generar un culturema a partir de un término convencional del sistema, al que le suma un sentido extra basado en una interpretación concebida desde una perspectiva cultural diferente. Una cultura interpreta un elemento tradicional desde otro ángulo o conforme a una perspectiva distinta, estrechamente asociada a su idiosincrasia, frecuencia de uso, manifestación local, entre otros aspectos. De hecho, Nida (1945) sugiere que la riqueza de vocabulario relativa a un ámbito cultural determinado es directamente proporcional a la importancia que adquiere tal ámbito en el seno de la cultura de la cual es parte. Nord (1997:25) pone de relieve esta cuestión cuando rescata el concepto de *puntos ricos* desarrollado por Agar (1991) para plantear que debido a que las culturas no pueden encerrarse prolijamente dentro de límites precisos, rígidos y permanentes surgen entre ellas puntos de conflicto que marcan ausencia de homogeneidad cultural y la consiguiente aparición de zonas ininteligibles para las sociedades en contacto. Esos puntos de diferenciación cultural según Nord (1997) se hacen visibles cuando:

Al enfrentarse a una nueva lengua [...] algunas cosas son difíciles [de aprehender] pero con un poco de esfuerzo las diferencias entre un idioma y otro pueden zanjarse. Sin embargo, surgen cosas que desconciertan por su dificultad, complejidad, incapacidad para acomodarse a los recursos que usamos con el fin de aprehender el sentido del mundo. Estas cosas –que incluyen desde unidades léxicas hasta actos de habla y nociones fundamentales acerca del funcionamiento del mundo- se denominan *puntos ricos*.

La línea formada por una sucesión *puntos ricos* que interfiere entre dos grupos culturales concretos constituye una barrera cultural. Uno de los ámbitos en los cuales posiblemente se hace más notoria la existencia de esta barrera es en la traducción porque

cada vez que el traductor se dispone a retransmitir textos en otra lengua y para destinatarios distintos de los originales, invariablemente se produce contacto y comparación cultural. La misma Nord (1997:34) afirma que “traducir significa comparar culturas”. El acto traductivo siempre ocurre en situaciones concretas que involucran a miembros de culturas diversas, no solo a sus respectivas lenguas, que, en sí, son parte intrínseca de la cultura misma. Nida (1945) sentencia que quienes traducen de una lengua a otra deberían ser conscientes en todo momento de las diferencias culturales que refleja cada lengua. De la apreciación de Nida también se desprende que los rasgos culturales distintivos de cada sociedad son anteriores a su manifestación verbal: esto es, nacen en terreno extralingüístico. En efecto, el vacío no puede reflejarse: todo reflejo es proyección de algo existente. Así es que la identificación de un culturema depende del reconocimiento previo de su contenido semántico-cultural. Según Molina Martínez (2006: 78-79), los culturemas presentan rasgos comunes que permiten diferenciarlos de otras manifestaciones lingüístico-culturales como los idiomatismos, frasemas o paremias:

- Los culturemas no existen fuera de contexto sino que surgen en el seno de una determinada transferencia cultural que se produce entre dos culturas concretas y, por lo tanto, no deben plantearse como elementos propios de una única cultura, sino como la consecuencia de un trasvase cultural. Esta afirmación pretende dar cuenta de dos situaciones diferentes:
 - a) Los elementos culturales no deben plantearse como elementos propios de una única cultura, habitualmente la cultura de origen, sino como la consecuencia de un trasvase cultural.
 - b) Los culturemas lo son en el marco de dos culturas concretas. [...] Una palabra X funciona como culturema entre las lenguas A y B, pero no necesariamente entre las lenguas A y C.
- La actuación de un culturema como tal depende del contexto en el que aparezca.

La caracterización de Molina Martínez resulta esclarecedora para comprender el marco de actualización conceptual del culturema, los parámetros dentro de los cuales adquiere vigencia y su proyección idiomática. Esto es, que el culturema no existe fuera de contexto, que se reconoce en la comparación con otra cultura porque no tiene autonomía plena y que su identidad onomástica no implica valor interlingüe unívoco.

Complejidad y alcance del culturema

Dado que el germen del culturema es una realidad extralingüística con validez especial para una cultura, captar su sentido y percibir su impacto es complejo para quienes sean extranjeros de la cultura en la cual tiene vigencia. Su aprehensión representa un escollo de base transcultural cuya problemática trasciende su articulación interlingüe. De hecho, puede resultar insondable incluso para culturas hablantes de una misma lengua. Su abordaje requiere de una exhaustiva tarea semasiológica para interpretar a qué realidad cultural distintiva remite o en qué realidad se apoya para evocar un sentido específico-cultural y apenas después decidir cómo plasmar verbalmente su carga semántico-cultural. El idioma proporciona los recursos para dar cuerpo verbal al culturema pero no es su piedra basal por eso no constituye la razón primera de su complejidad. La causa de su complejidad se encuentra en su matriz extralingüística y el desconocimiento de las redes semánticas –denotativas, connotativas, simbólicas, figuradas, etcétera- que encierra su trama nocional.

El abordaje de un culturema resulta complicado porque su carga cultural de origen, aunque factible de ser desverbalizada, no llega del mismo modo a los miembros de otra cultura ya que las sociedades no parcelan la realidad de manera interculturalmente

unívoca y definida. Desde su perspectiva estilístico-comparativa de la traducción, Vinay y Darbelnet (1958) llaman a esta circunstancia “divergencias metalingüísticas” precisamente porque su complejidad trasciende las meras discordancias interlingüales. En este respecto, Vázquez Ayora (1977:326) también plantea que:

No podemos pues pretender recortar la realidad en la misma forma en que lo hacen los hablantes de otra lengua. Si colocásemos uno sobre otro los mosaicos de conceptos de dos lenguas veríamos que ni la forma ni la superficie de muchos de estos conceptos coinciden perfectamente. Existen zonas de recubrimiento pero también lagunas y diferencias, y son éstas las que nos interesan [al abordar la traducción].

Basándose en los planteos de Reyburn (1970) acerca de la presencia y ausencia de equivalencia intercultural en la traducción, Margot (1979) identifica tres causas que subyacen la problemática del culturema:

- las culturas recurren a medios diferentes para alcanzar objetivos iguales o similares,
- los mismos objetos o acontecimientos pueden tener sentidos diferentes u opuestos según la sociedad de la cual se trate y derivar en una falsa cognación cultural, o
- algunos objetos o acontecimientos no existen en otras culturas y derivan en la ausencia de equivalencia.

En este sentido, queda claro que el alcance del culturema está marcado por la línea de *puntos ricos* con que cada sociedad blinda su visión de la realidad y que no todo lo que presenta rasgos culturales es lo suficientemente privativo de una sociedad como para adjudicarse la categoría de culturema. Respecto de esta circunstancia, Luque Nadal (2009) señala que muchos elementos cuentan con potencial suficiente para convertirse en culturema pero para no desvirtuar esta noción es importante definir claramente qué es lo que funciona en la lengua como tal. La perspectiva lingüística que adopta la autora para delimitar el alcance de los culturemas es válida ya que es mediante su formulación verbal

que resulta posible detectarlos como objetos llamativos o como elementos ya conocidos con alguna nota de sentido discordante. En definitiva, la manifestación lingüística es la que da señales de alerta sobre la presencia de contenidos culturalmente ajenos. En resumen, el culturema tiene génesis extralingüística y en ámbitos de contraste cultural, como el que se da en la traducción, alertan sobre su presencia verbalmente. Por este motivo, Luque Nadal (2009:104) afirma que:

[La noción de culturema] ha de ser definida de tal manera que queden claros qué tipo de hechos lingüísticos pueden ser considerados como culturemas y cuáles no, o al menos, cuáles son los que mejor cumplen los requisitos de esta noción teórica que hemos llamado culturema. Es decir, se ha de poder establecer qué tipo de hechos lingüísticos cumplen el máximo de exigencias de la noción de 'culturema' y cuáles lo cumplen solo de manera parcial y débil.

Para ello, propone considerar cuatro parámetros de reconocimiento:

1. **Vitalidad, figuratividad y motivación.** La idea central que sustenta al culturema debe estar "viva" para los hablantes, es decir, debe existir conocimiento generalizado de las implicaciones simbólicas del mismo.
2. **Productividad fraseológica del culturema.** El culturema tiene la suficiente fuerza para servir de fuente de otras expresiones que giran en torno de su carga conceptual y para integrarse a diversos ámbitos discursivos (humor, cine, literatura, anuncios, argumentaciones, etcétera).
3. **Frecuencia de aparición en alusiones textuales, variaciones, explotaciones, etcétera.** El culturema se replica reiteradas veces en distintas instancias comunicativas.

4. **Complejidad estructural y simbólica.** El culturema es una palabra o expresión basada en una situación o historia conocida a la que remite para interpretar otra situación real inmediata. Puede establecer una relación figurada entre la situación real única y coyuntural y la situación estereotipada y modélica a la que hace alusión.

En concreto, puede decirse, entonces, que el alcance del culturema está determinado por su vigencia temporal, reconocimiento generalizado, validez referencial y presencia recurrente en diferentes géneros textuales.

En cuanto a su proyección, puede afirmarse que dispone de un espectro de operatividad no restringido a los confines de una nación ni extendido necesariamente a todos los hablantes de un mismo idioma. En este sentido, Luque Nadal (2009:101) señala que:

[...] existen culturemas específicos de un país junto a culturemas que se comparten entre distintos países y lenguas. Se trata, en este último caso, de zonas culturales que comparten unas tradiciones históricas, religiosas, etcétera [...] Cada país, cada cultura o cada pancultura, por ejemplo, la cultura occidental o la cultura musulmana, tiene sus mitos, su panteón de ejemplos del bien y del mal, de heroísmo y cobardía, de sabiduría y estupidez [...] Existen determinados culturemas que pertenecen no solo a una lengua sino a una “zona cultural”.

La variedad de matices interpretativos posibles dentro de una misma zona cultural para un mismo culturema convierten su indexación o recopilación en catálogos una empresa tan poco útil como practicable si su propósito es enumerarlos para atribuirles una equivalencia transcultural o para declararlos intraducibles. En el mejor de los casos, desde una perspectiva traductiva, documentarlos puede resultar pertinente para estudiar

su contenido extralingüístico, analizar su función y decidir atinadamente cómo abordarlos para recuperar su sentido y emular su finalidad, si así correspondiera hacerlo.

Función y tratamiento del culturema

Como ocurre con cualquier otra unidad de sentido, el culturema tiene por objeto transmitir algo con algún propósito. Su contenido extralingüístico puede referirse tanto a una realidad objetiva como a una realidad figurada. En el primer caso, su función es representar un elemento o entidad cultural que una sociedad asume como propios, originarios de su propio seno o inexistentes en otras sociedades mientras que, en el segundo caso, su función es presentar una visión particular de la realidad con la que se relaciona figurativamente a partir de algún tipo de analogía, similitud, connotación o rasgo compartido.

Luque Nadal (2009) argumenta que los culturemas se emplean para dar mayor expresividad, colorido y fuerza a un razonamiento o argumentación y destaca que cumplen tres funciones principales:

1. función estética, para realzar y adornar un texto;
2. función argumentativa, para contribuir con la fundamentación de un punto de vista o la defensa de una postura; y
3. función cognitivo-hermenéutica, para facilitar la comprensión de los avatares de la existencia.

Ante la presencia de un elemento cultural, será oportuno, entonces, encuadrarlo primero en su situación de origen o ámbito de pertenencia y confirmar ante todo que efectivamente se trata de un culturema y no de una pseudo marca cultural (Tanqueiro

2001 en Soria Orti 2012:19) utilizada como convención textual sin valor connotativo alguno.

Algunos traductores basan su aproximación a la identificación del culturema en las diversas clasificaciones que diversos especialistas han realizado agrupándolos en categorías según distintos ejes temáticos. Las más reconocidas son las de Nida (1945), Vlahov y Florin (1970), Newmark (1988), Nord (1994), Katan (1999) y Molina Martínez (2006).

Nida establece cinco dominios en los que pueden surgir interferencias culturales y, por tanto, ser fuente de problemas de traducción: la ecología (flora, fauna y fenómenos atmosféricos), la cultura material (objetos, productos y artefactos), la cultura social (trabajo y tiempo libre), la cultura religiosa y la cultura lingüística.

Vlahov y Florin distinguen cuatro grupos muy vastos de *realia* dentro de los que incluyen fenómenos geográficos y etnográficos; elementos folklóricos y mitológicos; objetos cotidianos y aspectos sociales e históricos (organización política, movimientos sociales, centros de enseñanza, y clases sociales)

Newmark se ciñe básicamente a la clasificación de Nida y le incorpora una nueva categoría cultural, la de los gestos y hábitos, con la cual inaugura el rubro de los elementos paraverbales.

Nord, por su parte, rescata los referentes culturales que afloran en un texto como consecuencia del trasfondo sociocultural que lo acompaña. En esa dirección, reconoce cuatro categorías: ambiente natural, modo de vivir, historia y patrimonio cultural.

Katan se aleja de las clasificaciones de Nida y Newmark y afirma que los aspectos de la cultura operan en todos los niveles y reconoce así seis niveles lógicos de cultura: el entorno; la conducta; las capacidades, estrategias y habilidades para comunicarse; los valores; las creencias y la identidad.

Finalmente, Molina Martínez revisa las clasificaciones de los autores anteriores y propone un concepto amplio para cada categoría. Su clasificación, que emplea buena parte de la terminología de Nida, se compone de cuatro grandes ámbitos culturales: el medio natural, el patrimonio cultural, la cultura social y la cultura lingüística.

Independientemente de los grupos y subgrupos de culturemas que pudieran conformarse según la naturaleza o los rasgos temáticos que comparten, el tratamiento de cada culturema se realizará de acuerdo con los criterios que cada traductor administre según las circunstancias de cada texto.

Una vez reconocido como culturema, será preciso determinar su marco de vigencia y desde esa perspectiva desverbalizar su contenido nocional, desentrañar qué función cumple y decidir cómo proceder para plasmar su sentido y su función en otra cultura. Con ese propósito, el traductor determinará el método, la estrategia y los procedimientos que aplicará para el tratamiento de cada culturema.

Respecto del método, Hurtado Albir (2001) indica que consiste en el desarrollo de un proceso traductivo regulado por diversos principios que se establecen en función del objetivo del traductor respondiendo a una opción global que recorre todo el texto. Los métodos cambiarán según el contexto situacional y la finalidad de la traducción. Referente a este punto, vale hacer hincapié en los enfoques que ofrecen House y Nord

respectivamente al analizar los escenarios que definen las posibilidades de traducción que admite un texto –oral o escrito- según su función en el marco de una concepción interpretativo-comunicativa de la traducción. Por su parte, House (1977) distingue:

- la **traducción patente, explícita o abierta**, que ofrece a los destinatarios en lengua meta acceso a la función del texto fuente en el marco lingüístico-cultural de origen y, por ende, no admite la condición de segundo texto original ya que el texto de partida está profunda y firmemente anclado en el contexto sociocultural de partida en tanto fue concebido estrictamente para los receptores de la cultura fuente aunque puede transmitirse a otros destinatarios en virtud del interés general que puede generar en ellos.

de

- la **traducción encubierta, implícita o cubierta**, que mantiene intacta la función del texto fuente y reviste la condición de “texto original” en el medio de llegada al no estar el texto fuente ligado específicamente al contexto sociocultural de partida por eso busca en otra lengua y en un mundo discursivo distinto una equivalencia para la función del texto original.

En la misma línea de House, Nord (1997) diferencia:

- la **traducción documental**, que ofrece al receptor de la cultura meta información acerca de cómo funciona o funcionó el texto fuente para sus destinatarios originales; sirve como “documento” de la interacción comunicativa original y se

asocia principalmente con los textos literarios, culturales, históricos y sociopolíticos.

de

- la **traducción instrumental**, que sirve al receptor de la cultura meta como instrumento de comunicación *per se* con igual función (o similar) a la del texto de origen; funciona como “instrumento” de comunicación entre el emisor de la cultura de origen y los receptores de la cultura meta, a los que llega a través de la mediación intercultural del traductor; se asocia principalmente con los textos técnicos, científicos, periodísticos, informativos, pragmáticos, etcétera.

La red de ideas, valores, principios de acción, alusiones o referencias que se configura a partir de un culturema lo convierten en una entidad multifacética en tanto ofrece tantas y tan variadas interpretaciones como permita su actualización dentro de una misma zona cultural, su evolución o desuso temporal, su mutación idiomática, etcétera. Desde esta perspectiva, ha de reconocerse que siendo el culturema parte integrante de una sociedad es complejo transplantarlo en forma intercultural e intelingüe manteniendo exactamente la misma carga semántica (denotativa, connotativa, estilística, referencial, etcétera) de origen. Por esta razón, el traductor necesita tener claros los parámetros dentro de los cuales funcionará el texto meta para evaluar qué tipo de traducción amerita; esto es, una traducción abierta o encubierta, en la visión de House, o documental o instrumental, en la de Nord. En cualquier caso, el tratamiento de los culturemas de cada texto no estará atado a una única alternativa sino a todas aquellas que se desprendan del análisis que cada traductor realice de los factores sociales, geográficos, temporales o

idiomáticos que determinan la vigencia del elemento cultural en cuestión y del grado de asimilación idiomático-cultural que la sociedad receptora del texto fuente esté dispuesta a tolerar cuando se encuentra ante referentes netamente extranjeros. De este análisis dependerán las estrategias que se pongan en práctica para administrar la transferencia del culturema.

En relación con esta última circunstancia, el traductor desarrolla una estrategia de abordaje y resolución de los problemas culturales que surgen durante el proceso de traducción que basa en diversos procedimientos, conscientes e inconscientes, verbales y no verbales, internos y externos, y que aplica para mejorar la eficacia traductora en función de las necesidades específicas de cada caso. Según lo requieran las circunstancias, el traductor, por ejemplo, puede desplegar una estrategia de ajuste de la distancia cultural que separa al texto fuente del texto meta basada en lo que House (1977) denomina “filtro cultural” y Harvey y Higgins (1992) definen como trasposición cultural derivada de cualquier solución traductora que no derive en traducción literal. Estos autores proponen escalones de aproximación a una u otra de las culturas involucradas en el proceso de transferencia: exotismo, préstamo cultural, calco, traducción comunicativa, traslación cultural. De esta manera, si se decide privilegiar el exotismo, la estrategia será utilizar un mínimo de adaptaciones y mantener los rasgos lingüísticos y culturales registrados en el texto fuente y, en la dirección inversa, si se opta por la traslación cultural, la estrategia será ajustar esos rasgos a la cultura de llegada.

Ya decidido el método y definidas las estrategias, resta administrar las técnicas de traducción que permitirán ponerlos en práctica. Se entiende por técnica el procedimiento

o mecanismo aplicado a microunidades textuales -en este caso, los culturemas- que conduce a resultados visibles de equivalencia en la traducción. Estas técnicas abarcan procedimientos muy diversos, recopilados en infinidad de obras, como la de Nida (1964), Vlahov y Florin (1970), Vázquez Ayora (1977), Newmark (1988), Hewson y Martin (1991), Hervey y Higgins (1992), Vinay y Darbelnet (1995), Molina Martínez (2006) y Mangiron (2006) entre otras. Ninguna de estas técnicas involucra un proceso mecánico en tanto su uso no responde a relaciones predeterminadas que establezcan correspondencia sistemática entre una variedad de culturema y un tipo de procedimiento para su resolución. Algunas de estas técnicas son la acuñación de un nuevo término, la adición, la adaptación, la ampliación lingüística, la amplificación, la asimilación cultural, el calco, la compensación, la compresión lingüística, la conversión, la creación discursiva, el equivalente acuñado, el equivalente cultural, el equivalente descriptivo, el equivalente funcional, la expansión, la explicitación, la descripción, la generalización, la marginalización, la modulación, la neutralización, la paráfrasis, la particularización, el préstamo, la reducción, la simplificación, la sustitución, la traducción aproximada, la traducción descriptiva, la traducción literal, la transposición y la variación. Ninguna de estas opciones es privativa de un tipo de texto: de hecho, en ciertas circunstancias, para la traducción de un mismo culturema, podrán aplicarse diferentes técnicas. Lo trascendental en todos los casos es que los procedimientos no se ejecuten de manera automática, como si fueran opciones preestablecidas para solucionar problemas por defecto, sino que se administren de modo que contribuyan a concretar con eficacia la estrategia trazada por el traductor sobre la base de un criterio marcado por el análisis profundo de las

circunstancias comunicativas de origen y la función que eventualmente desempeñaría la traducción para los receptores del texto meta.

Voces autorizadas en el tema han señalado diversos de los factores que intervienen en las decisiones del traductor. Entre ellas se destaca la de Newmark (1988), quien señala que las opciones por las que se inclina el traductor para resolver un culturema deben basarse en la finalidad del texto, la motivación y el nivel cultural de los lectores, la importancia el referente cultural en el texto original, el ámbito, la novedad del término y su futuro. Otras, como la de Florin (1993), sugieren que las decisiones de traducción deben fundarse en el carácter del texto, la importancia del elemento cultural en el contexto y en el texto, la naturaleza del elemento cultural (el grado de familiaridad para el lector, su registro, etcétera), el par de lenguas en cuestión y las características del lector. Por su parte, Hurtado Albir (2001) sostiene que al abordar un culturema deben considerarse factores como la relación entre cultura de partida y la cultura de llegada, el género textual de la obra original, la función de culturema original en el texto, la naturaleza del culturema en cuestión (características tales como la universalidad, el grado de novedad, el registro, etcétera); las características del destinatario y la finalidad de la traducción, que determina el método y las técnicas de traducción.

Globalización, culturemas y traducción

Buena parte –sino la totalidad- de las definiciones de culturema destacan como rasgo seminal de su entidad el contenido semántico-cultural que concentra y la complejidad que reviste a la luz de la comparación y el trasvase entre culturas. En virtud de esta caracterización, es posible argüir que el culturema refuerza su identidad en una

dimensión intercultural ya que puertas adentro una cultura no tendría por qué tener conciencia de los culturemas de los que es fuente en tanto no necesita compararlos con otra para advertir su existencia, su grado de unicidad ni su nivel de sofisticación.

Las diversas definiciones de culturema destacan también que su valor, validez y vigencia están estrechamente relacionados con el contexto en el que ocurre y que, por ende, no son universales en todos sus sentidos, invariables en el tiempo ni absolutos en todos los espacios sino solo en aquellos en los que se producen discordancias culturales puestas de relieve por la comparación que surge del contacto real o virtual.

En todos los casos, la traducción se advierte como terreno fértil para la detección de culturemas porque es un territorio de inevitable contacto y contraste idiomático-cultural.

En épocas pasadas, el contraste tardaba más en observarse porque dependía del contacto cercano entre los pueblos, de la contemplación e imitación de sus hábitos o directamente de la imposición de las costumbres de unos sobre otros. Con el advenimiento de la escritura primero, los medios audiovisuales luego y las vías de comunicación digital después, los culturemas comenzaron a circular a velocidades mucho más rápidas y a hacerse visibles a partir de la comparación hoy ya casi instantánea que se produce en el plano extralingüístico a través de la imagen primero y en el plano verbal inmediatamente después. En tiempos no muy lejanos, la traducción era uno de los campos en los que más visibilidad adquirirían los culturemas, justamente por su calidad de ámbito de comparación intercultural. Hoy, la globalización, a través de los espacios de difusión que genera, multiplica las zonas de contacto que funcionan como agente de

contraste y dejan al descubierto las ausencias o discordancias culturales. Las redes sociales, los medios de comunicación masiva, los foros virtuales y las plataformas audiovisuales así como su enorme capacidad de llegada a incontables destinatarios, la amplia libertad de acceso y utilización que ofrecen y la consiguiente interacción que se genera de manera constante entre los usuarios propician un escenario muy apto para el análisis de un fenómeno de gran dimensión.

La globalización funciona como la vidriera en la que las diversas culturas permanentemente exhiben sus distintos perfiles. Quedar expuestas ante millones de ojos, ya sea a través de los medios de comunicación o de la participación activa de sus propios miembros en las redes sociales, hace posible la comparación y la detección de coincidencias y diferencias. Puestos a contemplar lo que exhiben otras sociedades, a menudo descubrimos que concordamos con algunas en muchas más circunstancias de las que imaginábamos. Al mismo tiempo, ese mismo contacto e igual observación nos permiten descubrir realidades nuevas o nos muestran situaciones impensadas para nuestro entorno más cercano. Frente a fenómenos de esta envergadura, el traductor no se comporta como un simple testigo de la realidad, viéndola pasar sin mayores consecuencias o dejándose llevar por las tendencias. Dada su visión y formación multicultural polifacética, el traductor se percató de que ciertos rasgos que creía privativos de una de las culturas con las que comúnmente trabaja no lo eran tanto y, por el contrario, que aquello que consideraba moneda corriente dentro de una cultura, pese a no haber cambiado, deba renombrarse para estar a tono con nuevas tendencias o a la luz de las connotaciones que adquirió en otras culturas. Por ejemplo, durante las semanas en

que la crisis económico-financiera de Grecia se apoderó de la primera plana de casi toda la prensa global, la palabra “*Troika*” se reiteraba en titulares, artículos periodísticos, imágenes humorísticas, tuits, etcétera para referirse al trío de organismos internacionales compuesto por la Comisión Europea, el Banco Central Europeo y el Fondo Monetario Internacional. Estas tres entidades suelen ser reconocidas a partir de sus siglas CE, BCE y FMI. Sin embargo, además de ser más breve que los nombres completos, el término adquiriría una carga específico-cultural extra a la luz de la reinante situación en el país y la postura ideológica de su gobierno frente a este trío de negociación multilateral, por eso era utilizado incluso en los periódicos no griegos¹⁴.

Toury (1995) señala que cuando es preciso referirse a elementos de tinte netamente cultural puede optarse entre dos perspectivas distintas: el apego a las formas de la lengua fuente o la aproximación a las expectativas de la cultura meta. Para géneros textuales distintos de la ficción, hoy la tendencia es acercarse a las formas idiomáticas asociadas con el origen del elemento cultural para evitar ambigüedades, favorecer la homogeneidad, satisfacer la urgencia de nombrar los fenómenos que irrumpen por todos los flancos, no contradecir infructuosamente la tendencia onomástica que se impone desde el arranque. Este último criterio se ve claro en casos como el de la moda llamada “*unboxing*¹⁵” (sacar de una caja), que básicamente consiste en grabarse con algún

¹⁴ El sacrificio de Grecia, *Clarín*, 01 de agosto de 2015 Disponible en http://www.si.clarin.com/ieco/economia/sacrificio-Grecia_0_1405059714.html:

“Sin acuerdo será peor que Argentina 2001”, *Perfil*, 10 de julio de 2007. Disponible en <http://www.perfil.com/internacional/Sin-acuerdo-sera-peor-que-Argentina-en-2001-20150710-0071.html>

¹⁵ “What’s the deal with unboxing videos?” PBS Idea Channel, 12 de febrero 2014. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=xSUuO84BTSA&feature=youtu.be&t=1m18s>

dispositivo electrónico mientras se desembalan o desempacan los productos tecnológicos recién comprados y subir luego el video a alguna red social, presumiblemente para exhibir las compras hechas, dar a conocer su calidad y diseño, etcétera. El término hizo sus primeras incursiones en-línea en 2006¹⁶ y se impuso como tantos otros que irrumpen en las redes sociales o plataformas audiovisuales sin demasiada resistencia, primordialmente porque la imagen –como cualquier componente extralingüístico- tiene mayor velocidad de réplica que la palabra.

El caudal de información es tan vasto y su flujo tan veloz que al traductor le resulta casi imposible llegar a tiempo de intervenir en forma efectiva como mediador intercultural e interlingüe. En otras palabras, dada la rapidez con la que circula la información a través de los canales de difusión característicos del mundo globalizado se hace difícil esperar para nombrar los fenómenos que transitan por ellos ya que la denominación que adoptan circunstancialmente termina imponiéndose más por la intensidad de uso que por la capacidad onomástico-descriptiva que ostentan. La cantidad de menciones de un fenómeno en las redes sociales, medios de comunicación y plataformas audiovisuales es tan avasallante que podría afirmarse que lejos de extinguirse a causa de la creciente detección de coincidencias entre sociedades, los culturemas pueden llegar a replicarse al ritmo vertiginoso y cambiante con que van aumentando y alternándose los temas de discusión en las denominadas redes sociales.

A la luz de los hechos, entonces, cabría pensar que en la era de la globalización la tarea del traductor se ha simplificado considerablemente, más aún cuando buena parte

¹⁶ Tendencia de búsqueda de Google para “unboxing” <https://www.google.com/trends/explore#q=unboxing>

del planeta consume los mismos productos, mira las mismas películas, escucha la misma música y, por ende, comparte el mismo marco de referencia cultural. Si esto fuera así, la traducción sería una empresa sencilla por cuanto habría nombres compartidos para todos los conceptos culturales.

Al considerar teorías como la del escopo (Reiss y Vermeer, 1984), sobre la que la corriente funcionalista de la traducción basa su visión de las competencias que necesita desarrollar el traductor, se advierte la especial importancia que se le atribuye a este como profesional de la comunicación. Lejos de la imagen de terminólogo o diccionario andante con la que no pocos lo asocian, el traductor asume un papel más activo como especialista responsable de mediar entre las culturas (Katan, 1999). Así abandona su invisibilidad y comienza a intervenir abiertamente para facilitar la comunicación, la comprensión y la acción entre personas o grupos de personas que no comparten la misma lengua ni cultura. Sin embargo, en vista de los efectos supuestamente aglutinantes de la globalización, cabría redefinir su función profesional ya que las diferencias culturales parecieran ir camino de esfumarse en el dominio de una supracultura o cultura franca (Snell-Hornby 1999).

En general, el concepto de cultura tiende a relacionarse con el dominio de lo que se conoce como alta cultura, es decir, con obras literarias, artísticas o musicales de interés para un público sofisticado, no masivo como el que presumiblemente abarca la cultura popular. En lo que atañe a la traducción, aunque los rasgos específico-culturales suelen constituir un escollo de mayor incidencia en las obras literarias, los textos técnicos y científicos no están exentos de su problemática. Nedergaar-Larsen (1993: 211) presenta

un resumen somero de ciertas áreas culturales de especial dificultad para el traductor, que incluyen aspectos de todo tipo vinculados con la arquitectura, la biología, el entretenimiento y el esparcimiento, la geografía, hechos y eventos históricos, la industria, la meteorología, personas y personajes célebres, la idiosincracia, la organización política, las circunstancias sociales, la religión, la educación, los medios de comunicación, etcétera. Pese a su brevedad, la enumeración es tan abarcativa que demuestra el carácter transversal de la cultura, es decir, que los elementos específico-culturales se manifiestan en casi todos los órdenes de la vida y por ende su complejidad puede aflorar en cualquier tipo de texto y traducción. Un caso emblemático válido para ilustrar este punto es el que se presenta con “Orphan Annie Eye Nuclei”, una imagen específico-cultural de los EE.UU.- por *Anita la Huerfanita*, la protagonista de la pieza teatral- empleada comúnmente para describir la anatomía patológica del carcinoma papilar de tiroides, cuyos núcleos presentan una forma similar al de los ojos de este personaje de ficción en sus primeros dibujos¹⁷.

A los desafíos que representa la globalización en términos de complejidad cultural, se agrega la problemática lingüística que deriva del uso masivo de un idioma para canalizar buena parte de lo que fluye por las múltiples vías de comunicación que ofrece el mundo interconectado. En concreto, se advierte que el mundo está globalizado mayormente en inglés, es decir, una lengua a la que recurren millones de personas que

¹⁷ “Orphan Annie Eye nuclei: A historical note”, *American Journal of Surgical Pathology*, octubre de 1993, Volumen 17, Nº 10, p. 1067. Disponible en

http://journals.lww.com/ajsp/Citation/1993/10000/Orphan_Annie_Eye_Nuclei_A_Historical_Note_.14.aspx

“Carcinoma de tiroides”, Comunidad patológica, 22 de octubre de 2011. Disponible en <http://www.comunidadpatologica.com/2011/10/pathcard-carcinoma-de-tiroides-ep.html>

son hablantes de otras lenguas y pertenecen a culturas distintas, para comunicar(se), consumir información e incluso emitir su opinión sin esperar respuesta o interacción con otras.

Este panorama permite identificar por lo pronto dos focos de complejidad comunicativa, cuya resolución sigue -al menos hoy- en manos del traductor profesional:

- los usuarios globales del inglés como lengua franca no necesariamente administran este idioma con corrección, propiedad y eficacia

y

- la vehiculización masiva de la información a través de una lengua franca no supone uniformidad cultural entre quienes emplean esa lengua como moneda de cambio.

Existe una “variedad” de inglés, producto de su empleo como lengua franca en el mundo globalizado, que se caracteriza por estar mayormente desprovisto de marcas culturales y colmado de imprecisiones idiomáticas y expresivas como consecuencia del uso ocasional y a menudo descuidado de parte de individuos poco entrenados para su utilización correcta. En esa variedad idiomática se producen y publican documentos de los que se retroalimentan otros, muchos de los cuales terminan convertidos en encargos de traducción. Es así como un traductor profesional puede encontrarse con textos fuente en inglés cuyos emisores originales no son usuarios diestros en el manejo del idioma y en consecuencia necesitar destrezas y competencias a la altura de las dificultades para abordar contenidos de baja calidad verbal que deben quedar traducirlos como segundo original sin fallas.

Por otro lado, existen millones de usuarios muy competentes en el manejo del inglés pero extranjeros de las culturas a las que este idioma normalmente representa. Producen textos de buena calidad lingüística desvirtuados por lo que se conoce como falsos cognados culturales, es decir, por referentes de distinto valor transcultural erróneamente concebidos como equivalentes. También generan “textos híbridos”, que es como tradicionalmente se caracteriza al material que producen en inglés escritores africanos de la era poscolonial que se expresan con destreza en ese idioma pero piensan en su lengua materna. Esto es, personas que traducen sus ideas a una lengua en la cual no fueron pensadas, lo cual redundo en desfases culturales. Estos textos también son moneda corriente en el mundo globalizado y constituyen un verdadero riesgo para quienes se apoyan en ellos presumiendo que corrección idiomática es homologable a precisión de contenido extralingüístico. La anonimidad, rasgo bastante frecuente de estos textos, sumada al desconocimiento cultural de quienes los utilizan como recurso de documentación o fuente confiable de información son un peligro latente para la comunicación eficaz, que solo un traductor profesional, dotado de una visión cosmopolita de la realidad y por sobre todo formado con conciencia profunda de las potenciales discordancias transculturales, puede advertir y resolver.

La creencia de que la globalización simplifica la tarea del traductor incluso a niveles tan altos que en ciertos aspectos y campos temáticos minimiza su incidencia y rango de acción al punto de su extinción es tan extrema como infundada. Por el contrario, lejos de neutralizar su labor por medio de la pléyade de recursos cada vez más sofisticados que se desarrollan a partir de tecnologías en permanente avance, el mundo globalizado le

impone al traductor un nivel de exigencia creciente que va más allá de la capacidad de transferir contenidos interligualmente. Es por eso que hoy el traductor necesita profesionalizarse de manera interdisciplinaria a fin de desarrollar criterios de acción basados en el conocimiento de aspectos ligados a la sociolingüística, la psicolingüística, la comunicación, la antropología o la sociología, por mencionar unos pocos. Por otra parte, solo de un traductor humano -no mecánico- puede esperarse la administración de esos conocimientos en forma adecuada a las variables clásicas como el tiempo, el espacio y contexto sociocultural a las que se suman otras nuevas o renovadas a la luz de la globalización, como son la velocidad y la dimensión transcultural. La función del traductor actual suma a su papel de mediador interlingüe –toda traducción involucra dos idiomas por vez- la responsabilidad de no desatender las necesidades o expectativas culturales de sociedades sin ningún parentesco cultural cuyo único denominador común es el idioma que utilizan para comunicarse en forma permanente o circunstancial. Si bien este panorama es más común y más evidente en el caso de lenguas como el inglés o el español, también se manifiesta con otros idiomas y culturas que a su vez recurren al inglés como lengua de relevo, por eso el traductor necesita agudizar sus sentidos y desarrollar con mayor intensidad y oportuna destreza sus capacidades habituales máxime cuando debe desplegarlas atengo a variables de inusitada presión como tiempo, velocidad y espectro de alcance.

Culturemas de la era global en tiempo real

Así como están dadas las cosas, en el mundo globalizado la información fluye a gran velocidad por múltiples canales, rebota al instante en infinitos puntos del planeta y alcanza a millones de personas que la consumen de inmediato y la hacen propia casi en el acto. Sin embargo, al día de hoy, también existen millones de personas para las cuales el acceso a la tecnología y la conectividad permanente no son prioridad por cuestiones tan diversas como el desinterés, la edad, la capacidad de manejo, imposibilidad de uso, la carencia de las herramientas necesarias, la falta de tiempo, etcétera. Desde esa perspectiva, podría argumentarse que la globalización incluso es fuente de culturemas propios, nacidos bajo las mismas circunstancias de comparación y contraste que dan vigencia a cualquier otro culturema pero en condiciones de trasvase distintas porque los límites que lo definen exceden las demarcaciones en el sentido con el que las conocemos convencionalmente.

En tiempos en los que los dispositivos electrónicos de captación y difusión de la información nunca se apagan, los fenómenos nuevos y masivos tienen altas posibilidades de darse a conocer no solo en la dimensión de la cultura en la cual se generan sino a nivel global, así es que el ámbito de origen de un elemento o comportamiento cultural puede pasar a segundo plano en cuestión de minutos y adquirir fuerza y vigencia a partir de esa dinámica de réplica vertiginosa y descontrolada que se ha dado en llamar “viralización”. De este modo, la nueva realidad se potencia y adquiere identidad para los millones que la reconocen e interpretan a través del mundo digital pero pasa inadvertida para quienes no forman parte de la cultura global en tanto no frecuentan las vías de las que se sirve para comunicar o exhibir. Como ejemplo de esta circunstancia puede citarse el caso de un

vídeo del cantante surcoreano Psy, quien inauguró un estilo de baile peculiar conocido como “*gangman style*”, el cual que se volvió masivamente popular en las plataformas de audio e imagen por las que se difundió, al punto de que una de ellas debió modificar técnicamente su capacidad de contabilización de visitas para adecuarla a las cifras siderales de personas interesadas en mirarlo¹⁸.

En estos casos, no se trata solo de la representatividad cultural del fenómeno sino de la inmediatez con que se lo apropia la comunidad interconectada globalmente y lo convierte en una cápsula de sentido casi exclusivo para quienes acceden a las redes sociales, plataformas audiovisuales, foros virtuales, portales web de noticias digitales y cualquier otro tipo de medio por los que transita velozmente la información. Estos fenómenos, como cualquier otro que da origen a un culturema, nacen en el plano extralingüístico, se hacen visibles a otras culturas antes por la imagen que por su designación lingüística y, en consecuencia, no dan tiempo a que el trasvase cultural llegue por medio de la palabra. Y si esto sucede es bastante factible que su verbalización se produzca primero en el espacio virtual y recién después se traslade al papel o formatos digitales con similar función.

Conclusiones

La globalización facilita la circulación de un vasto caudal de información nueva, actual o pasada a través de canales y vías de comunicación a los que millones de personas pueden acceder en forma permanente, simple, rápida y ágil casi desde cualquier lugar del

¹⁸ “El Gangnam Style' ‘rompió’ el contador de vistas de YouTube”, *Clarín*, 04 de diciembre de 2014.

mundo. La disponibilidad de esa información permite investigar y confirmar con mayor certeza que muchas de las realidades específico-culturales que se creían privativas de una sociedad también están presentes en otras y que, por ende, no podrían concebirse como unidades de sentido cultural verdaderamente exclusivas para una sola.

Por otro lado, la posibilidad de acercamiento virtual o real que se genera a través de las redes de comunicación permite conocer (mejor) otras sociedades, adoptar algunos de sus hábitos, compartir algunas de sus preferencias, emular algunas de sus costumbres o plegarse a algunas de sus tendencias, y, por ende, empezar a combinarlas con las propias de modo que poco a poco todas fueran confluyendo en lo que podría considerarse una suerte de cultura franca.

Asimismo, es tal la celeridad con que irrumpen y se divulgan muchas de las nuevas realidades culturales con potencial para convertirse en culturemas que paradójicamente parecieran no contar nunca con el tiempo necesario para consolidarse como tales porque la división nata entre culturas es cada vez más difusa y a poco de surgir ya son propiedad compartida con gran parte de las culturas que no la generaron, aunque conserven, eso sí, para la mayoría conserve su nombre de origen.

Ante este tipo de evidencia, no sería descabellado suponer que llegará el día en que ya no queden culturemas, sea porque el caudal de registros tanto escritos como audiovisuales permitirán comprobar que nada es netamente específico-cultural de una sociedad o porque en tiempos de interconectividad permanente todo se comparte al instante entonces nada perdura como propio con la fuerza y unicidad necesarias para convertirse en elemento específico-cultural.

Sin embargo, la globalización no pareciera ser motivo de una eventual extinción de los culturemas sino un fenómeno fuertemente sustentado en la información compartida que, mediante las herramientas tecnológicas de las que se vale, hace visible una realidad independiente de ella: esto es, que las culturas siempre han tenido más puntos en común de lo que creen, por eso, elementos tradicionalmente reconocidos como culturema por supuestos rasgos específico-culturales son en verdad patrimonio compartido de numerosas sociedades cuya base de diferenciación es principalmente su raigambre onomástica.

Sostiene el sociólogo Karl Otto Hondrich (1999) que el conocimiento compartido de cualquier hecho siempre se complementa con algún tipo de conocimiento específico-cultural, presuposiciones y prejuicios que derivan en distintas interpretaciones. En otras palabras, todo lo que llega a una sociedad de una manera más o menos globalizada, se filtra, se interpreta y se localiza de manera individual. La amalgama de costumbres, preferencias y tendencias nunca es absoluta porque cada sociedad termina por recrearlas, reinterpretarlas o readaptarlas aunque sea mínimamente según su propia visión, idiosincrasia, etcétera, y, por eso, ninguna corre riesgo de desaparecer por completo dentro de una cultura híbrida.

Por otra parte, la globalización tampoco pareciera ser fuente de realidades específico-culturales ni constituir un medio capaz de potenciar su proliferación: en rigor, son los medios de los que se vale los que, si acaso, contribuyen a difundir en forma masiva y con vertiginosa rapidez elementos germinados específicamente en el seno de una sociedad, con independencia de la visibilidad que luego adquieren gracias a diferentes vías

de diseminación. Los canales de difusión de la información característicos del mundo globalizado no constituyen la génesis de nuevos fenómenos culturales ni alientan su procreación en cadena: una realidad –objetiva o figurada- no nace como elemento-específico cultural a expensas de la globalización sino que, en el mejor de los casos, le debe a ella hacerse conocida velozmente por intermedio de los canales de comunicación característicos de la era global. La diseminación rápida y masiva de los fenómenos culturales no los hace ser más en número ni multiplicarse por contagio así como su desconocimiento prolongado o difusión tardía tampoco los vuelve más genuinos o distintivos de una sociedad.

Si acaso la globalización interviene de alguna manera en el desarrollo de un culturema es por la incidencia que puede ejercer en términos del contexto de actuación y de las circunstancias de trasvase. En un mundo globalizado como el de hoy, los límites que marcan las circunstancias de actualización de un culturema nuevo se vuelven más difusos porque la circulación de la información trasciende las barreras geopolíticas y culturales convencionales y la comparación o contraste puede llegar a establecerse de acuerdo con una nueva línea de trasvase que separa la comunidad globalizada de la comunidad no globalizada. Del lado de la comunidad globalizada quedan los millones de personas interconectadas tecnológicamente cuya cultura, lengua madre o ubicación geográfica no inciden de manera determinante para la identificación de una realidad nueva generada por otra sociedad mientras que del lado de la comunidad no globalizada quedan aquellos que no la reconocen por cuestiones distintas de sus rasgos específico-culturales, esto es, no la identifican simplemente por no utilizar los canales de difusión de

la información característicos del mundo globalizado y, en consecuencia, no poder captarla visualmente.

El ritmo que adquiere la difusión de la información en el mundo globalizado no da tregua al traductor por motivos que van desde tener que desplegar las competencias básicas tradicionales bajo presiones (de tiempo, calidad, costo, etcétera) cada vez mayores a deber administrar conocimientos multidisciplinarios de distintas ciencias (sociología, antropología, psicolingüística, etcétera) junto con el desarrollo de una aguda destreza para el descarte de información cibercirculante poco fiable por lo imprecisa y mal traducida en la que otros se basan para la elaboración de textos que luego se convierten en encargos de traducción. Es tal el flujo y el volumen del material específico-cultural disponible para los usuarios que frecuentan el ciberespacio que a su papel central como mediador intercultural interlingüe, el traductor suma la función de catalizador de culturemas. Esto es, en el marco de una problemática complejizada por la avalancha de acciones, reacciones, comportamientos, costumbres y actos diversos de la vida diaria que se registran y se comparten permanentemente a través de los canales de comunicación del mundo global, el traductor debe ser filtro de la interferencia lingüística disfrazada de neologismo necesario para caracterizar una supuesta realidad cultural y a su vez identificar aquella cuya carga semántico-cultural amerita reconocimiento onomástico en la lengua meta. Como señala Venuti (2000:468),

La traducción nunca comunica sin escollos porque el traductor negocia las diferencias lingüísticas y culturales de un texto extranjero y las reduce al tiempo que genera otra serie de diferencias, básicamente internas, tomadas de la lengua y la cultura receptoras para posibilitar la llegada de lo foráneo.

Uno de los mayores desafíos que enfrenta el traductor en estas circunstancias es lidiar con términos emergentes de traducciones improvisadas ante la urgencia de hacerse eco de una novedad. Los millones de personas que participan en las denominadas “redes sociales” son en muchos casos quienes -sin proponérselo, como simples hablantes necesitados de encontrar nombres para designar lo que perciben- terminan imponiendo el rótulo onomástico con que ha de identificarse una realidad cultural nueva. Lo mismo puede ocurrir con una realidad de existencia previa que se renombra por alguna causa que renueva su validez. Dado el ímpetu por presentar la noticia, los medios de comunicación se muestran proclives a reproducir los nombres que se replican exponencialmente por distintos canales de comunicación virtual sin demasiada posibilidad de que el traductor haga a tiempo de evaluar la situación antes de actuar valiéndose de recursos como la acuñación de términos nuevos, la adopción del préstamo naturalizado o la reutilización de términos existentes específicos y perfectamente aptos para representar la realidad que a simple vista se observa como elemento vinculado con las circunstancias culturales de otra sociedad.

La dinámica de circulación de la información y las nuevas tecnologías asociadas con la era global lejos de obliterar la tarea del traductor lo coloca en el centro de un proceso de catálisis lingüístico-cultural que le exige traducir respetando las diferencias específico-culturales pero evitando consecuencias como la atrición de la lengua meta y la aculturación, deculturación o trasnculturación con las que se suele vincular a la globalización. Esto implica contar con conocimientos multidisciplinarios que trascienden el despliegue de la competencia traductora y que la complementan a fin de reconocer

cultuemas reales para darles el tratamiento pertinente y segregarlos de las simples tendencias onomásticas impuestas por la intensidad de uso virtual y por la cantidad mundial de menciones en las redes sociales, plataformas audiovisuales virtuales y demás vías de comunicación global.

Referencias bibliográficas

ALESINA, N. y V. VINOGRADOV (1993) *Teoría y praktika prievoda (ispanski-ukrainski-puski)* [Teoría y práctica de la traducción. El español]. Kiev: Visca škola.

BAKER, M. (1992) *In Other Words*. Londres: Routledge.

BENEDICT, R. (1959) *Patterns of Culture* (Sentry Edition). Boston: Houghton Mifflin

BÖDECKER, B. y K. FREESE (1987) "Die Übersetzung von Realienbezeichnungen bei literarischen, Texten: Eine Prototypologie", *Textcontext*, 2 (3), pp. 137-165.

CALVI, M. V. (2006) *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco Libros.

CARTAGENA, N. (1998). "Teoría y práctica de la traducción de nombres de referentes culturales específicos" en M. Bernal y C. Contreras (eds.) (1998) *Por los caminos del lenguaje*. Temuco: Sociedad Chilena de Lingüística, Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación, pp. 7-22.

FLORIN, S. (1993) "Realia in Translation", en P. Zlateva (ed.), *Translation as Social Action. Russian and Bulgarian Perspectives*, Londres: Routledge, pp. 122-128.

FRANCO AIXELÁ, J. (1996) "Culture-specific Items in Translation" en R. Álvarez y M. Carmen-África Vidal (eds.) *Translation, Power, Subversion*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 52-78.

HERRERO, L. (1998) "Sobre la traducibilidad de los marcadores culturales" en A. Chesterman et al. (eds.) (2000), *Translation in Context: Selected Contributions from the EST Congress, Granada*. Philadelphia: John Benjamins, pp. 307-316.

HERVEY, S. e I. HIGGINS (1992) *Thinking Translation. A Course in Translation Method: Spanish to English*. Londres: Routledge

HERVEY, S. et al (1995) *Thinking Spanish Translation. A Course in Translation Method: Spanish to English*. Londres: Routledge.

HEWSON, L. y J. MARTIN (1991) *Redefining Translation. The Variational Approach*. Londres: Routledge.

- HONDRICH, K. O. (1999) "Der kommunizierende Mensch", *Der Spiegel*, pp. 132-145.
- HOUSE, J. (1977) *A Model for Translation Quality Assessment*. Tübingen:Narr.
- HURTADO ALBIR, A. (2001) *Traducción y Traductología*. Madrid: Ediciones Cátedra (Grupo Anaya).
- JAKOBSON, R. (1962) "Sur la théorie des affinités phonologiques entre des langues", *Selected Writings*, vol. 1, pp. 234-246. La Haya: Mouton.
- KADE, O. (1964) "Ist alles übersetzbar?" *Fremdsprachen*, 2: 84-99.
- (1968) Zufall und Gesetzmässigkeit in der Übersetzung, Beiheft I. Leipzig: Fremdsprachen.
- KATAN, D. (1999) *Translating Culture-An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- KOVADLOFF, S. (2002) "La siembra de la ignorancia", *La Nación Revista*.
- LEPPIHALME, R. (1997) *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusion*. Clevedon: Multilingual Matters.
- LUQUE NADAL, L. (2009) "Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?", *Language Design 11*, pp. 93-120.
- MANGIRON I HEVIA, C. (2006) *El tractament dels referents culturals a les traduccions de la novel·la Botxan: la interacció entre els elements textuais i extratextuals*, tesis doctoral. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Departamento de Traducción e Interpretación.
- MARGOT, J. C. (1979): *Traduire sans trahir. La théorie de la traduction et son application aux textes bibliques*, Laussane: L'Age d'Homme.
- MAYORAL ASENSIO, R. (1994) "La explicitación de información en la traducción intercultural" en A. Hurtado Albir (ed) *Estudis sobre la traducció*. Barcelona: Publicacions de la Universitat Jaume I, pp. 73-96.
- MAYORAL, R. Y R. MUÑOZ (1997) "Estrategias comunicativas en la traducción intercultural" en P. Fernández y J. M. Bravo (coords.), *Aproximaciones a los estudios de traducción*. Valladolid: Servicio de Apoyo a la Enseñanza, Universidad de Valladolid, pp. 143-192.
- MEILLET, A. (1921) "La probleme de la parente des langues" en *Linguistique historique et linguistique generale*. París: Champion.
- MOLINA MARTÍNEZ, L. (2001) *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- (2006) *El otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.

NEUBERT, A. (1973) "Name und Übersetzung" en *Der Name in Sprache und Gesellschaft: Beiträge zur Onomastik*, Reihe Deutsch-Slawische Forschungen zur Namenkunde und Siedlungsgeschichte 27: 74-9. Berlín.

NEDERGAARD-LARSEN, B. (1993) "Culture-bound problems in subtitling", *Perspectives: Studies in Translatology*. 1(2):207-241.

NEWMARK, P. (1988) *A textbook of translation*. Nueva York: Prentice Hall.

----- (1992[1987]) *A Textbook of Translation*. Nueva York: Prentice Hall Longman
ELT

NIDA, E. (1945) "Linguistics and ethnology in translation problems" en E. Nida (ed.) (1975) *Exploring Semantic Structures*. Munich: Wilhelm Fink Verlag, pp. 194-208.

----- (1964) *Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating*. Leiden: Brill Archive.

NIELSCH, G. (1981) Spezifische Bezeichnungen, Realienbezeichnungen. *Fremdsprachen*, 25, 3: 167-72.

NORD, C. (1997) *Translating As a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.

OKSAAR, E. (1988). *Kulturremtheorie. Ein Beitrag zur Sprachverwendungsforschung*. Hamburg: Göttingen.

REISS, K. y VERMEER, H. (1984) *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Max Niemeyer.

REYBURN, W.D. (1970) "Cultural Equivalence and Non-Equivalence in Translation II", *The Bible Translator* 21/1: 26-35.

SAMOVAR, L. A., R. E. PORTER y E. R. MCDANIEL (2012) *Intercultural communication-A Reader* (13th ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning.

SANTAMARÍA, L. (2001) "Función y traducción de los referentes culturales en subtitulación" en L. Lorenzo et al. (eds.), *Traducción subordinada (II): el subtitulado*. Vigo: Universidad de Vigo, pp. 237-248.

SNELL-HORNBY, M. (1999) "Communicating in the Global Village: On Language, Translation and Cultural Identity" en C. Schäffner (ed.) *Translation in the Global Village*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 11-28.

----- (2006) *The Turns of Translation Studies New paradigms or shifting viewpoints*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

SORIA ORTI, M. (2012) *Análisis traductológico de referentes culturales en La Testa Perduta di Damasceno Monteiro de Antonio Tabucchi*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Departamento de Traducción e Interpretación.

TYLOR, E. B. (1871) "La ciencia de la cultura" en J. S. Kahn (1995) *El concepto de cultura*. Barcelona: Anagrama, pp. 29-46.

TOURY, G. (1995) *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins.

VÁZQUEZ AYORA, G. (1977) *Introducción a la traductología; Curso básico de traducción*. Washington, D.C.: Georgetown U.P.

VENUTI, L. (2000) *The Translation Studies Reader*. Londres: Routledge.

VINAY, J. P. y J. Darbelnet (1965) *Stylistique comparée du français et de l'anglais: méthode de traduction*. 2ª ed. París: Didier.

----- (1995) *Comparative Stylistics of French and English, a Methodology for Translation*, traducido y editado por Juan C. Sager y M. J. Hamel, Benjamins Translation Library, vol. 11. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

VLAKHOV, S. y S. FLORIN, S. (1970) "Neperevodimoye v perevode: realii", *Masterstvo perevoda*. Moscú: Sovetskii pisatel, pp. 432-56.

ZETHSEN, K. (2006) "The Translator as Cultural Mediator" en I. Askehave y B. Norlyk (eds.) *Meanings and Messages*. Arhus: Academia, pp. 97-114.