

**COMPARACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA TRADUCCIÓN DE
NEOLOGISMOS**

**ESTEBAN AMÓRTEGUI CENDALES
OSCAR DANIEL RANGEL CRUZ**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
DEPARTAMENTO DE LENGUAS
BOGOTÁ
2008**

**COMPARACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA TRADUCCIÓN DE
NEOLOGISMOS**

**ESTEBAN AMÓRTEGUI CENDALES
OSCAR DANIEL RANGEL CRUZ**

**Trabajo de grado para optar al título de
licenciado en lenguas modernas**

Asesora

EMMA CRISTINA MONTAÑA

Traductora

**Jefe Departamento de Traducción
Pontificia Universidad Javeriana**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
DEPARTAMENTO DE LENGUAS
BOGOTÁ
2008**

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a cada una de las personas que de una u otra forma colaboraron en la realización de este trabajo que con sus aportes ayudaron a cumplir los fines de esta labor investigativa.

De manera especial, quisiéramos agradecer a Emma Cristina Montaña (Asesora), a Juan Manuel Pombo (Traductor), a Harold Castañeda (Departamento de Investigación Lenguas Modernas) y a Abel Rangel, por su permanente apoyo y acompañamiento. Sus aportes y recomendaciones facilitaron la realización de esta investigación.

Abstract

This study aims at identifying strategies –both theoretical and empirical (created throughout the translators’ daily work)- for translating neologisms, based on a comparative analysis of one single text translated from English into Spanish by two human translators. It is worth noting that the original text is a user’s manual of an iPhone. The main findings suggest that although the translators are not familiar with the technical names of the strategies for translating neologisms, they use them in most cases intuitively and tend to follow the same steps contemplated in the theoretical strategies.

Key words

Neology, neologisms, translation strategies (for neologisms), coinage, culture, context, technology, linguistic imperialism, description, comparative analysis

Resumen

Este estudio busca identificar estrategias – tanto teóricas como empíricas (creadas a través de la práctica de los traductores) – para la traducción de neologismos a partir del análisis comparativo de un texto traducidos de inglés a español por dos traductores humanos. Vale la pena destacar que el texto original usado para esta investigación es el manual de un iPhone. Los resultados muestran que aunque los traductores desconocen los nombres técnicos de las estrategias para traducir neologismos, las usan casi siempre intuitivamente; además, tienden a seguir los mismos pasos que se contemplan en las estrategias propuestas por la teoría para la traducción de estas palabras.

Descriptores

Neología, neologismos, estrategias de traducción (para neologismos), acuñamiento, cultura, contexto, tecnología, imperialismo lingüístico, descripción, análisis comparativo.

Bogotá, 1º de diciembre de 2008

Profesor
JAVIER REDONDO
Director
Licenciatura en Lenguas Modernas
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Ciudad

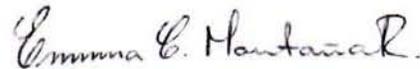
Apreciado Javier:

Con ésta quiero comunicarte que, después de haber trabajado durante el presente año con los estudiantes ESTEBAN AMÓRTEGUI y OSCAR RANGEL como asesora de su trabajo de grado, considero que el ejercicio investigativo que ellos han venido haciendo está terminado y listo para ser evaluado.

El tema del trabajo, **Estrategias para la traducción de neologismos**, nos ha parecido muy interesante y creo que tanto los estudiantes como yo hemos reafirmado conocimiento y adquirido información nueva y valiosa. Confío en que el trabajo que Oscar y Esteban entregan hoy refleje nuestro gusto por el tema y el esfuerzo y dedicación que los muchachos han invertido en este proceso de investigación. Ojalá sea un grano de arena para beneficio de la Licenciatura que diriges y para el avance de los estudios en Traductología.

Aprovecho para agradecer tu comprensión con la situación coyuntural que se presentó en la semana anterior y la prórroga que concediste a los estudiantes para la entrega de su tesis.

Recibe cordial saludo,



Emma Cristina Kitty Montaña R.

Asesora

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	9
2. PROBLEMA	10
2.1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	10
2.1.1. Situación problemática	10
2.1.2. Interrogante	15
2.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	15
2.2.1. Antecedentes	15
2.2.2. Importancia de la investigación	22
3. OBJETIVOS	24
3.1. Objetivo general	24
3.2. Objetivos específicos	24
4. MARCO DE REFERENCIA	24
4.1. MARCO TEÓRICO	24
4.1.1. La traducción como campo de la lingüística aplicada	25
4.1.2. Los enfoques críticos de la traducción	26
4.1.3. Imperialismo lingüístico	27
4.1.4. Traducción, cultura y contexto	32
4.1.5. Neología	35
4.1.6. Neologismos	38
4.1.7. Estrategias de traducción	50
4.1.7.1. Estrategias para la traducción de neologismos	54
4.1.8. Aceptación de neologismos	55

4.2. MARCO METODOLÓGICO	57
4.2.1. Metodología específica	61
4.2.1.1. Identificación del texto	61
4.2.1.2. Creación del corpus	65
4.2.1.3. Traducción	66
4.2.1.4. Análisis	66
4.2.1.5. Constatación	68
4.2.1.6. Interpretación	69
4.2.1.7. Conclusiones	72
5. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS	78
ANEXOS	81

1. INTRODUCCIÓN

La creación de nuevos procesos, objetos y nociones en campos como la tecnología y las comunicaciones, entre otros, hacen que la frecuencia con que los traductores se enfrentan a nuevos términos sea bastante alta. Hoy en día, tanto traductores en ejercicio como estudiantes y usuarios de la traducción deben estar preparados para enfrentar esta realidad; y aunque existen estrategias teóricas que ayudan a resolver este problema, muchos traductores optan por transferir los nuevos vocablos del idioma fuente a la lengua de destino sin hacerles ninguna modificación. Esto representa un problema para muchas personas ya que al verse enfrentadas a un nuevo término en una lengua extranjera pueden no comprender bien su significado. De igual manera, esta transferencia de nuevas palabras puede representar un problema para la lengua a la que se traduce ya que la vitalidad de una lengua depende de su evolución mediante la creación e inclusión de nuevas palabras que designen nuevos conceptos.

Por otra parte, hay traductores que desconocen la existencia de estrategias para resolver este tipo de problema por distintas razones. Una de ellas es que su formación no es teórica o académica sino empírica. Otra razón es la falta de estudios descriptivos al respecto; resulta entonces interesante comparar las estrategias de traducción de neologismos usadas en la práctica profesional de los traductores con aquellas propuestas por la teoría con el fin de evidenciar si existe realmente un divorcio entre unas y otras. Los resultados obtenidos permitirán determinar si los traductores en su labor diaria emplean las estrategias propuestas por la teoría o si, por el contrario, han creado unas propias para lidiar con este tipo de innovaciones léxicas.

2. PROBLEMA

2.1. PRESENTACION DEL PROBLEMA

2.1.1. Situación problemática

Esta investigación nace de una inquietud que tuvimos al tomar la primera asignatura del énfasis en traducción ofrecido por la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana llamada Introducción a la Traducción. Unas lecturas asignadas para el curso y tomadas del capítulo II, *What Translation Theory is about*, del libro *Approaches to Translation* de Peter Newmark¹, que hacían referencia a los neologismos en la traducción, nos hicieron pensar en que este fenómeno de innovación léxica es un hecho al que diariamente, creemos, se ven enfrentados no solamente los estudiantes de traducción y los traductores profesionales sino también toda persona que se interese por la traducción.

Como lo afirma Newmark², uno de los mayores retos a los que se enfrenta un traductor es la traducción de neologismos: *“Las mayores dificultades al traducir son de tipo léxico, no gramatical: palabras, locuciones y modismos, los cuales incluyen neologismos y palabras que difícilmente se pueden encontrar. Las dificultades que presentan las palabras son de dos tipos: de comprensión y de traducción”*³. El primer tipo se entiende como el problema para descifrar el sentido detrás de una palabra desconocida; el segundo se refiere al problema para encontrar el equivalente de una palabra del texto de partida en la lengua de llegada. Por otra parte, en el mismo texto en mención,

¹ Newmark, P. (1988) *Approaches to translation*. Prentice Hall, IELT, UK.

² Newmark, P. (1988) *A textbook of Translation*. Prentice Hall. International. UK.

³ El texto citado en comillas es una traducción libre hecha por los autores del presente trabajo.

Newmark⁴ equipara el problema de la traducción de neologismos con la traducción de otro tipo de palabras y frases: *“En últimas, el teórico de la traducción se preocupa por ciertos problemas: metáforas; sinónimos; nombres propios; términos institucionales y culturales, ambigüedades gramaticales, léxicas y referenciales; clichés; citas; enfoques culturales; coincidencias; idiolectos; neologismos; poesía; jerga”*⁵. Según el autor, los neologismos representan un gran reto para los traductores profesionales puesto que a diario se crean nuevos procesos, objetos y nociones en campos como la tecnología, la ciencia y los medios de comunicación; las jergas y los dialectos también aportan a este proceso de innovación léxica. El autor añade que los neologismos surgen a un ritmo tan acelerado que se calcula en tres mil palabras creadas anualmente en cada lengua y, por consiguiente, es cada vez más frecuente encontrarse con estas innovaciones en artículos y libros. Sin embargo, Newmark también afirma que es imposible precisar el número de neologismos en una lengua ya que algunos son usados por poco tiempo, otros tienen poca aceptación o se olvidan y otros adquieren nuevos significados que pueden perdurar o no en el tiempo. Creemos que, debido a los avances tecnológicos, los manuales de tecnología y el Internet son dos ámbitos donde se observa este tipo de innovaciones. Desde nuestro punto de vista, tanto los traductores en ejercicio como los estudiantes y los usuarios de la traducción no son ajenos a la problemática que representa la traducción de neologismos.

Según García⁶, filólogo español, destacado traductor y teórico de la traducción, en muchos casos los traductores optan por transferir las palabras nuevas sin ninguna modificación. En nuestra opinión, esta decisión representa un problema puesto que la mayoría de las personas al leer una traducción enriquecen su vocabulario en inglés en detrimento de su

⁴ Newmark, P. (1988) A textbook of Translation. Prentice Hall. International. UK.

⁵ El texto citado en comillas es una traducción libre hecha por los autores del presente trabajo.

⁶ García, V (2004). Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor. Gredos, Madrid.

vocabulario en español y pueden terminar adoptando extranjerismos y limitando su significado aunque en la lengua fuente tengan más de uno.

García⁷ asegura que el español es una lengua poco acogedora de neologismos y añade que esta tendencia restrictiva es una verdadera lástima ya que puede ser empobrecedora. El autor recomienda la adopción de una actitud abierta y acogedora, por parte del español, para el **préstamo** y el **calco** (entendidos, según este autor, como dos maneras de resolver el problema de los neologismos, cuya definición se abordará en el marco teórico de nuestro trabajo). También aclara que la **derivación** y la **composición** son otras maneras de crear nuevas palabras sin necesidad de recurrir a una lengua extranjera.

Para constatar que efectivamente la traducción de neologismos es un hecho problemático en nuestro contexto, decidimos hacer una encuesta (Ver Anexo 1) a traductores con amplia experiencia en la traducción de textos en diversos campos del conocimiento. La encuesta fue diseñada teniendo en cuenta factores como los campos del conocimiento con mayor frecuencia de aparición de nuevas palabras, la frecuencia con que los traductores se enfrentan a neologismos, las posibles dificultades para traducirlos y la manera óptima de resolver el problema en mención. La entrevista se hizo a tres traductores profesionales; a dos de ellos se les envió el cuestionario por correo electrónico y al otro se le entregó personalmente. En el análisis de los resultados se observó que los traductores contestaron algunas preguntas de manera similar; en otras, sus opiniones y experiencias son comunes. Después de analizar las respuestas pudimos corroborar la sospecha originada en nuestra clase Introducción a la Traducción y en las lecturas de la bibliografía consultada: los neologismos como fenómeno de la traducción son problemáticos y es claro que para enfrentarse a ellos hay que tener ciertas herramientas que faciliten su traducción.

⁷ *Ibid.*

También pudimos concluir que la frecuencia con la que los traductores se enfrentan a la traducción de nuevos términos que surgen en inglés es alta. A pesar de que los neologismos son un fenómeno que atañe a todos los campos del saber, encontramos que los traductores encuestados coinciden en afirmar que en campos como la informática y las comunicaciones (por los avances tecnológicos que son significativos, frecuentes y rápidos), los negocios y las ciencias sociales se presenta la mayor afluencia de innovaciones léxicas provenientes del inglés.

Por otra parte, dos de los traductores mencionaron como causa principal del problema que representan los neologismos en la traducción el hecho que los conceptos designados por dichas palabras son nuevos y, en consecuencia, es menester recurrir a búsquedas en Internet que permitan hacer visible su uso en contexto. Lamentablemente, esas búsquedas a menudo son infructuosas y muy dispendiosas.

Entre los factores que los traductores encuestados tienen en cuenta para la traducción de neologismos están: su origen, es decir, sus raíces etimológicas para entender el concepto detrás del término y encontrar un equivalente que sea de uso corriente en español; el campo disciplinar al que pertenece el término; el contexto en que se usa; y el uso que le dan los expertos del campo pertinente.

Finalmente, los traductores coincidieron en que para traducir un neologismo se debe, ante todo, buscar si existe un equivalente en la lengua de llegada; de haber un término tentativo, éste y el original deben ir entre paréntesis o en bastardilla. Cuando no existe tal equivalente, el traductor puede tomar dos caminos: proponer una traducción acogiéndose a las reglas morfológicas y

sintácticas de la lengua destino o añadir una explicación del término original escribiendo el término en bastardilla y la explicación entre paréntesis.

Todas estas razones nos hacen pensar que es necesario y pertinente el uso de estrategias tendientes a facilitar la labor de traducir neologismos. Los desarrollos teóricos en el campo de la traducción sí han contemplado la identificación de estrategias utilizables en la traducción de neologismos. Sin embargo, nos intriga saber si los traductores en ejercicio conocen y aplican tales estrategias, u otras, en su trabajo diario.

Por tanto en esta investigación se pretende hacer un análisis comparativo de dos traducciones de un mismo texto que contenga un número significativo de neologismos e identificar de qué manera cada uno de los dos traductores enfrenta y resuelve los problemas y dificultades que plantea este tipo de innovación léxica. Para la presente investigación se utilizó un manual de tecnología debido a la alta frecuencia de aparición de innovaciones léxicas en este campo.

En este punto vale la pena aclarar que debido a que autores como Newmark y Vinay y Darbelnet, citados en el presente trabajo, utilizan indistintamente las palabras *procedimientos* y *estrategias* para referirse al mismo fenómeno, nos parece necesario diferenciar los términos y optar por uno de ellos para no generar confusiones en los lectores de esta investigación. Amparo Hurtado ⁸ introduce la distinción entre *procedimientos* y *estrategias* traductoras, aclarando que la confusión existente entre éstos y otros términos viene desde la “...*propuesta pionera de Vinay y Darbelnet al presentar los procedimientos como una explicación de las vías que puede seguir el proceso traductor*”⁹. La autora aclara que el término “...*procedimientos, tal y como se plantea en los trabajos de Estilística comparada, no se refieren al*

⁸ Hurtado Albir, Amparo (2001). Traducción y traductología. Introducción a la traductología. Cátedra., Madrid.

⁹ *Ibid.*

*proceso seguido por el traductor, sino al resultado conseguido*¹⁰. Por tanto, nos parece apropiado utilizar el término *estrategia* que, según la definición propuesta por Hurtado, hace referencia a los “...*mecanismos utilizados por los traductores en las diversas fases del proceso traductor para resolver los problemas encontrados y llegar a su solución*”¹¹, en este caso, la traducción de neologismos.

2.1.2. Interrogante

¿Qué estrategias – teóricas o prácticas - para la traducción de neologismos se pueden identificar a partir de la comparación de dos traducciones de inglés a español que de un mismo texto hacen dos traductores humanos?

2.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

2.2.1 Antecedentes

Después de haber realizado una búsqueda de literatura relacionada con la problemática de la traducción de neologismos, pudimos concluir que en Colombia la mayoría de estudios realizados sobre traducción se han centrado en otros temas. Sin embargo, la revista virtual *Translation Journal* hace referencia en algunos de sus artículos al fenómeno de los neologismos y a los retos que estos plantean a los traductores humanos.

En cuanto a la traducción de neologismos como tal, una de las traductoras del Banco Interamericano de Desarrollo, Alexandra Russell-Bitting¹², hace referencia a la gran cantidad de términos y conceptos que surgen en el campo socioeconómico, que deben ser traducidos al español, al francés y al

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

¹² Russell-Bitting, A. (2000), “Neologisms in International Development: Translating English terms into Spanish, French, and Portuguese”, en *Translation Journal* [en línea], vol. 4, núm. 1, disponible en <http://accurapid.com/journal/11neolog.htm>, recuperado: 12 de febrero de 2008.

portugués. Estos neologismos son por lo general palabras acuñadas recientemente o que han adquirido nuevos significados. Aunque la mayoría de ellas pueden ser traducidas fácilmente por ser transparentes, algunas son bastante complicadas de traducir a las lenguas romances ya mencionadas. Para explicar la dificultad planteada, la autora discute las múltiples traducciones que se han hecho de las palabras *gender* y *governance*. Mientras que para la palabra *microenterprise* se logró una traducción satisfactoria estableciendo diferencias entre *small enterprise* y *microenterprise*, la dificultad para traducir el término *gender* radica principalmente en que sus connotaciones en inglés son diferentes a las connotaciones que tiene el equivalente más usado en estas lenguas como *género* (en español), *genre* (en francés) y *gênero* (en portugués). Por tanto, en algunos casos no es conveniente hacer una traducción literal; es mejor normalizar el término en la lengua destino, es decir, lograr que la palabra o expresión elegida como parte de la traducción suene natural. Por ejemplo, la traducción más fiel de *gender development* sería *promoción de la mujer*. De manera similar, se debe lograr dar a la traducción de la palabra *governance* el mismo sentido que tiene en inglés, es decir, “*qué tan bien se gobierna un país*”. Así pues, la traducción más fiel en español para *governance* puede bien ser *gestión pública*, *gestión del sector público*, *buen gobierno*, *ejercicio del poder* o *función de gobierno*.

Russell-Bitting ¹³ concluye afirmando que fuentes de información como Internet pueden ser de gran ayuda para entender el significado de nuevas palabras, para encontrar equivalentes apropiados, y para responder acertadamente al crecimiento cada vez mayor de la terminología en el campo socioeconómico.

¹³ *Ibid.*

En otro estudio referenciado en la misma revista virtual, Estela Carvalho¹⁴, traductora independiente, Magistra en estudios de traducción de la Universidad Federal de Santa de Catarina en Brasil, insiste en la necesidad de que los traductores profesionales sean conscientes de la cantidad de recursos que ofrecen los diccionarios modernos como el uso de neologismos en contexto. Para un traductor el ejercicio de consulta de diferentes diccionarios es esencial en el desarrollo de su trabajo; el traductor no se debe limitar a la consulta de los diccionarios bilingües, sino que debe abarcar el uso riguroso y minucioso de los monolingües.

La autora señala que algunos de los neologismos que aparecen en determinadas lenguas se producen por el conjunto o suma de diferentes palabras. Este fenómeno es frecuente y en inglés se conoce con el nombre de *collocations* (locuciones). Éste es uno de los recursos más importantes de algunos diccionarios de recopilación. Un ejemplo de la importancia de las locuciones se puede encontrar en el diccionario *Oxford Advanced Learner's Dictionary [OALD]* (edición 2002, con CD-ROM) que reúne la recopilación del Oxford y la recopilación nacional británica¹⁵ de dichos términos. Éste y muchos otros diccionarios tienen varios ejemplos de locuciones basadas en el contexto del uso verdadero.

Según Carvalho, uno de los diccionarios más consultados para la traducción inglés-francés/francés-inglés es la edición 2004 del *Nouveau Petit Robert* [PR] que ilustra con ejemplos y citas tomadas de una recopilación tanto de textos literarios y científicos como de extractos de películas y música. Este diccionario contiene muchas citas sacadas de apartados de periódicos

¹⁴ Carvalho ,E. (2007) “A Non-Native User's Perspective of Corpus-Based Dictionaries of English and French” en *Translation Journal* [en línea], vol. 10, núm. 4, disponible en: <http://translationjournal.net/journal/42review.htm>, recuperado: 5 de abril de 2008.

¹⁵ *Ibid.*

debido a que sus editores afirman que la prensa está más actualizada en términos de neologismos que la literatura.

En otro estudio, la traductora nigeriana Adetola Bankole¹⁶ afirma que tanto las abreviaciones como los acrónimos constituyen un gran problema para los traductores ya que, si no son traducidos correctamente, se pueden producir cambios significativos en una traducción o en una interpretación. Según la autora, una de las estrategias más prácticas para traducir un neologismo de este tipo consiste en tomar prestada la abreviación o el acrónimo y añadir una pequeña explicación cuando sea necesario; este fenómeno se debe a que el inglés es considerada la lengua de la globalización. El rápido crecimiento del vocabulario en esa lengua puede causar problemas para los traductores que no se actualizan en cuanto a los neologismos que surgen día a día. De hecho vemos gran cantidad de abreviaciones que surgen diariamente en Internet y en la telefonía móvil tales como FAQ (Frequent Asked Questions), SMS (Short Message Service), HTML (HyperText Markup Language), por mencionar algunos.

Según Bankole¹⁷, el uso de abreviaciones se empezó a consolidar en el mundo entero a partir de los años sesenta, en parte debido al desarrollo científico y técnico, y al proceso de globalización. Estas palabras se usan para abreviar el nombre de instituciones, organizaciones, dispositivos electrónicos, certificados académicos, etc. En cuanto a los acrónimos en Internet, se distinguen, en primer lugar, los préstamos que son exactamente iguales en las dos lenguas como ocurre con DVD, que es un préstamo del inglés que se hace en francés y español; los préstamos se deben en gran medida al dominio que ejerce una lengua sobre otras. En segundo lugar,

¹⁶ Bankole, A. (2006), "Dealing with Abbreviations in Translation", en *Translation Journal* [en línea], vol. 10, núm. 4, disponible en: <http://www accurapid.com/journal/38acronyms.htm>, recuperado: 5 de abril de 2008.

¹⁷ *Ibid.*

están los acrónimos cuyas letras no conservan el mismo orden al ser traducidas como ocurre con la palabra AIDS (Acquired Immune Deficiency Syndrome), cuyo equivalente en español es SIDA (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida). Este fenómeno se debe principalmente a diferencias gramaticales significativas entre las dos lenguas. Por último, encontramos los acrónimos que se forman a partir de las letras iniciales de las palabras, tal como ocurre con WHO (World Health Organization) cuyo equivalente en francés y en español es OMS (Organisation Mondiale de la Santé y Organización Mundial de la Salud, respectivamente).

Como conclusión, Bankole¹⁸ afirma que las abreviaciones representan un reto para el traductor ya que la tendencia a abreviar aumenta cada día y es un fenómeno lingüístico cultural bastante común en culturas como la francesa. Por lo tanto, el traductor tiene la responsabilidad de mantenerse actualizado en su aparición y en las estrategias que se utilizan para traducirlas. Se puede servir de herramientas como Internet y la prensa, entre otras. Según la autora, otra forma de lidiar con las abreviaciones es elaborar glosarios que incluyan acrónimos y abreviaciones del tema en el que se esté trabajando para poder utilizarlos cuando sea necesario.

En su artículo *Translation Problems in Modern Russian Society*, Irina Khutyz¹⁹ sostiene que los cambios sociales (y también económicos, legales, tecnológicos) que se dan en una sociedad implican cambios lingüísticos, tal como ocurrió con las transformaciones que sufrió la sociedad rusa cuando pasó del sistema comunista al capitalista en la época de la Perestroika; fue necesario empezar a introducir nociones y conceptos desconocidos en los tiempos de la Unión Soviética, en lo cual intervinieron evidentemente

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Khutyz, I. (2005), "Translation Problems in Modern Russian Society", en *Translation Journal* [en línea], vol. 9, núm. 2, disponible en: <http://www accurapid.com/journal/32russia.htm>, recuperado: 7 de abril de 2008.

traductores. Esto ocurrió con palabras como *cauliflower* y *terrier*, que inicialmente fueron traducidas como *cabbage* y *little dog* (pjosik), respectivamente.

Khuty²⁰ nos recuerda que en las últimas décadas el desarrollo internacional y el proceso de globalización han propiciado la aparición de un sinnúmero de neologismos, bien sea palabras totalmente nuevas o que han tomado nuevos significados. Sin embargo, la tendencia en la sociedad rusa es tomar prestados términos y palabras de lenguas de países capitalistas como el inglés aunque existan los correspondientes equivalentes en la lengua rusa; dichos préstamos generalmente ocurren en campos como la economía y la informática. Este fenómeno puede tener varias explicaciones: los medios masivos de comunicación popularizan el préstamo y la gente empieza a preferir su uso por encima del equivalente ruso. Muchas veces los equivalentes resultan muy largos, por lo cual los traductores optan por no traducir los términos.

Khuty²¹ termina afirmando que el surgimiento desmesurado de neologismos y préstamos, y la forma como éstos deben ser tratados han llevado a lingüistas y lexicógrafos a dar la importancia que merece a este fenómeno de innovación léxica. Los diccionarios en línea, por ejemplo, son una buena herramienta al alcance de los traductores ya que se actualizan fácilmente y distinguen las palabras que se acuñan en diversos campos del saber. Por último, según la autora, los traductores deben ser muy cuidadosos con los neologismos y los préstamos en el sentido de que no es recomendable exagerar su uso, teniendo en cuenta el efecto que se espera y el destinatario de la traducción, para así lograr traducciones que cumplan con la excelencia comunicativa, que parece cobrar cada vez más importancia.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

El traductor enfrenta diferentes retos en el ejercicio de su trabajo. El más importante de ellos es encontrar la equivalencia entre las dos lenguas que interactúan en una traducción. Roman Jakobson²² al referirse al tema afirma que existen tres tipos de traducción: intralingüística (paráfrasis o búsqueda de sinónimos dentro de una misma lengua), interlingüística (entre dos lenguas) e íntersemiótica (entre dos sistemas de signos). El autor deja claro que no existe completa equivalencia entre las unidades del código de dos lenguas al afirmar que en la traducción interlingüística el traductor hace uso de los sinónimos para transmitir el mensaje.

Teniendo en cuenta las afirmaciones de Jakobson podemos concluir que en la traducción ínterlingüística la equivalencia es un factor crucial en la traducción y para poder lograr acercarse al significado real del texto original el traductor debe tener en cuenta aspectos culturales y contextuales tanto de la lengua de partida como de la de llegada. Es aquí donde la equivalencia juega un papel fundamental ya que el objetivo final de la traducción es lograr transmitir un mismo mensaje en un idioma y en una cultura diferente.

Al traducir neologismos todos estos factores anteriormente mencionados entran en juego; por ende, la habilidad del traductor se ve reflejada en la forma como resuelve los neologismos y las estrategias que utiliza para hacerlo. Newmark²³ habla de los neologismos como uno de los problemas que tienen que enfrentar los traductores humanos a la hora de realizar una traducción, y precisamente encontrar un equivalente a una palabra nueva es una de las tareas que requiere más compromiso e investigación por parte de un traductor, ya que, dependiendo del tipo de traducción o del campo donde se haya acuñado una palabra, el traductor tiene que ser preciso y cuidadoso

²² (Jakobson, citado en *Leonardi, V.* (2003). "Equivalence in Translation: Between Myth and Reality" en *Translation Journal* [en línea], vol. 4, núm. 4, disponible en: <http://www accurapid.com/journal/14equiv.htm>, recuperado: 14 de abril de 2008).

²³ Newmark, P (1988). *Approaches to translation*. Prentice Hall, IELT, UK.

en su selección; debe preguntarse el porqué de esta palabra, de dónde viene, a qué se refiere exactamente, si tiene otro uso, etc. Estas y otras preguntas lo pueden llevar a resolver su problema y tal vez a aportar a su idioma el acuñamiento de un nuevo término.

Teniendo en cuenta los anteriores antecedentes se observa que a pesar de que los estudios consultados abordan el tema de los neologismos y señalan algunas estrategias para resolverlos, son pocos y evidencian la necesidad de más estudios descriptivos acerca de este fenómeno que contribuyan al desarrollo de la disciplina. Por otra parte, nos podemos dar cuenta de que aunque estos estudios aportan a la disciplina y abordan el tema de los neologismos desde un punto de vista teórico, ninguno trata el tema de las estrategias en teoría y su aplicación en la práctica diaria de un traductor.

2.2.2 Importancia de la investigación

Como estudiantes de la Licenciatura en Lenguas Modernas de la Pontificia Universidad Javeriana, uno de nuestros posibles campos de acción profesional es la traducción. Gracias a la exigencia del dominio del inglés y francés como lenguas extranjeras básicas de la Carrera y la posibilidad de cursar tres asignaturas de énfasis en traducción: Introducción a la Traducción, Traducción de Textos Generales y Traducción por Disciplinas, tenemos la posibilidad de desempeñarnos profesionalmente en disciplinas como la traducción, entre otras.

Las lenguas están en constante cambio y diariamente se enriquecen con nuevo vocabulario y la formación de nuevas palabras. Por lo tanto, como futuros profesionales interesados en el campo de la traducción, creemos que es nuestro deber mantenernos actualizados en la aparición de neologismos y saber cómo resolverlos buscando los equivalentes más apropiados en la lengua destino con el fin de seguir contribuyendo al desarrollo de la disciplina

y, por ende, a la evolución del español a través del acuñamiento de nuevos términos. Adicionalmente, este estudio nos permitió determinar si los traductores efectivamente utilizan las estrategias propuestas por la teoría de la traducción o si existe actualmente un divorcio entre teoría y práctica y son los mismos traductores quienes han creado e implementado sus propias estrategias para enfrentarse al problema en mención.

La presente investigación está enmarcada en el campo de la traductología que, según Hurtado²⁴, es *“la disciplina que se ocupa de estudiar la traducción”*. Algunos autores citados por la autora²⁵ como Toury, Rabadán y Lambert mencionan la falta de estudios descriptivos en traducción. Dado que los estudios descriptivos son necesarios para desarrollar y nutrir la traductología, se hace necesario *“describir (y explicar) reglas que ayuden a comprender el proceso, formulando estrategias para enfrentarse a los diferentes problemas y coordinar los diferentes aspectos”*²⁶. Según el esquema *Ámbito de Estudio de la Traductología* propuesto por Holmes²⁷, nuestra investigación es de orden descriptivo. La importancia de nuestra investigación está en poder contribuir al logro de uno de los objetivos de la traductología: *“... llegar a un entendimiento de los procesos que tienen lugar en el acto de traducción y no, como se malinterpreta tantas veces, proporcionar un conjunto de normas para realizar la traducción perfecta”*²⁸. En nuestro caso, pretendemos describir lo que ocurre en el proceso de traducción de neologismos en términos de estrategias traductoras. Por lo tanto, nuestra investigación está orientada al producto (puesto que se trata de comparar dos textos traducidos) y restringida a un problema particular (la traducción de neologismos). (Ver Marco Metodológico, pág. 60).

²⁴ Hurtado Albir, Amparo (2001). Traducción y traductología. Introducción a la traductología. Cátedra., Madrid.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Holmes (citado en Hurtado, 2001)

²⁸ Bassnett-McGuire (citado en Hurtado, 2001)

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Comparar las estrategias de traducción de neologismos usadas en la práctica profesional de dos traductores con aquellas propuestas por la teoría.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Identificar las estrategias de traducción de neologismos que dos traductores humanos dijeron haber utilizado en la traducción al español de un mismo texto escrito en inglés que contiene un número significativo de neologismos.

b) Identificar las estrategias de traducción de neologismos, propuestas por la teoría, en la traducción, al español de un mismo texto escrito en inglés, que realizaron dos traductores humanos y compararlas con las estrategias identificadas en a).

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. MARCO TEORICO

Como marco teórico para esta investigación, hablaremos de los conceptos, teorías y categorías de análisis relacionados con la traducción de neologismos. En primer lugar, se desarrollará el concepto de traducción como campo de la lingüística aplicada. En segundo lugar, se abordarán algunas nociones de los enfoques críticos de la traducción. En tercer lugar, se analizará la traducción desde un punto de vista cultural y contextual. En

cuarto lugar, se evidenciará la influencia que ejerce el imperialismo lingüístico en la innovación léxica. Posteriormente, se discutirá el concepto de neología y de neologismo con su tipología. Por último, presentaremos algunas estrategias de traducción en general y para neologismos específicamente.

4.1.1. La traducción como campo de la lingüística aplicada

La lingüística aplicada es un enfoque multidisciplinario que ayuda a resolver problemas de tipo lingüístico; puede ser análogo a la manera como algunas ciencias aplicadas se nutren de las ciencias básicas, tal como lo señalan Grabe y Kaplan²⁹ en su libro *Introducción a la Lingüística Aplicada*. Los autores mencionan que la lingüística aplicada establece vínculos con disciplinas diversas tal como ocurre con la ingeniería, que se nutre de ciencias como las matemáticas, la física y la química; así, la lingüística aplicada se alimenta de un gran número de ciencias dependiendo de los propósitos de la aplicación.

Los campos que aborda la lingüística aplicada, según Grabe y Kaplan³⁰, son la lingüística, la psicolingüística, la psicología, la semántica, la semiótica, la lexicografía, la sociolingüística, la teoría social, la educación, las matemáticas, la informática, la estadística, la lógica, la filosofía, la retórica, el análisis del discurso, la filosofía de la ciencia, la neurología, la anatomía, la fisiología, las patologías del lenguaje, la literatura, la crítica literaria, la traducción y la interpretación, entre otros.

La traducción como campo de la lingüística aplicada se centra en lograr traducciones más confiables reduciendo la influencia que representan para el texto traducido factores tanto lingüísticos como extralingüísticos. Según

²⁹ Grabe, W. y Kaplan, R. (1992). *Introduction to Applied Linguistics*, United States, Addison-Wesley Publishing Company.

³⁰ *Ibid.*

Grabe y Kaplan³¹, la traducción de textos por medio de traductores automáticos no arroja resultados satisfactorios a menos que haya intervención humana; las investigaciones han sido determinantes para que actualmente sea posible producir traducciones en ciertos registros de determinadas lenguas. No obstante, algunos factores como la influencia del contexto, la ironía, el uso de modismos, la creación de metáforas y las ambigüedades semánticas inherentes a las lenguas siguen siendo problemáticos para los traductores en su labor diaria; por tanto, es indispensable que los redactores revisen las traducciones arrojadas por los traductores automáticos. Por último, Grabe y Kaplan³² concluyen que la manera de concebir la instrucción tanto de traductores como de intérpretes ha cambiado significativamente en los últimos veinte años, por lo cual deben ser instruidos, entre otros, en el campo de la lingüística aplicada.

4.1.2. Los enfoques críticos de la traducción

Según Pennycook³³, entre los tantos campos que hacen parte de la lingüística aplicada crítica (análisis crítico del discurso, estudios de género, teoría Queer, los estudios postcoloniales, pedagogía antirracista, entre otros) encontramos los enfoques críticos de la traducción que se ocupan más bien de temas como las políticas de traducción y las relaciones que se establecen entre la traducción y la interpretación, por un lado, y conceptos como la ideología, el contexto social y el género, entre otros. Por ejemplo, las traducciones que se realizaron al inglés de un texto en español sobre las culturas mexicanas ancestrales han dejado ver que, por medio de ellas, se manejaba un discurso en particular que generalmente le restaba valor a dichas culturas en la historia.

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ Pennycook, Alastair “Critical Applied Linguistics”, en: Handbook of Applied Linguistics [en línea], disponible en : http://www.education.uts.edu.au/ostaff/staff/pennycook_cal.pdf, recuperado: 17 de febrero de 2008.

Los propósitos de los enfoques críticos de la traducción coinciden con los que persigue la lingüística aplicada crítica: básicamente buscan el cambio y la ética de la diferencia. Así, un enfoque de la traducción basado en la ética de la diferencia surge como respuesta a las discusiones sobre autoría en la traducción, a las cantidades de traducciones del inglés a otras lenguas, y la influencia cultural de las traducciones, entre otras.

Por último, Pennycook³⁴ sostiene que los enfoques críticos de la traducción también incluyen los estudios que establecen una relación directa entre las traducciones y el colonialismo; a través de las traducciones se presentan diversas nociones sobre el mundo diferentes a las de la cultura colonizada, es decir, las traducciones han jugado un papel significativo en el proyecto colonial. Todas estas cuestiones hacen suponer que aún queda un largo camino por recorrer en materia de traducción como campo de la lingüística aplicada crítica.

4.1.3. Imperialismo lingüístico

El imperialismo lingüístico, entendido como la influencia que ejerce una lengua dominante sobre otras debido a diversos factores sociales e históricos, es uno de los mayores problemas que enfrentan algunas lenguas como el español cuando se hace necesario incluir nuevos términos no provenientes de las culturas que lo hablan y sus contextos. En su libro *Linguistic Imperialism*, Phillipson³⁵ comenta que la introducción de nuevas palabras en una lengua es una forma de ejercer poder lingüístico. Aunque es bien sabido que el mundo moderno está dominado por la ciencia, la tecnología, la economía, para lo cual es necesario que se acuñen constantemente palabras en distintas lenguas, también es cierto que muchos idiomas carecen del vocabulario necesario para las palabras que se forman

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Phillipson, Robert (2000) *Linguistic imperialism*. Oxford, New York, Oxford University.

en una lengua dominante como el inglés. Uno de los síntomas del impacto del inglés en otras lenguas es el préstamo lingüístico que se impone en las lenguas con que entra en contacto. La única restricción en el uso de los préstamos es la claridad, aunque instituciones como la Real Academia Española pueden intentar prohibir ciertas formas extranjeras y tomar medidas para idear neologismos.

El préstamo es un fenómeno que ha ofendido a los usuarios de otras lenguas durante siglos. Muchos idiomas adoptan términos de alta costura y gastronomía del francés; el inglés es utilizado en el vocabulario de otros idiomas en los dominios en los que ejerce poder hegemónico como la tecnología, el entretenimiento y la ciencia. La invasión lingüística del inglés ha sido tan dominante que algunos gobiernos representantes de comunidades lingüísticas pequeñas, como Eslovenia, y de otras grandes, como Francia, han adoptado medidas para lograr la consolidación de sus propias lenguas, particularmente en el área de los neologismos que hacen referencia a conceptos técnicos. Tales medidas, que aparentan ser parcialmente acertadas, reflejan una ansiedad por mantener los valores culturales y lingüísticos esenciales que se encuentran actualmente en peligro.

Se cree generalmente que el éxito o progreso económico de los profesionales depende de la proficiencia que alcancen en inglés (lengua dominante) puesto que esta lengua goza de gran prestigio en el mundo entero. Diferentes instituciones de carácter internacional no son ajenas a esta problemática: el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional han hecho énfasis en estos años en la importancia del inglés para lograr los objetivos relacionados con el desarrollo nacional. Es común escuchar que a la lengua inglesa se le atribuyen características como las siguientes: es una lengua mundial, dominante, internacional, auxiliar, de contacto, neutral, que

abre paso a la modernidad, permite acceder a la riqueza intelectual y a la gran civilización, y permite las comunicaciones abiertas. Además, el inglés es altamente apreciado por ser considerado *lingua franca*, como lengua común en occidente, como lengua que otorga privilegios, como lengua útil para el estudio de muchas ramas de la ciencia, la tecnología, la literatura inglesa, la historia y la sociología. En fin, el inglés es considerado como una lengua que permite alcanzar un desarrollo óptimo (incluso la unidad nacional en países “divididos” por la gran cantidad de lenguas que en ellos se habla). También es visto como la panacea para solucionar problemas no sólo lingüísticos sino de cualquier índole. Todas estas características atribuidas al inglés permiten dilucidar la importancia y el prestigio que tiene esta lengua en el mundo moderno y en el proceso de globalización de la información. Sería ideal que ante el alarmante surgimiento y creación de palabras en inglés (neología), surgieran paralelamente equivalentes en otras lenguas. Sin embargo, preocupa el hecho de que el enriquecimiento léxico de los individuos sea mayor en la lengua inglesa que en la propia.

La promoción lingüística hace parte de la estrategia global norteamericana y británica y los intereses que se manejan son principalmente de tipo comercial, académico y gubernamental. Los Estados Unidos junto con Gran Bretaña (a través del Consejo Británico, sus embajadas en otros países y la BBC) han buscado hacer del inglés, desde los años cincuenta, una lengua mundial que ayude a los países subdesarrollados a incrementar sus perspectivas en términos de desarrollo económico y social. Esta promoción lingüística se refleja en la cantidad de libros (y de publicaciones en general) que se exportan de los Estados Unidos a otros países e incluso en el turismo y los intercambios comerciales y estudiantiles realizados con países de habla

inglesa. Según Phillipson³⁶, se ha logrado determinar que más de la mitad de las publicaciones científicas en el mundo están escritas en lengua inglesa.

Phillipson³⁷ propone una división de los argumentos esgrimidos a favor de la legitimación del inglés como lengua dominante: en primer lugar, están los argumentos intrínsecos, según los cuales el inglés es un idioma rico, variado, noble, interesante, bien adaptado para el desarrollo y el cambio; la inmensa variedad de reglas y mecanismos que esta lengua tiene permite formar nuevas palabras. En segundo lugar, encontramos los argumentos extrínsecos que se relacionan con la gran cantidad de recursos disponibles en lengua inglesa (libros de texto, literatura, diccionarios, profesores preparados) que no permiten que se desarrollen plenamente recursos en otras. Por último, están los argumentos funcionales que tienen que ver con el poder del inglés como lengua que permite acceder a los más variados tipos de conocimiento. Todos estos argumentos, que legitiman el inglés, llevan a creencias y prácticas hegemónicas. Cuando una lengua dominante como el inglés permea de tal manera una cultura como la nuestra, nos vemos forzados a tomar una conciencia prestada. La resistencia a usar la lengua materna es la expresión de una conciencia colonizada que satisface los intereses del capitalismo global; este fenómeno se refleja claramente en la marcada e inconsciente preferencia a utilizar palabras inglesas aún existiendo sus correspondientes en español. Por ejemplo, en nuestro país es mucho más común utilizar la palabra *mouse* que *ratón* para referirse al dispositivo electrónico que permite manipular el cursor en un computador. Por supuesto, la utilización del neologismo original y su traducción puede llegar a producir malentendidos.

³⁶ Phillipson, Robert (2000) *Linguistic Imperialism*. Oxford, New York, Oxford University.

³⁷ *Ibid.*

Refiriéndose al influjo negativo que ejerció el francés y hoy ejerce el inglés sobre nuestra lengua, dice Ricardo J. Alfaro en el prólogo de su *Diccionario de anglicismos*³⁸:

El galicismo tenía el libro como vehículo casi único. El anglicismo tiene varios conductos de penetración por donde se cuela como corriente ora impetuosa, ora sutil, siempre efectiva. Las agencias noticiosas, la prensa periódica, la industria, el comercio, las ciencias, el cinematógrafo, los deportes, los viajes, las mayores y más estrechas relaciones internacionales y sociales entre los países de habla española y los de habla inglesa, y, por último la enorme preponderancia económica, científica y política de los Estados anglosajones en el mundo contemporáneo son las causas de que el inglés sea lengua con la cual es forzoso mantener un intenso contacto diario, ya directo ya indirecto.

Todas las ideas anteriormente expuestas permiten ver el poder y el control global del inglés en la jerarquía de las lenguas, tanto nacional como internacionalmente, en todos los campos del saber. La labor del traductor como profesional debe incluir la responsabilidad de generar nuevos términos en español para responder a las necesidades léxicas que plantea un problema lingüístico como la neología. Para tal fin es necesario que los traductores dispongan de amplia experiencia y sólido bagaje cultural para evitar imprecisiones y dificultades en la comprensión de sus traducciones. El traductor tiene cierto derecho y responsabilidad en la creación de neologismos cuando estos deben ser recreados en la lengua destino en diversos tipos de textos. Por ejemplo, es posible y necesario que el traductor acuñe una nueva palabra con el fin de traducir un aviso publicitario que tenga

³⁸ 2da ed. aumentada, Madrid, Gredos, 1970, págs. 9-10

el mismo efecto sonoro que el original. En otras palabras, gran parte de la responsabilidad del traductor recae en el hecho de darse cuenta de y contribuir responsablemente a que tanto el mundo material como el mundo físico se vean constituidos en el lenguaje de manera precisa.

4.1.4. Traducción, cultura y contexto

Guy Cook³⁹ afirma que la traducción tiene una historia más antigua que la lingüística aplicada. El traductor, en tiempos clásicos, debía intentar decir exactamente lo mismo que decía el texto original, o si era el caso intervenir para que el nuevo texto fluyera con mayor facilidad o lograr que éste surtiera el mismo efecto en el lector que lograba el original. El autor⁴⁰ señala que la traducción palabra por palabra es inútil cuando el objetivo es darle sentido a un texto. Es aquí cuando podemos decir que el traductor debe tener en cuenta una serie de factores que influyen en la traducción de un texto para así tratar de acercarse lo más posible a su original. La cultura y el contexto juegan un papel muy importante en la traducción de textos. Según Cook⁴¹, la traducción no puede ser puramente lingüística, debe tener factores culturales y contextuales también.

Los retos que enfrentan los traductores son diversos y complejos y requieren de una preparación profunda que obligatoriamente incluye el conocimiento de culturas, contextos y temáticas diferentes. Peter Newmark⁴² nos da luces sobre la estrecha relación que guardan la traducción y la cultura. La cultura es la forma de vida y las manifestaciones propias de una comunidad que se hacen visibles en su lengua. Por tanto, las palabras están estrechamente ligadas a la cultura de cada comunidad en tanto éstas les permiten

³⁹ Cook, Guy (2003). *Applied Linguistics*. Oxford University Press, Oxford.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Newmark, Peter (1988). *A Textbook of Translation*. Prentice Hall, London.

manifestar sus costumbres y tradiciones desarrollando así su propia identidad.

Newmark⁴³ distingue dos tipos de palabras: universales y culturales. Mientras que las palabras universales (*mesa* y *espejo*, por ejemplo) no representan problema mayor para el traductor puesto que son familiares para todas las comunidades, las palabras culturales presentan dificultad para él, ya que puede producirse interferencia cultural entre las dos lenguas; por ejemplo, *dacha* (casa de campo rusa) es un claro ejemplo de una palabra cultural en tanto que es un concepto muy propio de dicha cultura. Cuando se crean palabras con el fin de designar objetos, fenómenos o procesos propios de una cultura, aumenta la brecha cultural entre las dos lenguas, es decir, entre más específica se torna la lengua, es mayor el vínculo que se crea entre la lengua y la cultura; tan pronto como se da esta situación, se empiezan a presentar problemas de traducción.

Las estrategias más utilizadas para la traducción de todas las palabras culturales son la transferencia y el análisis componencial: la transferencia, aunque deja un poco de lado el mensaje, privilegia la cultura en tanto la palabra no sufre modificación alguna en el proceso de transferencia mientras que por medio del análisis componencial se realiza completamente lo opuesto a la transferencia, centrándose en el mensaje y dejando de lado el elemento cultural de la palabra en la lengua fuente. El análisis componencial consiste en encontrar un elemento que pertenezca o sea común a las dos lenguas; dicho elemento va acompañado de componentes contextuales. Sin embargo, según el autor, las traducciones a través de esta estrategia resultan largas y pierden la fuerza de la palabra original.

⁴³ Ibid

Newmark⁴⁴ distingue diferentes campos en los que se pueden clasificar las palabras culturales, que, por lo general, no pueden ser traducidas literalmente en tanto que son exclusivas, en muchos casos, de una lengua y una cultura determinada:

i) Ecología: incluye palabras relacionadas con animales, plantas y accidentes geográficos, entre otras (*pampas*, por ejemplo). Las palabras que pertenecen a esta categoría se suelen transferir agregando una definición o explicación cuando sea necesario.

ii) Cultura material: tiene que ver con palabras relacionadas con comida, ropa, vivienda, transporte, entre otras (*burka* y *chalet*, por ejemplo). En cuanto a las palabras relacionadas con comida las estrategias más usadas son la traducción palabra por palabra (cuando los equivalentes en la lengua destino están acuñados), la transferencia y las expresiones o palabras neutras (aproximadas y más generales que la expresión o palabra de la lengua fuente). Con relación a la ropa, cuando la palabra es propia de una cultura, se transfiere; puede llegar a convertirse en internacionalismo como ocurre con *jeans*. Cuando se trata de la vivienda, la palabra se transfiere cuando el referente no existe en la lengua destino. Por último, para el transporte las palabras se transfieren y en muchos casos se vuelven internacionalismos como ocurre con *Volvo* y *727*.

iii) Cultura social: guarda relación con palabras de trabajo y ocio (*craps*, juego de dados, por ejemplo). Con el fin de traducir dichas palabras es común transferirlas, traducir palabra por palabra o definir las funcionalmente.

iv) Organización social: hace referencia a palabras relacionadas con política, religión, arte, entre otras (*Prime Minister*, *Duma*, por ejemplo). En

⁴⁴ Ibid

política, las palabras o expresiones se traducen a través del calco si son transparentes o se transfieren o se adaptan al contexto de la lengua destino dependiendo del nivel cultural del lector y del nivel de formalidad requerido para la traducción. En cuanto a las palabras con carácter religioso, generalmente se transfieren o se naturalizan en la lengua destino. Por último, en relación con las palabras de carácter artístico, usualmente se transfieren o se traducen literalmente dependiendo del nivel cultural del lector, siendo la transferencia más común como estrategia para traducciones dirigidas a un público culto.

v) Gestos y hábitos: son los signos no verbales que caracterizan a cierta comunidad (los dedos índice y corazón levantados como signo de paz, por ejemplo).

4.1.5. Neología

Según García Yebra⁴⁵, la palabra **neología** viene del francés *néologie*, que hace referencia al fenómeno, proceso y estudio de formación de **neologismos**. Dubuc⁴⁶ afirma que la vitalidad de una lengua está relacionada en gran medida con la cantidad de innovaciones léxicas que surgen en ella, aún cuando éstas aparezcan arbitrariamente o tengan que pasar por ciertos procesos para ser acuñadas.

4.1.5.1. Tipos de neología

Dubuc⁴⁷ (1992) distingue cuatro tipos de neología: estilística, tecnológica, social y funcional.

⁴⁵ García, V (2004) “Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor”. Gredos, Madrid

⁴⁶ Dubuc, R. (1992): “Neologismos”. En: <http://209.85.165.104/search?q=cache:JI54w8PUdRMJ:www.fti.uab.es/aaguilaramat/continguts%255CNecologia%2520L.pdf+>, recuperado: 28 de febrero de 2008.

⁴⁷ *Ibid.*

i) Neología estilística: el autor se refiere al uso preferente que se da a ciertos términos o expresiones para evitar la connotación negativa que poseen otros: *homosexual* en lugar de *marica*. Algunos neologismos estilísticos pretenden dar una sensación de mayor efectividad o de novedad administrativa o bien obtener una imagen renovada de las instituciones. De ahí el uso de *sepelio* por *entierro*. El efecto estilístico inverso, es decir, el uso de opciones más comunes para conseguir un estilo más familiar o efectivo, también origina neologismos de este tipo: *camello* por *trabajo*.

ii) Neología tecnológica: la neología tecnológica crea nuevas denominaciones para suplir necesidades que aparecen por la presencia de una nueva realidad: una máquina, una enfermedad desconocida, un proceso de fabricación inédito. Este tipo de neología es el que se hace indispensable para todo especialista y el que preocupa por encima de todo a los terminólogos y los planificadores lingüísticos. El principal problema de estos neologismos es que a menudo coexisten varias denominaciones sinónimas y no se fija un término específico. Esto sucede en casos como el de *procesador esclavo*, término que ha sido finalmente desplazado por *servidor*. A menudo la coexistencia de variantes que denominan una misma realidad termina favoreciendo los préstamos (*explorador, escaneador, captador* -> *scanner* o *escáner*).

Otro problema apremiante que afecta la terminología científica y tecnológica es el de las variantes generadas en lugares geográficamente distantes del habla de una lengua. Así, por ejemplo, las variedades dialécticas del español de América Latina solucionan de manera distinta los mismos problemas terminológicos que se plantean en el español peninsular, a menudo mucho más influidas por la cercanía del inglés norteamericano. Es el caso de *lápiz óptico*, denominado en México *pluma linterna*, de *teléfono móvil*, denominado *celular*, del *contador eléctrico* (*medidor*) y del *contable* (*contador*).

iii) Neología social: la neología social surge gracias al avance en las costumbres y las estructuras sociales. Así, por ejemplo, el sindicalismo de principios del siglo XX generó muchas palabras nuevas tales como: *convenio colectivo, asamblea, huelga*, etc. Otro ejemplo importante fue el ingreso masivo de mujeres al mercado laboral y su acceso a profesiones que se suponía eran sólo para hombres; este hecho creó la necesidad de feminización de títulos y cargos. A menudo la adaptación morfosintáctica es posible, pero algunos cambios se producen muy lentamente debido a prejuicios sociales. Por esta razón existen incongruencias de concordancia como *la juez, la secretario, la municipal*, etc. El sistema lingüístico permite la flexión femenina de estas palabras, puesto que los morfemas derivativos que las forman existen como paradigmas: Por ejemplo, las parejas *juez, jueza* y *azafata, azafato*.

A veces el retraso de estas soluciones no se produce solamente por una cuestión de falso prestigio (o falso desprestigio), sino porque la distinción de funciones fija un reparto morfemático de géneros en relación con los significados: así, el *secretario* de una corporación proviene de la palabra *secreto*⁴⁸ ya que se supone que es alguien que guarda los secretos de alguien.

iv) Neología funcional: Dubuc⁴⁹ denomina neología funcional a las palabras nuevas que se crean para conseguir una expresión más eficaz de un concepto. En este grupo se ubican las abreviaciones en general (siglas, acrónimos, abreviaturas y símbolos), las cuales serán explicadas en la tipología de neologismos. La neología funcional también incluye los casos en que se sustituye una paráfrasis por una palabra única. Por ejemplo, a prueba de balas puede ser remplazada por la palabra antibalas. Frecuentemente, los

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

términos inexpresivos o demasiado abstractos pueden ser sustituidos por expresiones más pintorescas que crean una idea más clara; este es el caso de las vías de acceso o de salida de una autopista que se convierten así en *rampas*. La neología funcional se basa con frecuencia en la analogía interdisciplinaria; de esta forma denominamos *jirafa* al soporte metálico en forma de brazo largo con ruedas que se utiliza en cine y televisión para trasladar un micrófono y al recipiente en el que se sirve una medida exacta de cerveza en algunos bares de Bogotá.

4.1.6. Neologismos

Según Peter Newmark ⁵⁰, los neologismos son unidades léxicas recientemente acuñadas o ya existentes, con nuevos significados. Para que sean consideradas como neologismos, las nuevas palabras deben cumplir con determinados criterios de neologicidad; según Cabré⁵¹, estos criterios son: criterio diacrónico y criterio lexicográfico. El primero se refiere a que la nueva palabra deja de ser neologismo después de tres años de su primera aparición. El segundo se refiere a que la nueva palabra deja de ser neologismo cuando aparece en determinados diccionarios.

4.1.6.1. Tipos de neologismos

Peter Newmark ⁵², en su libro *Approaches to translation* propone una clasificación de neologismos en 9 tipos diferentes, que complementa posteriormente en su libro *A Textbook Of Translation*, en el cual menciona las estrategias más utilizadas para traducir cada tipo. Esta clasificación se caracteriza por su precisión y la facilidad para efectos de comprensión de la tipología:

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Cabré, María Teresa. (2008, 10 de octubre), “Neología, neologismos, diccionarios: datos sobre la lengua española” [conferencia], Universidad de la Salle, Bogotá.

⁵² *Ibid.*

i) Formales: son palabras totalmente nuevas que, para su traducción, deben ser transcritas o recreadas en la lengua destino tal como ocurre cuando se traduce nombres de marcas. Por ejemplo, la palabra *gas* viene de la palabra *caos*: según Moliner⁵³, la palabra *gas* fue inventada por un químico flamenco del siglo XVII, inspirándose en la palabra latina *chaos*.

ii) Epónimos: son palabras que se forman a partir de nombres propios como nombres de dirigentes políticos y nombres de ciudades. Los epónimos pueden ser nombres propios de personas, objetos (marcas como *scotch*) o lugares (*the Pentagon*). Por ejemplo, el nombre de la ciudad Leningrado se formó a partir del nombre propio del dirigente soviético Lenin. Generalmente se naturalizan o se transfieren.

iii) Neologismos derivados: son palabras que se forman a partir de la adición de un sufijo o un prefijo (o ambos) a una raíz. Por ejemplo, la palabra *nanotecnología* se formó a partir de la adición del prefijo griego *nano-*, que indica una medida extremadamente pequeña. Para traducir los neologismos derivados normalmente se naturaliza la palabra derivada como en *nanotechnology* cuya traducción en español es *nanotecnología* aunque en algunos idiomas es frecuente calcar la palabra o expresión como *televisión* que se calco como *fernsehen*.

iv) Nuevas locuciones: son grupos de palabras que solamente tienen sentido en su conjunto y que se acuñan con mayor frecuencia en las ciencias sociales y en la informática. Por ejemplo, *rush hours* solamente tiene sentido si se lee o escucha en su totalidad. Pasaría lo mismo con su equivalente en español, *horas pico*, ya que de esta manera se está construyendo un nuevo sentido, diferente al de cada palabra por separado. Las locuciones son principalmente de tres tipos: adjetivo+sustantivo (*political situation: situación*

⁵³ Moliner, M. (1988). Diccionario de Uso del Español. II tomo, Madrid, Gredos.

política), sustantivo+sustantivo (government policies: políticas gubernamentales) y verbo+objeto directo, un sustantivo (to pay homage: rendir homenaje). Para su traducción, a las locuciones generalmente se les asigna la traducción reconocida si existe o se traducen literalmente cuando sea posible. De lo contrario, si no hay equivalente reconocido en la lengua destino, se transfieren proporcionando un equivalente funcional o descriptivo.

v) Sustantivos y verbos compuestos: son palabras que resultan de la combinación de otras que pertenecen a diferentes categorías gramaticales, es decir, se forman generalmente por la combinación de un verbo con un adverbio, de un verbo con una proposición, etc. Son exclusivas del inglés. Por ejemplo, *get over* y *make-up* son neologismos ingleses de este tipo. Los sustantivos y verbos compuestos son más cortos y tienen un registro más informal que su traducción.

vi) Acrónimos: son palabras que se forman a partir de las iniciales o sílabas de otras palabras con fines de brevedad y eufonía. Los acrónimos de carácter internacional suelen traducirse literalmente mientras que los de carácter nacional se traducen buscando expresar con naturalidad la función que cumplen en la lengua destino. AFA (Asociación de Fútbol Argentino) es un ejemplo de acrónimo. Para su traducción las estrategias más utilizadas son el calco, el equivalente reconocido, la transferencia, un nuevo acuñamiento en la lengua destino o un equivalente funcional o descriptivo si es ininteligible.

vii) Neologismos mezclados: son palabras que se forman a partir de elementos de dos palabras. Por ejemplo, *Spanglish* se forma a partir de los adjetivos *Spanish* e *English*, o *brunch*, formada de *breakfast* y *lunch*.

viii) Neologismos semánticos: son palabras que adquieren un nuevo significado. Por ejemplo, las palabras *abdicate* o *gay* han tomado nuevos significados: la palabra *gay* anteriormente sólo tenía el sentido de “feliz” o “alegre”; ha sido más reciente la nueva acepción que ha tomado esta palabra: “homosexual”. La palabra *azafata* que se utilizaba para designar a una camarera que servía a la reina; al ver que este oficio desapareció se le dio un nuevo significado a la palabra: “mujer joven que en un avión atiende a los pasajeros”⁵⁴. Cuando el concepto no existe, se suelen transferir como *gay* al español, por ejemplo, o se utiliza la equivalencia funcional o descriptiva como en *bavure* que se tradujo al inglés como *unfortunate administrative mistake*. Por el contrario, cuando el concepto existe, se utiliza la traducción reconocida o el calco.

ix) Abreviaciones: son palabras que se forman a partir de la eliminación de letras o sílabas de una palabra. A menos que la abreviación sea igual en las dos lenguas, la palabra no se abrevia en la lengua destino. *Foto*, por ejemplo, es la abreviación de *fotografía*.

No obstante, Dubuc⁵⁵ le da un tratamiento diferente a las abreviaciones ya que afirma que son una categoría general que incluye siglas y acrónimos, abreviaturas y símbolos:

a. Siglas y acrónimos: sirven para abreviar secuencias de palabras que constituyen nombres de personas, entidades, asociaciones, publicaciones, etc. (Ej. DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Las siglas están conformadas por algunas de las letras que componen el nombre,

⁵⁴ García Yebra, Valentín (2004) “Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor”. Gredos, Madrid.

⁵⁵ Dubuc, R. (1992): “Neologismos”. En: <http://209.85.165.104/search?q=cache:JI54w8PUdRMJ:www.fti.uab.es/aaguilaramat/continguts%255CNecologia%2520I.pdf+>, recuperado: 28 de febrero de 2008.

casi siempre las iniciales, aunque en algunos casos interviene más de una letra de cada palabra. Existen siglas deletreables como KGB (Komitet Gosudárstvennoy), pero la mayoría se pronuncian como palabras con estructura silábica y suelen denominarse acrónimos. El término acrónimo suele reservarse para las palabras que se convierten en un nombre común (por ejemplo *radar*), es decir, para abreviaciones que se han lexicalizado. Hay casos en que solamente se aplica a abreviaciones formadas por la extracción de letras de un nombre con el fin de otorgarles estructura silábica (ICETEX, Instituto Colombiano de Crédito y Estudios Técnicos en el Exterior).

A excepción de los casos de lexicalización en que las siglas se convierten en nombre común, casi siempre se escriben con mayúscula y pueden llevar punto (O.N.U.); la utilización de los puntos tiende a desaparecer (ONU). Según el autor es posible que un acrónimo se lexicalice como nombre propio, en este caso sólo la letra inicial irá mayúscula; por ejemplo, *Edica* (*Editorial católica*). Cuando se lexicaliza un nombre común, su pluralización se puede formar teniendo en cuenta las reglas usuales (radar-radares). En el caso de siglas o acrónimos no lexicalizados que nombran un concepto singular pero que excepcionalmente pueden enunciarse en plural, el morfema irá en minúscula: ONGs (Organizaciones no gubernamentales). Al hacer referencia a un concepto plural, lo indicado es doblar las iniciales: EEUU. Existen organismos internacionales con más de una sigla admitida debido a la diversidad de lenguas oficiales; existen organismos extranjeros o estados cuya designación suele traducirse, pero cuya sigla suele respetarse (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO).

b. Abreviaturas: se caracterizan por ser la reducción de una palabra o locución utilizando algunas de sus letras. Esta formación va de acuerdo con la escritura de la palabra original; por esta razón se deben tener en cuenta

las mayúsculas y las minúsculas y finalizar con un punto para así diferenciarlas de los nombres no abreviados; por ejemplo, admón. = administración o aux. = auxiliar.

c. Símbolos: son abreviaturas creadas para distinguir operaciones, unidades, magnitudes, dimensiones u otros conceptos matemáticos, físicos, químicos, monetarios, etc. Están formados por las letras iniciales o por las iniciales y finales o por un signo no alfanumérico. Los símbolos son el resultado de un código internacional y casi siempre se escriben en minúsculas; una excepción a esta norma son los símbolos químicos, que se escriben con la primera letra en mayúscula (sodio -Na).

En su libro *A Textbook Of Translation*, publicado años después de *Approaches To Translation*, Newmark⁵⁶ propone incluir dentro de la tipología las siguientes clases de neologismos:

x) Nuevos acuñamientos: son principalmente nombres de marcas o nombres comerciales. Generalmente se transfieren o se les asigna un equivalente funcional; por ejemplo, *Wi-Fi*.

xi) Palabras transferidas: adquieren solamente un significado de la lengua fuente y pueden llegar a desarrollar más significados (acepciones) en la lengua destino. Se aplica la transferencia para estas palabras aunque de ser necesario, para lectores poco instruidos, se añade un equivalente funcional o descriptivo; por ejemplo, *software*.

xii) Seudo-neologismos: Son palabras que a la vista son genéricas pero que cumplen la función de una palabra específica. Por ejemplo, en francés es usual decir *humérale* para lo que en inglés sería *humeral artery*.

⁵⁶ *Ibid.*

xiii) Internacionalismos (Acrónimos): se forman a partir de acrónimos. Los internacionalismos son palabras que conservan el significado y la forma en muchas lenguas (palabras técnicas generalmente). Por ejemplo, son internacionalismos palabras como *láser* y *maser*, enzimas como *SGOT* (*Serum Glutamic Oxaloacetic Transaminase*) e instituciones internacionales como *UNESCO* (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*) y *UNICEF* (*United Nations Children's Fund*).

xiv) Neologismos efímeros: son un dolor de cabeza para los traductores ya que al ser usados por poco tiempo no les resulta muy fácil encontrar y remitirse a una fuente para averiguar el significado de la palabra. Por ejemplo, la palabra *wets* hizo referencia durante muy poco tiempo a la oposición a la política monetaria de Thatcher.

Otro autor que hace una clasificación diferente de neologismos es Valentín García Yebra⁵⁷, quien los clasifica en:

i) Palabras derivadas: su definición coincide con la definición de neologismos derivados propuesta por Newmark (Ver iii) anterior).

ii) Palabras compuestas: son poco comunes en las lenguas románicas en comparación con el alemán. Se pueden formar palabras a partir de palabras pertenecientes a diferentes categorías gramaticales de la propia lengua como nombres, verbos, adjetivos, e incluso adverbios y preposiciones. Al combinar dos sustantivos, es frecuente que la terminación del primero cambie a *-i* como en *coliflor* o *capricornio*; aunque a veces no se produce modificación alguna como en *compraventa* o *zarzamora*. Cuando la vocal con que termina la primera palabra y con la que comienza la segunda son la misma, éstas se vuelven solo una como en *telaraña*.

⁵⁷ *Ibid.*

Al combinar un sustantivo con un adjetivo, es usual que el primero cambie su terminación a *-i*, como en *cuellilargo* o *carirredondo*. Cuando el adjetivo va en primer lugar, éste conserva el género correspondiente como ocurre con *medialuna* y *mediodía*.

Al combinar dos verbos, estos van unidos por una *i*, la cual cumple una función copulativa, si las acciones designadas son consecutivas; por ejemplo, *quitaipón, correveidile*; cuando las acciones son simultáneas se unen sin *i* como ocurre con *duermevela*⁵⁸.

Al combinar verbos con sustantivos, el verbo se conjuga en tercera persona del singular del presente del indicativo, y el sustantivo casi siempre va en plural, como en *cantamañanas, cortaplumas, pasamontañas, rompeolas*, a no ser que sea estrictamente necesario que vaya en singular como en *parasol*, o tenga en singular un significado diferente como en *quitasueño*, o que el sustantivo no sea neutro como en *sabelotodo*.

Al combinar dos o más adjetivos, es frecuente utilizar un guión para unirlos, y todos, a excepción del último, terminan generalmente en *-o*, como en *antero-posterior, buco-faringea* o *histórico-descriptiva*. Para las combinaciones adjetivales derivadas de nombres compuestos no se utiliza un guión como conector como en *checoslovaco* o *hispanoamericano*. Algunas veces, la terminación del adjetivo de una palabra compuesta que va en primer lugar cambia a *-i* como en *blanquinegro* o *rojiblanco* aunque a veces no es posible como en *sordomudo*

Otros tipos de composición son las que se hacen a partir de una preposición y un sustantivo como en *antesala, sobremesa* o *entreacto*, de un adverbio y un sustantivo como en *malformación*, de un adverbio y un adjetivo como en

⁵⁸ *Ibid.*

malhablado o maleducado o de un adverbio y un verbo como en *malherir, maldecir o maltratar*.

La composición de palabras cultas con elementos griegos o latinos, frecuentemente no autónomos, combinados a veces los de uno y otro origen, según García⁵⁹, es un recurso inagotable imprescindible de las lenguas europeas. Estos compuestos aparecen incesantemente en los diversos campos de la ciencia y de la técnica. La química, la electrónica, la electrotecnia, la tecnología nuclear, la astronáutica, la medicina y la sociología, entre otras, los utilizan con gran frecuencia.

iii) Préstamo: según Vinay y Darbelnet⁶⁰, el préstamo es la palabra o expresión adoptada por una lengua sin sufrir cambio alguno en el proceso de traducción; por ejemplo, en francés es préstamo del inglés *suspense* y en inglés la palabra *chef* es préstamo del francés.

El préstamo intenta llenar un vacío en la lengua receptora, generalmente relacionado con un concepto ajeno a los hablantes de una lengua. García⁶¹ distingue dos clases de préstamo: préstamo denotativo y préstamo connotativo. El préstamo denotativo se utiliza para hacer referencia a un concepto u objeto nuevos, que no existen en la lengua de destino. La palabra se adopta ya que la noción o el objeto que se designa ya ha sido introducido en la cultura como, por ejemplo, en las palabras *vin* y *aceite*, provenientes del latín *vinum* y *oleum*.

Por otro lado, el fin del préstamo connotativo es evocar un cierto ambiente cultural, cierta disposición o estado de ánimo en las personas. Por ejemplo, la palabra *Reich*, que después de muchos años sigue evocando odio en las

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ (Vinay y Darbelnet, citado en García, 2004)

⁶¹ García, V (2004) "Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor". Gredos, Madrid.

personas Otro factor que impulsó el préstamo fue el del interés de intercambio comercial entre países. Estos préstamos son, en su mayoría, anglicismos, ya que los comerciantes aseguran que estos términos o nombres desconocidos aumentan el atractivo de sus mercancías.

García⁶² afirma que la técnica y la ciencia aportan la mayor cantidad de préstamos. En estos campos se producen términos nuevos, necesarios para la comunicación debido al poder hegemónico que tienen algunos países en materia de tecnología. Esto es evidente en la gran afluencia de términos anglosajones, sobretudo el inglés norteamericano, en otras lenguas como el español.

El préstamo tiene, por lo menos al principio, carácter monosémico, es decir, la palabra se incluye en otro idioma con el fin de hacer una designación precisa, aunque ésta sea polisémica en la lengua de partida. Un ejemplo expuesto por García es el de la palabra *liaison* de origen francés y que sólo cumple un propósito en inglés, designar exclusivamente la relación ilegítima entre un hombre y una mujer.

El préstamo es uno de los problemas que se le presenta con frecuencia al traductor ya que el texto original puede contener un término para el que no existe una equivalencia en la lengua a la que se traduce. Una solución que podría facilitar la tarea del traductor sería verter el sentido de dicho término utilizando una perífrasis, definiéndolo o explicándolo, pero esta estrategia, según García, entorpecería la traducción. La mejor solución para este autor es la inclusión del término sin ninguna modificación.

⁶² *Ibid.*

iv) **Calco**: García⁶³ distingue entre dos especies de calco: el calco léxico y el calco sintáctico. El **calco léxico** es la formación de neologismos imitando otras palabras o expresiones de la lengua de origen, por ejemplo, *aguja*, *locomotora* y *camino de hierro* son calco respectivamente del francés *aiguille*, *locomotive* y *chemin de fer*. El **calco sintáctico** es la estructuración de la frase conservando la sintaxis de la palabra o expresión de la lengua original; por ejemplo podemos retomar el de *ciencia ficción* que es calco de *science fiction*. El autor señala que el calco léxico bien hecho favorece el enriquecimiento de la lengua destino mientras que el calco sintáctico podría llegar a deformarla sin necesidad alguna.

Al recurrir al calco una lengua copia el significado de una palabra formando con elementos propios una palabra nueva (neologismo); por ejemplo, García comenta que la palabra francesa *miroir* “espejo” se relaciona con *mirage* en el sentido de “fenómeno óptico que produce imágenes invertidas” o “apariencia engañosa”, el español prefirió el calco, y formó a partir de *espejo* una palabra nueva, *espejismo*.

García⁶⁴ afirma que los traductores pueden tener una actitud más relajada frente al calco y añade que cuando estos calcos se crean en el proceso de la traducción, son verdaderos neologismos motivados por una palabra o expresión de la lengua original. Los calcos son imprescindibles para la traducción ya que son elementos que enriquecen la lengua que los acoge.

En este punto consideramos necesario complementar la tipología de neologismos con la propuesta de Cabré Castellví⁶⁵ quien los clasifica usando

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Cabré Castellví, Maria Teresa. “La clasificación de neologismos: una tarea compleja”, disponible en: <http://209.85.165.104/search?q=cache:IdJA4SAmthMJ:www.alfa.ibilce.unesp.br/download/v50-2/14-Cabre.pdf+tipos+de+neologismos&hl=es&ct=clnk&cd=10&gl=co&client=firefox-a>, recuperado: 18 de febrero de 2008.

niveles de análisis de la lengua como criterios de clasificación (morfológicos, semánticos, sintácticos). De acuerdo con Cabré, los neologismos se pueden clasificar de manera muy precisa, en cinco tipos:

a) Neologismos de forma: (este tipo de neologismos implica cambios morfológicos). Estos, a su vez, se dividen en:

- **Por sufijación:** se forman cuando a un radical se le añade un sufijo. Por ejemplo, a partir del sustantivo *Uribe* se puede formar la palabra *uribismo*.
- **Por prefijación:** se forman cuando un prefijo es añadido a un radical. Por ejemplo, el prefijo *neo* puede añadirse a *realismo* para formar *neorrealismo*.
- **Por prefijación o sufijación:** se forman tanto por prefijación como por sufijación. Por ejemplo, *neoliberalismo*.
- **Por composición:** están formados por dos radicales. Por ejemplo, la palabra *pasabocas* esta formada a partir de dos radicales.
- **Por composición culta:** este proceso puede ser de tres tipos:
 - **Prefijo de carácter culto + sufijo de carácter culto.** Ej.: *onirofago*.
 - **Prefijo de carácter culto + radical.** Ej.: *retroalimentación*.
 - **Radical + sufijo de carácter culto.** Ej.: *normalópata*.
- **Por lexicalización:** se forma por el proceso de lexicalización de una forma flexiva. Por ejemplo, *vaciado*, formado a partir de la palabra *vaciar*.
- **Por conversión sintáctica:** se forman cuando ocurre un cambio en la categoría gramatical de la palabra. Por ejemplo, *terminal* (adjetivo) puede también usarse como sustantivo, en casos como *terminal de transporte* o *terminal de pasajeros*.
- **Por sintagmación:** se forman a partir de una estructura sintáctica lexicalizada. Por ejemplo, *violencia intrafamiliar*.
- **Por siglación:** son formados por siglas; entre las siglas es común que estas hayan sufrido modificaciones como su escritura en letras

minúsculas, flexión de número o género, o un significado diferente. Por ejemplo, *dj* (disc jockey)

- **Por acronimia:** se forman a partir de partes de palabras. Por ejemplo, *mecatrónica*, formada a partir de *mecánica* y *electrónica*.
- **Por abreviación:** se forman cuando se abrevia una palabra. Por ejemplo, *profe* (profesor).
- **Por variación:** se forman cuando una palabra sufre un cambio ortográfico. Por ejemplo, *sicología*, palabra que viene de *psicología*.

b) Neologismos sintácticos: este tipo de neologismos implica cambios de subcategoría gramatical en una palabra. Por ejemplo, *descalificarse*, como verbo pronominal, se creó de *descalificar* como verbo transitivo.

c) Neologismos semánticos (este tipo de neologismos implica cambios en el significado de una palabra). Por ejemplo, el nuevo significado que adquirió *ratón* en la informática.

4.1.7. Estrategias de traducción

Los métodos de traducción son diferentes de sus estrategias ya que, según Newmark⁶⁶, los métodos se utilizan para la traducción a nivel textual; por medio de las estrategias se traducen tanto oraciones como palabras. Como consideramos que el fenómeno de los neologismos no atañe a la traducción de textos, sino más bien de palabras y de expresiones, se explorará exclusivamente el concepto de estrategia de traducción y su tipología. Cabe anotar que muchas de las estrategias aquí planteadas como generales se pueden emplear para resolver el problema particular de un neologismo.

Según el autor, las estrategias de traducción más utilizadas son:

⁶⁶ Newmark, Peter (1988) "A textbook of Translation". Prentice Hall, IELT. UK.

i) Transferencia (transcripción, préstamo, transliteración): consiste en tomar prestadas, adoptar y transferir palabras de una lengua a otra. La transcripción se utiliza, entre otros, para nombres de periódicos, países recientemente creados, direcciones y calles. Esta estrategia comprende palabras culturales como *pubs* que se tomó como préstamo en muchas lenguas.

ii) Traducción palabra por palabra: consiste en traducir una palabra o expresión literalmente. Por ejemplo, *the house*, según esta estrategia se traduce al español como *la casa*.

iii) Calco (through-translation): consiste en traducir literalmente una palabra o expresión de la lengua fuente. Esta estrategia se utiliza generalmente para traducir nombres de instituciones de carácter internacional. Por ejemplo, *World Health Organization* se traduce al español como *Organización Mundial de la Salud*.

iv) Sinonimia léxica: consiste en utilizar un equivalente cercano en la lengua meta. Aunque los objetos y los conceptos difieran de una cultura a otra, a veces es posible traducirlos literalmente sin que se llegue a afectar el sentido del texto original. Así, por ejemplo, *ventana* puede traducirse literalmente a pesar de que existan diferencias culturales en su noción en cuanto al tamaño, la forma, etc.

v) Análisis componencial: consiste en analizar la composición, las implicaciones y acepciones que tiene una palabra o expresión para poder llegar a determinar cuál se acerca más al contexto. Por ejemplo, *obscene* puede ser analizada en términos de si implica o no humor, intensidad, fuerza, etc. De esta manera el traductor podrá determinar con precisión su equivalente en la lengua meta.

vi) Transposición: consiste en reemplazar una categoría gramatical por otra como ocurre cuando se traduce *my friend considers* al español como *según mi amigo*. Esta estrategia se utiliza cuando se necesita imprimir naturalidad a la traducción, cuando la lengua meta carece de una estructura gramatical parecida o cuando se quiere introducir una marca estilística en la traducción.

vii) Modulación: consiste en evitar la traducción literal modificando la perspectiva que se tiene de las cosas y de los conceptos para así lograr encontrar el equivalente en la lengua meta que resulte más natural. Se utiliza esta estrategia para traducir, por ejemplo, *round trip* como *viaje completo*.

viii) Compensación: consiste en compensar las carencias de una parte del texto en otra parte. Esta estrategia es usado por lo general cuando se pierde el efecto sonoro o una metáfora, lo cual se compensa en otra parte de la traducción.

ix) Equivalencia cultural: consiste en encontrar el equivalente cultural más aproximado en la lengua meta. Por ejemplo, *seniors card* puede traducirse como *carne de descuento para la tercera edad*, que sería su equivalente más próximo en español.

x) “Nueva caracterización”⁶⁷ (Translation label): consiste en utilizar un equivalente cercano que, si el traductor lo propone, adquiere el carácter de colocación y se encierra en comas invertidas. Por ejemplo, *gender bias* podría tener como su equivalente más cercano *sexismo*.

xi) Definición: consiste en introducir una oración descriptiva o explicativa en la traducción. Por ejemplo, para traducir *jet lag* sería necesario explicar que es el malestar causado por el desfase horario.

⁶⁷ El texto citado en comillas es una traducción libre hecha por los autores del presente trabajo.

xii) Paráfrasis: consiste en explicar libremente, es decir, con las palabras propias del traductor la idea de la expresión, palabra u oración.

xiii) Expansión: consiste en aumentar la traducción gramaticalmente, es decir, por diferencias gramaticales entre las lenguas, el equivalente de cierta palabra o expresión resulta ser más largo en la lengua fuente que en la lengua meta. Por ejemplo, *borrow* se puede traducir como *tomar prestado*.

xiv) Contracción: consiste en reducir gramaticalmente la traducción con respecto al texto original por diferencias gramaticales entre las dos lenguas. Por ejemplo, *run away* se traduce al español como *escapar*.

xv) “Reformulación de frases”⁶⁸ (Recasting sentences): consiste en convertir una oración compleja de la lengua meta en dos o más oraciones para lograr una traducción más fluida.

xvi) Reorganización y mejoras: consiste en introducir cambios significativos en la traducción con respecto al original debido a la mala redacción, a errores, etc.

xvii) Combinación de dos, tres o cuatro estrategias⁶⁹ (Translation couplets, triplets and quadruplets): consiste en combinar dos, tres o cuatro estrategias como la traducción literal y la transcripción.

En *A Textbook of Translation*⁷⁰, Newmark introduce nuevas estrategias:

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Newmark, Peter (1988) “Approaches to translation”. Prentice Hall, IELT. UK.

xvii) Naturalización: consiste en adaptar la palabra tanto fonética como morfológicamente a la lengua meta como cuando se naturalizó *Bourdeaux* al español como *Burdeos*.

xix) Equivalente funcional: consiste en neutralizar o generalizar la palabra o expresión en la lengua meta despojándola del elemento cultural de la lengua fuente pero enfatizando en la función que cumple. Esta estrategia se utiliza cuando se traduce *pub* como *taberna para comer y tomar*, en el que se pierde un poco en la traducción las connotaciones culturales que tienen los *pubs* en el Reino Unido.

xx) Equivalente descriptivo: al igual que la estrategia anterior, este consiste en generalizar la palabra describiendo su esencia, su forma, etc. Por ejemplo, de acuerdo a esta estrategia, *pubs* podría traducirse como *taberna con un bar y cuartos*.

xxi) Traducción reconocida: consiste en encontrar el equivalente oficial y altamente aceptado, especialmente para palabras y términos institucionales.

4.1.7.1. Estrategias para la traducción de neologismos

Newmark⁷¹ hace referencia a doce estrategias para la traducción de neologismos, cuya elección debe realizarse dependiendo del tipo de público, del texto y del escenario de la traducción. A continuación sólo se enumeran las estrategias que se pueden usar particularmente para traducir neologismos. Se omite aquí la definición de cada una de ellas puesto que esa información aparece en el numeral anterior (Ver 3.1.6 y 3.1.7)

i) Transferencia (transcripción, préstamo, transliteración)

ii) Nuevo acuñamiento

⁷¹ Newmark, Peter (1988) "A textbook of Translation". Prentice Hall, IELT. UK.

- iii) Palabra derivada
- iv) Naturalización
- v) Traducción reconocida
- vi) Equivalencia funcional
- vii) Equivalencia descriptiva
- viii) Traducción literal
- ix) Combinación de dos, tres o cuatro estrategias
- x) Calco
- xi) Internacionalismos (Acrónimos)

4.1.8. Aceptación de neologismos

Según Newmark⁷², en textos no literarios no se deben acuñar neologismos a menos que el traductor tenga autoridad suficiente para hacerlo y que las palabras sean formadas a partir de morfemas del griego y del latín. No todas las personas pueden formar nuevas palabras en su lengua; para esto, afirma García⁷³, se necesita tener ciertos conocimientos que la mayoría de ellas y de traductores no tienen. El autor afirma que un ejemplo de las entidades que intervienen en este proceso de creación de nuevos términos es la Real Academia Española y las pertenecientes a los países hispanohablantes, que son organismos de gran autoridad, pero que lamentablemente actúan con notable retraso.

En España, la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, después de mucho tiempo de trabajo, publicó un gran *Vocabulario de Terminología Científica y Técnica*, desafortunadamente esta obra no se actualiza continuamente, hecho que no permite conocer los nuevos términos en estas áreas de manera frecuente. Algunos ejemplos, mencionados por García, de entidades que acuñan términos científicos y técnicos son

⁷² *Ibid.*

⁷³ García, V (2004) “Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor”. Gredos, Madrid.

Hispanoterm creada en 1979 en España con el objetivo de realizar un estudio sistemático de la terminología científica española, la formación de terminólogos, la difusión de las investigaciones terminológicas y la colaboración con los centros similares de los países hispanohablantes: el Colegio de México, la Universidad Simón Bolívar de Caracas y un Comité de Terminología de las Ciencias Sociales en Argentina. Sin embargo, es evidente que el traductor toma y debe tomar partido en la creación de palabras para nuevos objetos, nociones y procesos que surgen a diario enriqueciendo de esta manera las lenguas. El autor explica que una cosa es la innovación léxica por parte de una persona, por ejemplo, un traductor, y otra muy diferente es la aceptación de esta nueva palabra, si no existe un número suficiente de personas que acepten esta innovación la voluntad innovadora del traductor será inútil. Es por esta razón que este autor distingue dos fases del proceso de aceptación de neologismos: la invención instantánea que se realiza de acuerdo con las normas del sistema lingüístico o el rompimiento de éstas y la aceptación gradual de ésta invención por parte de los hablantes de una lengua determinada que constituye la sanción necesaria para la aceptación de un neologismo.

García⁷⁴ señala que no existe motivo para rechazar un neologismo simplemente porque no aparece en un diccionario, si éste responde a una necesidad que se ajusta a las normas del sistema de la lengua que lo solicita, hay fuertes razones para que se apruebe y se empiece a usar en esta lengua.

Al consultar a Cleóbulo Sabogal⁷⁵ (Ver Anexo 2), Oficial de Información y Divulgación de la Academia Colombiana de la Lengua, sobre los procedimientos que se siguen para aceptar un neologismo, nos dice que es

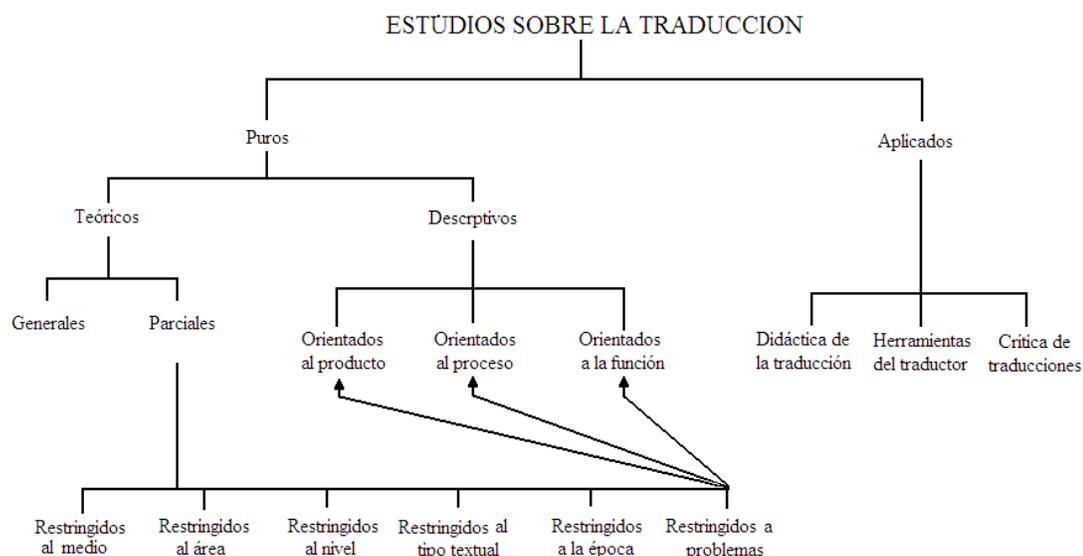
⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Sabogal, C. (2008, 7 de mayo), entrevistado por Rangel, O., Amórtegui, E., Bogotá.

la Real Academia Española (RAE) la encargada de aceptar los neologismos teniendo en cuenta la ayuda de todas las academias de la lengua: las academias hacen propuestas y sugerencias de palabras para ser aceptadas, las cuales posteriormente son estudiadas en el Instituto de Lexicografía de la Real Academia Española, de donde, de ser aceptadas, se incluyen en el Diccionario de la RAE. Sin embargo, de ser necesario, cada academia de la lengua puede sacar su propio diccionario de regionalismos como lo hizo la colombiana cuando publicó el Diccionario de Colombianismos, naturalmente después de haber sido estudiados por la Comisión de Lingüística de la Academia Colombiana de la Lengua. En cuanto al campo en el que más se acuñan neologismos, Cleóbulo Sabogal afirma que es el de la técnica porque en este campo siempre existe la necesidad de hacerlo, para lo cual se utilizan generalmente las raíces griegas. Por otra parte, es el inglés la lengua que más genera nuevas palabras ya que su influencia en campos como la ciencia y la tecnología es notoria. Por último, las dos condiciones para aceptar una nueva palabra o una acepción son la necesidad y el uso: cuando el neologismo ocupa una vacante en la lengua, generalmente se acepta y si su uso llega a ser muy extensivo, a la Real Academia Española no le queda más remedio que aceptarlo.

4.2. MARCO METODOLÓGICO

El propósito de la presente investigación es identificar las estrategias utilizadas por un traductor cuando se enfrenta a un texto con neologismos. Con el fin de determinar qué tipo de investigación es la que se persigue, haremos un breve recorrido por el ámbito de estudio de la traductología en aras de contextualizar al lector del presente trabajo.



El diagrama que aquí se presenta refleja una clasificación de los estudios de traducción propuesta por James Holmes⁷⁶. Según el autor, los estudios sobre traducción se dividen en dos ramas: estudios puros y estudios aplicados.

Los estudios puros comprenden los estudios teóricos, que recogen información de los resultados de los estudios descriptivos y la combinan con los aportes que ofrecen otros campos y disciplinas afines con el propósito de crear principios, teorías y modelos que ayuden a entender y predecir las traducciones y las prácticas traductorales.

Los estudios teóricos se subdividen en generales (reflexiones teóricas sobre la traducción como un todo) y parciales o particulares, que pueden restringirse a los siguientes aspectos: al medio (si la traducción ha sido realizada por un traductor humano o por uno automático, si la traducción es consecutiva o simultánea, oral o escrita); al área (restringidos a lenguas o culturas específicas); al nivel (restringidos normalmente a niveles específicos

⁷⁶ Holmes (citado en Hurtado, 2001)

como palabras o frases); al tipo de texto (restringidos a tipos de discurso específicos o géneros); a la época (con referencia a teorías y traducciones enmarcadas dentro de periodos específicos en el tiempo. La historia de la traducción pertenece a esta categoría); a problemas (con referencia a problemas específicos como el de la equivalencia y en nuestro caso al de los neologismos)

Los estudios descriptivos, en contraste con los teóricos, guardan relación con los fenómenos empíricos y tienen tres posibles orientaciones: al producto (describen y comparan traducciones ya existentes); a la función (describen la función que cumple la traducción en la situación sociocultural); al proceso (describen el proceso traductivo).

Según el esquema propuesto por Holmes, los estudios teóricos y los descriptivos pueden coincidir: los estudios teóricos parciales restringidos a un problema pueden ser orientarse al producto, a la función o al proceso.

En contraposición a los estudios teóricos, existen los estudios aplicados. Estos incluyen investigaciones sobre la didáctica de la traducción (para enseñar lenguas extranjeras y enseñar a traducir), las herramientas del traductor (lexicografía, terminología, gramáticas, etc.) y la crítica de traducciones (evaluación de traducciones).

Las tres ramas de la disciplina (teórica, descriptiva y aplicada) guardan una relación muy estrecha ya que se nutren mutuamente para contribuir al desarrollo del campo.

Una vez visto el alcance de los estudios de la traductología y el cuadro que las resume, procedimos a determinar qué tipo de investigación es la nuestra y en qué categorías del esquema se puede incluir. Nuestra investigación

hace parte de la rama pura de la traducción. Por un lado, es descriptiva, orientada al producto, puesto que se trata de investigar y describir el problema de los neologismos a través de traducciones ya existentes, apoyándonos en un marco teórico. Utilizamos las entrevistas a los traductores como instrumento adicional para el análisis. Con ellas se complementó la información que no era evidente en el análisis de los textos traducidos y que hace parte de la práctica traductora.

También podemos afirmar que la presente investigación es de campo debido a que se obtuvo información directamente de la realidad utilizando como instrumentos los resultados del análisis comparativo de dos traducciones reales y las entrevistas. El método empleado para esta investigación es de tipo inductivo ya que partimos del análisis de dos casos particulares para así exponer conocimientos y hacer inferencias generales en el campo de la traducción de neologismos.

El corpus de esta investigación son dos traducciones de un mismo texto en el que los investigadores identificaron nueve neologismos pertenecientes al campo de la tecnología. Por otra parte, los datos recolectados son de tipo cualitativo, ya que se hace una descripción contextual del fenómeno en cuestión con base en el conocimiento previo sobre los diferentes problemas que presenta la traducción. La técnica utilizada en esta investigación es el análisis lingüístico comparativo. Los instrumentos son las entrevistas realizadas a los traductores después de dicho análisis.

Teniendo en cuenta que nuestra investigación es descriptiva, fue necesario escoger un diseño metodológico que, según Dankhe⁷⁷, puede ser experimental o no experimental. El diseño que adoptamos fue el no

⁷⁷ (Dankhe, citado en Daza Romero, Víctor Manuel (2001), Análisis descriptivo de las ambigüedades léxicas en un proceso de traducción automática [Trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Licenciatura en Lenguas Modernas.

experimental en tanto la investigación fue realizada sin la manipulación deliberada de variables. De esta forma observamos un fenómeno (el de los neologismos) presentado en una situación real de traducción para posteriormente analizarlo. Nuestra tarea fue observar y describir un fenómeno ya ocurrido.

Por otra parte, de acuerdo con la dimensión temporal o el número de momentos en el tiempo en los cuales se recolectaron los datos, en la presente investigación se optó por un diseño transversal ya que las variables no fueron manipuladas en sentido alguno por los investigadores y los datos se recolectaron dentro de un periodo determinado.

4.2.1. Metodología específica

Para llevar a cabo la presente investigación fue necesario crear un diseño metodológico propio que se ajustara a nuestras necesidades y objetivos dado que en la bibliografía consultada no se encontró uno que lo hiciera. La metodología específica que proponemos para nuestra investigación se compone de seis pasos que nos permiten lograr de manera gradual los objetivos planteados. Estos pasos son: identificación del texto, creación del corpus, traducción, análisis, constatación, interpretación y conclusiones.

4.2.1.1. Identificación del texto

El primer paso para alcanzar los objetivos específicos de nuestra investigación fue buscar un texto escrito en inglés que contuviera un número significativo de neologismos. En dicha búsqueda tuvimos en mente los siguientes criterios:

i) Unicidad temática: se buscó un texto perteneciente al campo de la tecnología —tema de gran interés para los investigadores—, en particular al desarrollo de dispositivos de última tecnología (para comunicación y

entretenimiento), por considerar que en este campo la aparición de nuevos términos y conceptos es frecuente. Además, este es uno de los campos del saber en los que es más notoria y evidente la influencia y el imperialismo lingüístico que ejerce la lengua inglesa sobre otras como el español. Adicionalmente, en la encuesta realizada como punto de partida de nuestra investigación, los traductores coincidieron en que el fenómeno de innovación léxica se da especialmente en campos como la informática y las comunicaciones por los avances tecnológicos que son significativos, frecuentes y rápidos.

Por lo tanto, el texto identificado es el manual para usuarios de un iPhone (teléfono celular de última tecnología con funciones avanzadas como conexión a Internet, reproducción de música y películas, entre otras). El manual está disponible en la página de Internet de Apple, empresa fabricante y distribuidora de este tipo de productos a nivel internacional.

ii) Características lingüísticas: se buscó un texto original escrito en inglés en el que se usaran nuevos términos creados como resultado de una innovación tecnológica, no acuñados en español. Los términos novedosos podían pertenecer a cualquier categoría gramatical (verbo, sustantivo, adjetivo, etc.) ya que esa característica no representa un problema a la hora de traducir dichas palabras. En consecuencia, el texto fue tomado de la versión original en inglés del manual del iPhone.

iii) Grado de especialidad del texto: Se buscó un texto no dirigido a un público especializado sino a uno general, para el cual un tecnicismo o una palabra especializada puede causar problemas de comprensión. El texto escogido está dirigido a los usuarios de un producto de última tecnología como el iPhone, dispositivo para la comunicación y el entretenimiento.

iv) Longitud: debido a que la frecuencia de aparición de neologismos no es muy alta en un solo texto, fue necesario recurrir a un manual de un producto de innovación tecnológica cuya longitud es de 150 páginas con el fin de encontrar un número considerable de innovaciones léxicas que hicieran referencia al mismo tema y sirvieran como insumo de nuestra investigación. Por obvias razones, nuestro trabajo no podía pretender analizar el problema en cuestión en un texto tan extenso. Por lo tanto, se tomaron tan solo algunos apartes del manual que contuvieran un número suficiente de neologismos para el análisis (en nuestro caso, nueve).

v) Frecuencia de aparición de neologismos: se buscó un texto en el que apareciera un número relevante y suficiente de neologismos que permitiera hacer un análisis serio del fenómeno. Para esta investigación el número de neologismos que aparecen en el texto es considerable. Consideramos 9 términos para el análisis, un número que nos parece suficiente si se tiene en cuenta que, en condiciones reales, la frecuencia de aparición de nuevos términos en un solo texto no es muy alta.

vi) Neologicidad: El texto buscado debía contener términos o conceptos que se puedan considerar neologismos. La identificación de estas palabras se hizo atendiendo a razones de neologicidad que se pueden inferir a partir de la caracterización de los propios neologismos, a saber: que las palabras no aparezcan en diccionarios generales; que no se encuentren acuñadas en español; que designen dispositivos, funciones o características específicas de una invención tecnológica; que sean palabras ya existentes que han adquirido un nuevo significado, etc. Además de estas razones, los neologismos fueron buscados siguiendo los criterios de neologicidad planteados por María Teresa Cabré⁷⁸: el diacrónico y el lexicográfico. El

⁷⁸ Cabré, María Teresa. (2008, 10 de octubre), “Neología, neologismos, diccionarios: datos sobre la lengua española” [conferencia], Universidad de la Salle, Bogotá.

primero se refiere al tiempo en que la nueva palabra deja de ser neologismo (después de tres años de su primera aparición); el segundo, a la inclusión de la nueva palabra en diccionarios generales. En el caso del español, el Centro Virtual Cervantes⁷⁹ sostiene que una palabra se considera neologismo cuando aparece en las fuentes de vaciado (en las cuales se recogen neologismos procedentes de los medios de comunicación orales y escritos) y no tiene entradas en los diccionarios más confiables (el DRAE y el Diccionario de la lengua española de LEMA; ver referencia completa en la bibliografía).

A continuación hacemos referencia a cada una de las palabras seleccionada para nuestro análisis y las razones por las cuales son neologismos desde el punto de vista de la teoría de esta investigación:

a. Double-tap: verbo compuesto por el adjetivo *double* y el verbo *tap*, con traducción reconocida

b. Playhead: sustantivo compuesto que designa una función en los reproductores de música de última tecnología.

c. Bluetooth device: sustantivo compuesto por *Bluetooth* —marca registrada—, acompañado de *device* que ya tiene traducción reconocida.

d. Cover Flow: nueva locución sustantiva

e. Multi-touch display: sustantivo conformado por un adjetivo compuesto por el adjetivo *multi* y el verbo *Couch*, y que califican conjuntamente al sustantivo principal *display*.

⁷⁹ “Banco de neologismos” (2006-2008) [en línea], disponible en: http://cvc.cervantes.es/obref/banco_neologismos/presentacion.htm#criterio, recuperado: 23 de octubre de 2008.

f. Scrubber bar: nueva locución representada por un sustantivo compuesto conformado por el adjetivo *scrubber*, que adquiere un nuevo sentido, y la palabra *bar*

g. Thumbnail: neologismo semántico ya que la palabra existe pero adquiere un nuevo significado en este tipo de tecnología; aunque apareció recientemente en diccionarios generales, aún no ha sido acuñada en español y su uso no es frecuente.

h. SMS-capable phone: al igual que *multi-touch display*, *phone* es un sustantivo calificado por un adjetivo compuesto (sustantivo *SMS* más el adjetivo *capable*)

i. iPhone: al igual que *Bluetooth*, es un nuevo acuñamiento en la lengua fuente y, además, es una marca registrada, lo cual se contempla en la tipología de neologismos.

4.2.1.2. Creación del corpus

La longitud del manual del iPhone, como se mencionó anteriormente, es de 150 páginas. Por lo tanto, fue necesario hacer una selección de párrafos que contuvieran los neologismos analizados, dejando contexto suficiente alrededor de estas palabras para que los traductores pudieran llevar a cabo su trabajo de manera eficaz. En este punto es importante señalar que nos permitimos “editar” el manual del iPhone (Ver Anexo 3) ya que, de acuerdo con Newmark⁸⁰, las estrategias de traducción se pueden utilizar a nivel léxico y oracional; de esta manera, los traductores podrían traducir los neologismos que se encuentran en el texto editado sin necesidad de leer la totalidad del manual. El contexto seleccionado debía ser suficiente para permitirles

⁸⁰Newmark, Peter (1988) “A textbook of Translation”. Prentice Hall, IELT. UK.

solucionar el problema a nivel léxico y oracional. Sin embargo, vale la pena aclarar que los traductores tenían a su disposición todo el manual original.

4.2.1.3. Traducción

Se recurrió a dos traductores profesionales (uno de ellos con formación académica y el otro, empírico) para que realizaran la traducción de inglés a español del texto seleccionado (Ver Anexo 4). Los traductores fueron escogidos teniendo en cuenta estos criterios:

- i) están familiarizados con el tema y tienen experiencia suficiente para traducir textos del campo tecnológico;
- ii) pertenecen al público consumidor de estos productos. Por lo tanto, están familiarizados con las funciones de estos dispositivos y, por ende, pueden arriesgarse a proponer y acuñar una traducción para un nuevo término;
- iii) para efectos de esta investigación, no tienen ningún contacto entre sí que pudiera en algún momento sesgar la traducción del texto fuente.

Se entregó a los traductores el texto seleccionado, en formato impreso (con algunas imágenes), junto con el correspondiente enlace a la página web de la empresa Apple donde se encuentra el manual en su versión original. El enlace se proporcionó con el fin de que pudieran hacer las consultas necesarias para fines de su traducción. Se pidió entonces a los traductores que hicieran la traducción al español del mismo texto.

Cabe anotar que los investigadores actuaron solamente como observadores y como analistas del corpus de la investigación (traducciones), sin tener ningún tipo de intervención directa en el proceso de traducción del texto fuente.

4.2.1.4. Análisis

Una vez recibidas las traducciones al español del texto seleccionado, se procedió a organizar y examinar la información en una tabla de comparación (Ver Anexo 5), diseñada por los investigadores considerando las necesidades planteadas por este trabajo, ya que después de revisar la literatura pertinente no se encontró un modelo de análisis que se ajustara a las necesidades de la presente investigación.

Se diligenció una tabla para cada traducción. La tabla contiene cuatro columnas en las que se registró la siguiente información:

i) Neologismos: en esta columna se incluyen los neologismos previamente identificados por los investigadores en el texto original (en inglés).

ii) Versión ofrecida por el traductor: en esta columna se registran las traducciones al español de los neologismos propuestas por el traductor.

iii) Estrategia utilizada según el traductor: en esta columna, basados en las entrevistas realizadas posteriormente a los traductores, se incluyen las estrategias que los traductores afirman haber utilizado en el proceso de traducción del texto.

iv) Estrategia identificada según la teoría: en esta columna, basados en las estrategias para la traducción de neologismos descritas en el marco teórico de la investigación, los investigadores determinaron qué estrategia se utilizó en la traducción de cada neologismo.

Tuvimos varias razones para diseñar y trabajar con este instrumento:

i) Nos permite analizar objetivamente y en detalle los neologismos en términos de estrategias traductorales.

ii) Nos facilita la comparación de las estrategias para la traducción de neologismos propuestas por la teoría con aquellas creadas a partir de la práctica y, por ende, constatar si el traductor es consciente del uso de estas estrategias o, si por el contrario, ha creado unas propias a través de la práctica.

iii) Nos permite comparar rápidamente las propuestas de traducción del traductor No.1 con las del traductor No.2.

4.2.1.5. Constatación

Con base en el análisis de las traducciones de los neologismos propuestos por los dos traductores, los investigadores constataron la aplicación de estrategias para la traducción de neologismos mediante una entrevista a los traductores, con cuyo análisis se completó la columna correspondiente en la tabla.

Procedimos a realizar una entrevista (Ver Anexo 6) a cada traductor para obtener información relacionada con las estrategias que, según ellos, utilizaron en la traducción del texto y los problemas que ésta representó durante el proceso.

Esta constatación nos aporta información suficiente para:

i) Identificar los problemas que enfrentaron los traductores en la traducción del texto.

ii) Determinar si las palabras identificadas como neologismos fueron problemáticas al traducir el texto.

iii) Determinar la manera como los traductores enfrentaron el problema de los neologismos.

iv) Establecer si los traductores utilizaron una o varias estrategias en el proceso de la traducción y cuál(es) no les dio (dieron) resultado.

v) Comprobar si los traductores son conscientes de la existencia de estrategias para traducir neologismos.

vi) Conocer la opinión de los traductores sobre la traducción de neologismos en el campo de la tecnología.

vii) Conocer cuáles son las estrategias que los traductores utilizaron para resolver el problema de los neologismos con el fin de determinar la correspondencia de las estrategias propuestas por la teoría con las que se utilizan en la práctica.

4.2.1.6. Interpretación

A continuación se presenta la interpretación que los investigadores hicieron de la comparación de las traducciones para cada uno de los neologismos analizados:

i) **Double-tap:** para la traducción de esta palabra pudimos observar que, aunque las propuestas de los traductores fueron bastante diferentes, ambos usaron lo que en la teoría se llama equivalencia descriptiva. En la explicación sobre la estrategia utilizada por los traductores pudimos darnos cuenta de que los dos coinciden en la estrategia implementada en su práctica: visualizar la acción y encontrar un equivalente que describiera la acción realizada en la lengua destino. En este caso se observa que hay coincidencia en la estrategia utilizada por los traductores y que ambos, a pesar de no conocer el nombre técnico de la estrategia propuesta en la teoría, si la usan intuitivamente.

ii) Playhead: en este caso los traductores ofrecieron propuestas totalmente diferentes para la traducción del término. A diferencia de la anterior, para esta palabra utilizaron estrategias diferentes según la teoría: aunque los dos coincidieron en recurrir a la imagen para describir la función, según la teoría es evidente que cada uno de ellos utilizó una estrategia distinta para resolver el problema. Mientras que el traductor #1 utilizó la equivalencia funcional, el traductor #2 combinó dos estrategias (equivalencia descriptiva y transferencia). En este caso no hay coincidencia de las estrategias utilizadas y a pesar de que los dos traductores intentaron describir la función que cumple el aparato, los dos propusieron traducciones distantes entre sí.

iii) Bluetooth device: para esta palabra hubo total coincidencia en la versión ofrecida como traducción del término por los dos traductores, en la estrategia que dijeron haber utilizado, y en la estrategia identificada a través de la teoría. De esta manera podemos interpretar que aunque los dos traductores no mencionaron el nombre técnico de la estrategia, en este caso la combinación de dos estrategias (traducción literal y nuevo acuñamiento), siguieron los mismos pasos para llegar a una propuesta de traducción idéntica: dejaron la palabra *Bluetooth* en inglés y escribieron el equivalente más común en español para la palabra *device*.

iv) Cover Flow: en este caso los dos traductores decidieron dejar la palabra en inglés sin ninguna modificación sabiendo que ésta hace referencia a una función específica del aparato. No obstante, el traductor #2 prefirió aclarar la función que según él cumple esta palabra con el fin de guiar al lector del manual. Esta decisión llevó al traductor #2 a utilizar dos estrategias, según los investigadores, para resolver el problema, mientras que el traductor #1 optó por dejar la palabra en inglés, lo cual a la luz de la teoría se identifica como nuevo acuñamiento. Es evidente que aunque los nombres utilizados

por los traductores para referirse a las estrategias utilizadas no coincidan con los de la teoría, los dos siguieron los pasos identificados según la teoría.

v) Multi-touch display: a pesar de ofrecer traducciones distintas para esta palabra, ambos traductores, según la teoría, utilizaron la equivalencia descriptiva para resolver el neologismo. Cada uno de ellos afirmó haber recurrido a una descripción (el traductor #1 aclaró que lo había hecho a través de la visualización del aparato) para resolver el problema, aunque el traductor #2 se acercó más a la estrategia identificada para esta palabra según los investigadores, afirmando que para poder describir el objeto intentó utilizar una palabra de uso común en español.

vi) Scrubber bar: en la traducción de este neologismo hubo total discrepancia entre los dos traductores, tanto en las versiones ofrecidas en español como en las estrategias utilizadas (las propuestas por la teoría y las implementadas a través de la práctica). Mientras que el traductor #1 utilizó una combinación de dos estrategias (equivalencia funcional y traducción literal), el traductor #2 solamente utilizó equivalencia funcional. En el caso del traductor #1 hay correspondencia entre la estrategia que, según él, se utilizó y la que se identificó en la teoría. Por el contrario, el traductor #2 sólo utilizó una parte de la estrategia identificada por los investigadores a partir de la teoría de acuerdo a la versión que ofreció para la palabra en inglés.

vii) Thumbnail: aunque ofrecieron versiones distantes una de otra, los dos traductores utilizaron la equivalencia descriptiva como estrategia identificada a partir de la teoría. Esta actuación evidentemente coincide con lo afirmado en la entrevista; ambos traductores dijeron haber utilizado la descripción como estrategia para resolver el neologismo, aunque uno de ellos aclaró que lo había hecho a partir de la imagen.

viii) SMS-capable phone: esta fue una de las palabras que arrojó resultados más interesantes por parte de los traductores. En cuanto a las estrategias que dijeron haber utilizado, el traductor #1 mencionó que había seguido tres pasos: traducir literalmente una palabra, remplazar una palabra por otra que pertenece a una categoría gramatical diferente y proponer una nueva sigla. Por el contrario, el traductor # 2 dijo solamente haber descrito la función del dispositivo. Según la teoría, los dos traductores utilizaron la combinación de tres estrategias, coincidiendo en las dos primeras (traducción literal y equivalencia funcional). Sin embargo, en la tercera estrategia identificada el traductor #1 utilizó un nuevo acuñamiento, mientras que el traductor #2 usó un internacionalismo.

ix) iPhone: esta palabra no causó muchos problemas de traducción ya que los traductores la identificaron como una marca registrada, por lo cual no le hicieron ninguna modificación. Por lo tanto, los dos traductores coincidieron tanto en la versión propuesta como en la estrategia utilizada a partir de la teoría (nuevo acuñamiento), y además coincidieron en la estrategia que según ellos utilizaron.

4.2.1.7. Conclusiones

Después de comparar y analizar las traducciones, y de entrevistar a los dos traductores, los investigadores pueden concluir que:

i) De acuerdo a las estrategias para traducir neologismos propuestas por la teoría, las más utilizadas fueron la equivalencia descriptiva, las combinaciones (de dos o tres estrategias) y los nuevos acuñamientos, usadas por los dos traductores siete veces cada una. Los neologismos sí representan un reto a la hora de traducir un texto y los traductores deben disponer de más de una estrategia para poder resolver este problema con una mayor efectividad, particularmente si se encuentran con varios

neologismos en un mismo texto. Creemos que el uso de las combinaciones obedece a que, en el caso de los neologismos que se componen de dos palabras de naturaleza distinta, es indispensable utilizar estrategias distintas para lograr una traducción fiel en español.

El uso de la equivalencia descriptiva se debe a que, como se pudo comprobar en las respuestas de los traductores en la entrevista, ellos recurren a las imágenes del texto que les fue entregado para llegar a entender el concepto detrás del término y así llegan a proponer una traducción que surta el mismo efecto que el texto original.

En cuanto al uso de la estrategia de nuevo acuñamiento podemos concluir que ésta fue utilizada en el caso de traducir *SMS* como *SMT* con el fin de aportar una nueva palabra que llena un vacío en la lengua de destino. En casos como los de las palabras *Bluetooth* y *iPhone*, el nuevo acuñamiento se justifica por el respeto que debe tener el traductor por palabras que son marcas registradas.

ii) En segundo lugar, la equivalencia funcional demostró ser una estrategia necesaria para resolver neologismos ya que los traductores recurrieron a ella seis veces en total, en particular en palabras como *SMS-capable phone*. Esto ocurre porque, para la traducción del manual del iPhone —dispositivo con múltiples funciones—, los traductores indagan la función a la que se hace referencia mediante la palabra para llegar a encontrar un equivalente.

iii) Cuanto más abstracto y oscuro sea un neologismo, más estrategias (combinaciones de ellas) y herramientas deben utilizar los traductores. Esto se evidencia en la traducción de palabras como *Cover Flow*. Lo mismo sucede, como se dijo en las entrevistas, cuando el contexto que rodea la palabra resulta escaso para entender cabalmente el significado de la palabra.

El uso de múltiples estrategias y herramientas permite delimitar el verdadero significado del término.

iv) A pesar de que en algunos casos hay correspondencia en la traducción de los neologismos en términos de las estrategias utilizadas propuestas por la teoría y aquellas implementadas a través de la práctica, los traductores desconocen el nombre técnico de las estrategias para traducir neologismos y las utilizan de manera intuitiva.

v) Para llegar a resolver algunos de los neologismos y decidir qué estrategia utilizar, los traductores afirmaron que uno de los pasos que se da antes de optar por una estrategia es la consulta con la gente ya que algunas veces el uso popular, el nombre que la gente le da a las cosas, es bastante acertado. Esto nos lleva a concluir que, aunque no se mencione en la teoría, esta consulta puede ser muy útil a la hora de tomar una decisión sobre cómo traducir un neologismo.

vi) Aunque las estrategias para traducir neologismos propuestas por la teoría son once, los traductores solamente recurrieron a siete de ellas. Estrategias como la naturalización, el calco y la palabra derivada fueron descartadas en la traducción hecha para este trabajo seguramente porque la mayoría de palabras usadas en tecnología hacen referencia a nuevos conceptos o funciones, o son nombres inventados por los creadores para designar sus productos.

5. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Con este estudio se ha pretendido comparar las diferencias en la utilización de estrategias traductorales de dos traductores entre sí y la correspondencia

de las estrategias propuestas por la teoría con las que crean e implementan en su labor diaria los traductores.

Después de cumplir con los objetivos que se plantearon para esta investigación, se pudo determinar que el papel que juegan los traductores humanos es único cuando se trata de emplear las estrategias de traducción (de neologismos en nuestro caso) ya que solamente un traductor humano está en capacidad de discernir cuál es la que más se ajusta a las características del texto o término en cuestión. Es así como podemos afirmar que la selección de una estrategia traductora para resolver un problema de traducción es una decisión personal de cada traductor, de acuerdo a sus preferencias, estilo y necesidades. Con la anterior afirmación queremos decir que no hay una única estrategia para resolver un problema de traducción.

Los resultados arrojados por esta investigación nos permiten concluir y reiterar la importancia de las estrategias (tanto las teóricas como las usadas intuitivamente por cada traductor en su práctica) para traducir neologismos con el fin de conservar la mayor fidelidad posible en una traducción. De esta manera, se puede responder lingüísticamente a la gran cantidad de palabras, términos, conceptos y procesos que surgen diariamente en el campo tecnológico y que buscan equivalencia en varias lenguas. El surgimiento de neologismos es un fenómeno inherente a todas las lenguas.

Es igualmente importante el buen criterio del traductor en la escogencia de la mejor estrategia para casos particulares en aras de que la traducción surta el mismo efecto en inglés que en español. En consecuencia, creemos necesario que los traductores conozcan las estrategias propuestas por la teoría sin dejar de lado las estrategias que eventualmente puedan crear e implementar en su labor diaria; estas estrategias pueden arrojar resultados tan interesantes como las teóricas. Por otra parte, creemos que, antes de

asumir una traducción, los traductores deben estar familiarizados con el contexto de lo que se está traduciendo; en el caso de la tecnología es de vital importancia que el traductor se familiarice con las funciones del aparato, teniendo en cuenta que en muy poco tiempo se innova en materia de tecnología con nuevos aparatos y dispositivos con funciones avanzadas y especializadas que salen al mercado. Y es en este punto donde los traductores deben ser conscientes de la gran responsabilidad que tienen en sus manos: aunque este tipo de información nos llegue de forma abrumadora del inglés, no es razón para que las palabras no puedan ser traducidas al español, recurriendo más a los mecanismos que tiene nuestra lengua para hacerlo y no tanto al préstamo, que reafirma el poder hegemónico que tiene el inglés sobre otras lenguas como el español.

Sería importante trabajar en bancos de almacenamiento de neologismos para recopilar traducciones alternativas para estas palabras. Así, los traductores podrían tenerlos a su alcance y consultarlos cuantas veces fuera necesario. De esta manera, se garantizaría que neologismos que se usan por poco tiempo no queden en el olvido, como simples términos efímeros.

A nivel práctico, creemos que este estudio puede contribuir a enriquecer los estudios descriptivos en el ámbito de la traductología. De otra parte, de él se desprende la propuesta de acuñamiento de cuatro nuevos términos en español: la sigla *SMT* (*Servicio de Mensajes de Texto*), *Bluetooth*, *iPhone* y *Cover Flow*. Adicionalmente, la investigación ayudó a familiarizar a los investigadores con un fenómeno que atañe a la traducción como disciplina y les proporcionó herramientas para enfrentar y abordar más eficazmente la traducción de textos pertenecientes a distintos campos del saber. Sin embargo, estudios posteriores podrían centrarse en describir el fenómeno de las estrategias para traducir neologismos en otras disciplinas, o en aquellos medios de comunicación (radio, prensa televisión, etc.) en los cuales se

dejan pasar tantas palabras provenientes de lenguas como el inglés, el francés, el alemán, entre otras. Estos medios masivos empiezan a popularizar extranjerismos innecesarios e impiden la creación de equivalentes en español que permitan enriquecer nuestra lengua.

6. REFERENCIAS

- Banco de neologismos (2006-2008) [en línea], disponible en:
http://cvc.cervantes.es/obref/banco_neologismos/presentacion.htm#criterio,
recuperado: 23 de octubre de 2008.
- Bankole, A. (2006), "Dealing with Abbreviations in Translation", en *Translation Journal* [en línea], vol. 10, núm. 4, disponible en:
<http://www accurapid.com/journal/38acronyms.htm>, recuperado: 5 de abril de 2008.
- Battaner, M. P. (dir.), (Lema), (2001), *Diccionario de la Lengua Española*.
VOX. Barcelona: Spes Editorial.
- Cabré Castelví, M. (2008), "Neología, neologismos, diccionarios: datos sobre la lengua española" [conferencia], Universidad de la Salle, Bogotá.
- (2008) "La clasificación de neologismos: una tarea compleja", [en línea], disponible en:
<http://209.85.165.104/search?q=cache:ldJA4SAmthMJ:www.alfa.ibilce.unesp.br/download/v50-2/14-Cabre.pdf+tipos+de+neologismos&hl=es&ct=clnk&cd=10&gl=co&client=firefox-a>, recuperado: 18 de febrero de 2008.
- (2008), "Neología, neologismos, diccionarios: datos sobre la lengua española" [conferencia], Universidad de la Salle, Bogotá.
- Carvalho, E. (2007) "A Non-Native User's Perspective of Corpus-Based Dictionaries of English and French" en *Translation Journal* [en línea], vol. 10, núm. 4, disponible en: <http://translationjournal.net/journal/42review.htm>, recuperado: 5 de abril de 2008.
- Cook, Guy (2003). *Applied Linguistics*, Oxford University Press, Oxford.
- Daza Romero, V. (2001), *Análisis descriptivo de las ambigüedades léxicas en un proceso de traducción automática* [trabajo de grado], Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Carrera de Licenciatura en Lenguas Modernas.

- Dubuc, R. (1992): "Neologismos". [en línea], disponible en: <http://209.85.165.104/search?q=cache:JI54w8PUdRMJ:www.fti.uab.es/aaquilaramat/continguts%255CNecologia%2520l.pdf+>, recuperado: 28 de febrero de 2008.
- García, V. (2004), *Traducción y enriquecimiento de la Lengua del Traductor*, Madrid, Gredos.
- Grabe, W. y Kaplan, R. (1992), *Introduction to Applied Linguistics*, United States, Addison-Wesley Publishing Company.
- Hurtado Albir, A. (2001), *Traducción y traductología*, Introducción a la traductología, Madrid, Cátedra.
- Leonardi, V. (2003). "Equivalence in Translation: Between Myth and Reality" en *Translation Journal* [en línea], vol. 4, núm. 4, disponible en: <http://www accurapid.com/journal/14equiv.htm>, recuperado: 14 de abril de 2008).
- Khutyz, I. (2005), "Translation Problems in Modern Russian Society", en *Translation Journal* [en línea], vol. 9, núm. 2, disponible en: <http://www accurapid.com/journal/32russia.htm>, recuperado: 7 de abril de 2008.
- Moliner, M. (1988). *Diccionario de uso del español. II tomo*, Madrid, Gredos.
- Newmark, P. (1988), *Approaches to translation*. Prentice Hall, IELT, UK.
- (1988), *A Textbook of Translation*. Prentice Hall. International. UK.
- Pennycook, Alastair "Critical Applied Linguistics", en: *Handbook of Applied Linguistics* [en línea], disponible en : http://www.education.uts.edu.au/ostaff/staff/pennycook_cal.pdf, recuperado: 17 de febrero de 2008.
- Phillipson, R. (2000), *Linguistic imperialism*. Oxford, New York, Oxford University.
- Real Academia Española, (2001), *Diccionario de la lengua española*, 22.^a ed., Madrid, Espasa Calpe.

Russell-Bitting, A. (2000), "Neologisms in International Development: Translating English terms into Spanish, French, and Portuguese", en *Translation Journal* [en línea], vol. 4, núm. 1, disponible en <http://accurapid.com/journal/11neolog.htm>, recuperado: 12 de febrero de 2008.

Sabogal, C. (2008, 7 de mayo), entrevistado por Rangel, O., Amórtegui, E., Bogotá.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA SOBRE TRADUCCIÓN DE NEOLOGISMOS

1. En su oficio como traductor, ¿en qué campo del conocimiento se encuentra con más neologismos?

2. ¿Con qué frecuencia se enfrenta a la traducción de neologismos?

- () Siempre
- () Casi siempre
- () A veces
- () Rara vez
- () Nunca

3. ¿Los neologismos le han presentado algún problema al momento de traducir? ¿Por qué?

4. ¿Qué factores tiene en cuenta cuando se encuentra con un neologismo en una traducción?

5. ¿Cómo cree usted que se debe traducir un neologismo?

ANEXO 2

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A CLEÓBULO SABOGAL

1. ¿Cuáles son los procedimientos que la Academia Colombiana sigue para aceptar un neologismo?

En principio, no es tanto la Academia Colombiana la que acepta neologismos sino la Real Academia Española puesto que el Diccionario de la Lengua Española se confecciona en Madrid, España, obviamente con la asesoría, con la ayuda de todas las Academias de la Lengua. Entonces las Academias correspondientes hacen sus propuestas o sugerencias, son estudiadas en el Instituto de Lexicografía de la Real Academia Española y de allí pasan al diccionario. Entonces las academias pueden sacar, cada una ya en particular, un diccionario de regionalismos como en el caso de la colombiana, tiene un Diccionario de Colombianismos, cuya tercera edición es del año pasado. Pero el diccionario general, el Diccionario de la Lengua Española, que se puede consultar por Internet, es uno para todos los países de habla hispana y ese solamente se confecciona en Madrid, España.

2. ¿Con respecto a eso, aquí hay total autonomía para, digamos, en el tema de los colombianismos?

Si, claro. En el caso de la Academia Colombiana es la Comisión de Lingüística la que estudia los colombianismos y cuando ve necesario incluirlos en un diccionario, lo hace, como en este que acabo de mencionar. No obstante, algunos estudiosos lexicógrafos particulares también han elaborado su propio diccionario de colombianismos como en el caso de Mario Alario Di Filippo que sacó el Lexicón de Colombianismos, cuya segunda

edición es del ochenta y tres publicada por el Banco de la República. También está el Padre Julio Tobón Betancourt que sacó su Diccionario de Colombianismos. Recientemente ha habido por ahí una publicación de Intermedio Editores: se llama Diccionario de Colombiano Actual de Francisco Celis Alvar; muy meritoria pues la recopilación que hace el autor aunque no tiene casi técnica lexicográfica esta obra.

3. ¿Y, digamos, aquí en Colombia nosotros notificamos a la Real Academia también para incluir esos colombianismos, como tu dijiste? ¿Hay sugerencias de colombianismos para la Real Academia o es la misma Real Academia la que se encarga?

No, a veces hay sugerencias. De hecho podemos encontrar muchas palabras en el diccionario con la marca geográfica de Colombia porque han sido propuestas, incluso algunas veces son comunes a Colombia, a Ecuador, a Venezuela, a otros países vecinos. Pero hay otros colombianismos que si toca buscarlos en diccionarios hechos aquí, pero, repito, si hay muchas voces con la marca de colombianismo en el diccionario académico.

4. ¿En qué campo de estudio se acuñan más neologismos?

En el campo de la técnica. En el campo de la ciencia se acuñan muchos términos porque son necesarios. La parte científica siempre acuña las raíces griegas, sobre todo, para formar nuevas voces cuando ve la necesidad. Claro que a veces, por pereza, lo que se hace es hacer traducciones del inglés y a veces son muy mal hechas. La Real Academia de Ciencias Exactas Físicas y Naturales, cuya sede está en España, tiene el vocabulario científico y técnico que ya va por la tercera edición de hace unos años y ahí encuentra usted ya toda la terminología pues científica y técnica al respecto y hay traducciones acertadas para muchas expresiones que a veces son inventos, son

experimentos, son prácticas que se hacen en países cuya lengua es el inglés y a veces se necesita verter eso al español. Entonces lo ideal es acudir a esta obra.

5. ¿Cuál es el papel, digamos, de los traductores colombianos en el acuñamiento de nuevos términos frente a la Academia Colombiana?

Ninguno. Los traductores, cada uno pues hace sus traducciones particulares. Habrá algunos que son más acertados que otros porque algunos piensan que porque chapurrean el inglés o porque vivieron algún tiempo en Estados Unidos o en Inglaterra ya pueden hacer traducciones y como decía el gran escritor y periodista español Mariano José de Larra: “para traducir mal no se necesita más que de diccionario y atrevimiento”.

6. ¿Cuál lengua extranjera es la que más genera neologismos actualmente?

Para el español la lengua que más genera neologismos es el inglés porque es la que más influye en él, en el campo de la ciencia, de la técnica y malas traducciones o aquellas personas que ni hablan bien el español ni hablan bien el inglés y hacen una mezcolanza y hacen unas traducciones bárbaras de muchos vocablos.

7. ¿Entonces, digamos, en el campo de la ciencia y lo que tú me decías, lo correcto es acudir al griego, a las raíces griegas?

En el caso si de la terminología científica uno mira que mucha expresión médica, entonces, está formada sobre la raíz griega y en este vocabulario científico y técnico uno también mira que muchas voces... La sola palabra, por ejemplo, *neologismo* está formada por elementos griegos: *neo* es *nuevo*

y *logos*, *palabra*, o *logismos* como algunos dicen para *razonamiento*. Entonces se ha acudido siempre al griego para la formación de voces técnicas a pesar de que el latín es la lengua madre del español y es más o menos un setenta por ciento las palabras que tenemos en español para todo esto del campo científico y técnico se acude a raíces griegas. Que pues también cabe agregar que el neologismo no solamente es una palabra. Este caso se conoce como neologismo léxico o neologismo de forma, cuando es la palabra no más. Pero muchas veces son neologismos semánticos o de sentido: es una nueva acepción para una palabra ya existente en el idioma. Entonces, el término existe, pero lo que se está haciendo es darle un nuevo significado porque viene al caso o por equivalencia en otro idioma, muchos se han metido incluso en el lenguaje usual, sin necesidad de ir a la ciencia: el caso de *evento*, por ejemplo, la Academia terminó aceptando un sentido que no tenía en español sino que era propio del inglés y lo mismo pasa con *evidencia*. Entonces por malas traducciones meten esos otros significados y los extienden los medios de comunicación y pasan los años y ya las Academias no tienen más remedio que aceptarlo porque es imposible de erradicar.

8. ¿Pero más o menos se puede hablar de un tiempo para que la Real Academia acepte un neologismo, digamos?

No.

9. ¿Por ejemplo, los préstamos o los calcos?

No, no hay un tiempo exacto. A veces la Academia es reacia en admitir algún vocablo. Últimamente pasa lo contrario: se ha como apresurado a admitir algunos vocablos extranjeros o a castellanizarlos y, también se ha criticado por ese lado. Bueno, la Academia siempre será criticada por si se apresura,

si se demora, de todas formas, siempre será objeto de críticas, y a veces ya también hay diferencia, ¿no?: en España hay también voces asentadas para decir lo mismo, pero en América no. Entonces las Academias tienen que mirar. Una palabra como *discjockey* fue castellanizada en el Diccionario Panhispánico de Dudas pese a que en España no se necesita porque en España todo mundo dice pinchadiscos. Entonces... Pero en Hispanoamérica, tal vez por la cercanía con Estados Unidos, vamos metiendo muchos términos así. Y lo otro que hay que tener en cuenta es que las dos condiciones para aceptar una nueva palabra o una acepción son la necesidad y el uso, ¿no? Si el término o la acepción que se le esté dando al vocablo viene a ocupar una vacante en el idioma entonces es bienvenida. Pero si es innecesario porque ya tenemos los equivalentes castizos casi siempre se rechaza. A veces después de mucho tiempo termina aceptándose por aquello de que el uso impone y es juez, árbitro y dueño en cuestiones de idioma como decía el poeta latino Horacio. Y el uso, a veces, pueda que no se necesite el vocablo, pero ha arraigado tanto que... Entonces necesidad y uso son los criterios fundamentales.

ANEXO 3 Iphone User Guide

http://manuals.info.apple.com/en_US/iPhone_User_Guide.pdf

1. Página 15



2. Página 25

Zooming In or Out

When viewing photos, webpages, email, or maps, you can zoom in and out. Pinch your fingers together or apart. For photos and webpages, you can double-tap (tap twice quickly) to zoom in, then double-tap again to zoom out. For maps, double-tap to zoom in and tap once with two fingers to zoom out.



3. Página 37

Respond to a second call:

- To ignore the call and send it to voicemail, tap Ignore.
- To hold the first call and answer the new one, tap Hold Call + Answer.
- To end the first call and answer the new one, tap End Call + Answer.

Make a second call: Tap Add Call. The first call is put on hold.

Switch between calls: Tap Swap. The active call is put on hold.

Create a conference call: Tap Merge Calls. See "Conference Calls" below.

Conference Calls

You can talk to more than one person at a time, and merge up to five calls, depending on your carrier.

Create a conference call:

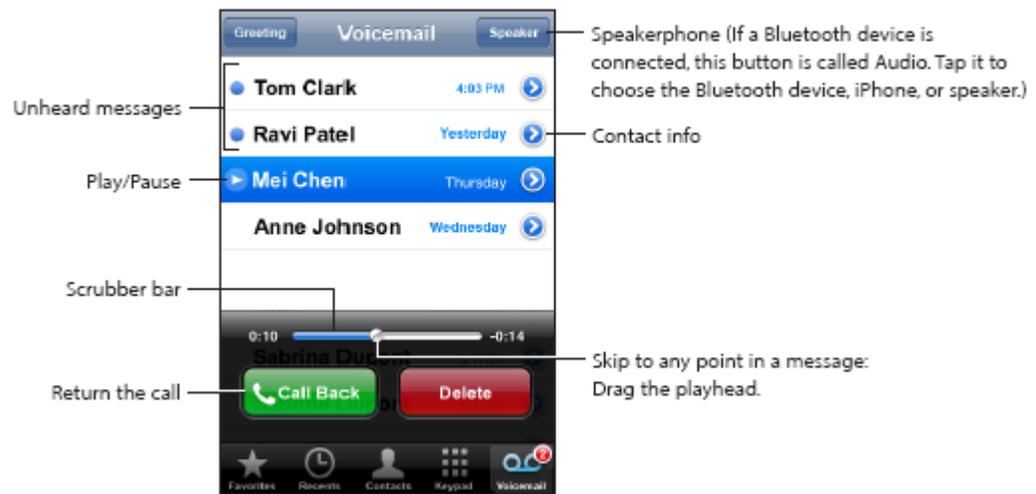
- 1 Make a call.
- 2 Tap Add Call and make another call. The first call is put on hold.
- 3 Tap Merge Calls. The calls are merged onto one line and everyone can hear each other.
- 4 Repeat steps two and three to add up to five calls.

Drop one call	Tap Conference and tap  next to a call. Then tap End Call.
Talk privately with a call	Tap Conference, then tap Private next to a call. Tap Merge Calls to resume to conference.
Add an incoming call	Tap Hold Call + Answer, then tap Merge Calls.

iPhone always has a second line available in addition to the conference call.

4. Página 39

Tap Voicemail to see a list of your messages.



5. Página 49

Follow a link

Tap the link.

Text links are typically underlined and blue. Many images are also links. A link can take you to a webpage, open a map, dial a phone number, or open a new preaddressed email message.

Web, phone, and map links open Safari, Phone, or Maps on iPhone. To return to your email, press the Home button and tap Mail.

6. Página 60

Music and Other Audio

The high-resolution Multi-Touch display makes listening to songs on iPhone as much a visual experience as a musical one. You can scroll through your playlists, or use [Cover Flow](#) to browse through your album art.

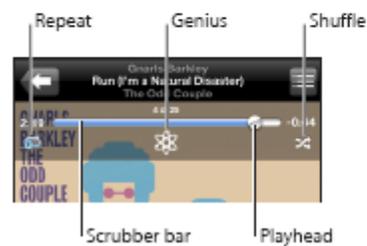
WARNING: For important information about avoiding hearing loss, see the *Important Product Information Guide* at www.apple.com/support/manuals/iphone.

7. Página 62

Additional Controls

From the Now Playing screen, tap the album cover.

The repeat, Genius, and shuffle controls and the scrubber bar appear. You can see elapsed time, remaining time, and the song number. The song's lyrics also appear, if you've added them to the song in iTunes.



8. Página 64

Viewing All Tracks on an Album

See all the tracks on the album that contains the current song: From the Now Playing screen tap . Tap a track to play it. Tap the album cover [thumbnail](#) to return to the Now Playing screen.



In track list view, you can assign ratings to songs. You can use ratings to create smart playlists in iTunes that dynamically update to include, for example, your highest rated songs.

Rate a song: Drag your thumb across the ratings bar to give the song zero to five stars.

9. Página 64

Using Genius on iPhone

Genius automatically creates a playlist of songs from your library that go great together with the song you're playing. It's like having a built-in DJ who knows your tastes well enough to make the right mix just for you. To use Genius on iPhone, you first need to set up Genius in iTunes, then sync iPhone with iTunes. Genius is a free service, but it requires an iTunes Store Account. You can make Genius playlists in iTunes and sync them to iPhone. You can also make Genius playlists directly on iPhone.

10. Página 70

Text



You can send text messages to anyone with an SMS-capable phone. The recipient is notified of the message and can read it and reply at any time. You can also send text messages to multiple people at the same time.

11. Página 81

Taking Pictures

To take a picture, just point and tap. The camera is on the back of iPhone so you can see the image you want on the display.

Camera photos are tagged with location data if Location Services is turned on. You can use location data with some applications and photo-sharing websites to track and post where you took your pictures. If Location Services is turned off, you'll be prompted to turn it on. If you don't want to include location data with your photos, you don't need to have Location Services turn on to take pictures. See "Location Services" on page 107.

ANEXO 4

TRADUCCIONES AL ESPAÑOL DEL TEXTO SELECCIONADO

Traductor #1 (Traductor con formación académica)

Guía del Usuario de iPhone

http://manuals.info.apple.com/en_US/iPhone_User_Guide.pdf

1. Entrada para auricular (Pg.15)

1. Un vistazo al iPhone

[Nombres que aparecen en la figura]

Entrada para auricular	Botón de suspensión/activación
Receptor	Bandeja para tarjeta SIM
Botón para timbre/silencio	Cámara (parte posterior)
Botones de volumen	Barra de estado
Pantalla sensible al tacto	Botones de aplicaciones
Botón de inicio	Entrada para acoplamiento <i>dock</i>
Altavoz	Micrófono

2. Tocar dos veces (Pg.25)

Cómo acercar / alejar imágenes

Al mirar fotos, páginas web, correos o mapas, la imagen se puede acercar o alejar. Basta juntar o separar los dedos. Para ver fotos o páginas web, se puede tocar dos veces (rápidamente) para acercarlas y luego puede hacer lo mismo para alejarlas. En el caso de los mapas, toque dos veces para acercar la imagen y una sola vez con dos dedos para alejarla.

3. Combinar Llamadas (Pg. 37)

Contestar una segunda llamada:

- *Para ignorar la llamada y enviarla al buzón de voz, toque Ignorar.*
- *Para poner en espera la primera llamada y contestar la nueva, toque Retener Llamada + Responder.*
- *Para terminar la primera llamada y contestar la nueva, toque Finalizar Llamada + Responder.*

Hacer una segunda llamada: Toque Agregar Llamada. La primera llamada queda en espera.

Intercambiar llamadas: Toque Intercambiar. La llamada activa queda en espera.

Crear una conferencia: Toque Combinar Llamadas. Ver "Llamadas en Conferencia" más adelante.

Llamadas en conferencia

Se puede hablar con más de una persona al mismo tiempo y combinar hasta cinco llamadas, dependiendo de su operador.

Para crear una conferencia:

- 1 Haga una llamada.
- 2 Toque Agregar Llamada y haga otra llamada. La primera queda en espera.
- 3 Toque Combinar Llamadas. Las llamadas se combinan en una misma línea y todos pueden escucharse entre sí.
- 4 Repita los pasos dos y tres para agregar hasta cinco llamadas.

Eliminar una llamada	Toque Conferencia y toque el ícono <i>[Figura]</i> junto a una de las llamadas. Luego toque Finalizar Llamada.
Hablar en privado con una de las llamadas	Toque Conferencia y luego toque Privado junto a una de las llamadas. Toque Combinar Llamadas para reanudar la conferencia.
Agregar una llamada entrante	Toque Retener Llamada + Responder, luego toque Combinar Llamadas.

El iPhone siempre tiene una segunda línea disponible adicional a la de la conferencia.

4. Cursor de avance (Pg.39)

Toque Correo de Voz para ver la lista de sus mensajes.

[Rótulos de la figura]

	Saludo	Correo de voz	Altavoz	Teléfono con Altavoz (Si hay un dispositivo Bluetooth conectado, este botón se denomina Audio. Tóquelo para escoger entre el dispositivo Bluetooth, el iPhone o el altavoz.)
	Tomás		4:03	
Mensajes sin escuchar	Alzate		PM	
	Renata Pérez		Ayer	Información de contacto
Reproducción/ Pausa	Marta Casas		Jueves	
	Juan López		Miércoles	
Barra de avance				Para saltar a cualquier punto del mensaje: arrastrar el cursor de avance.
	Devolver llamada	Devolver Llamada	Borrar	
	Favoritos	Recientes	Contacto	Teclado
				Correo de voz

5. Con destinatario preestablecido (Pg. 49)

Parar Ir a un enlace Toque el enlace.
Normalmente, los enlaces de texto están subrayados y en color azul. Muchos de ellos

pueden ser imágenes. Un enlace puede llevarlo a una página web, abrir un mapa, marcar un número telefónico o abrir un nuevo mensaje de correo electrónico con destinatario preestablecido. Los enlaces de red, teléfonos y mapas abren en el iPhone las aplicaciones Safari, Teléfono o Mapas. Para regresar a su correo electrónico, oprima el botón de Inicio y toque Mail.

6. Cover Flow (Pg. 60)

Música y otros contenidos de audio

Escuchar canciones mediante la pantalla múltiple de alta resolución del iPhone es una experiencia tanto sonora como visual. Usted puede recorrer su lista de canciones o usar la función Cover Flow para explorar sus álbumes.

ADVERTENCIA: En la *Guía de Información Importante sobre el Producto* que se encuentra en www.apple.com/support/manuals/iphone, podrá encontrar información importante sobre cómo evitar pérdida de la audición.

7. Barra de avance (Pg. 62)

Controles adicionales

En la pantalla En Reproducción, toque la portada del álbum.

Aparecen los controles de repetición, mezcla y Genius junto con la barra de avance. Usted puede observar el tiempo que ha transcurrido, el tiempo que

resta y el número de la canción. También aparece la letra de la canción si la agregó en iTunes.

Repetición Genius Mezcla

Barra de avance Cursor de avance

8. Reproducción de imagen en pequeño (Pg.64)

Ver todas las pistas de un álbum

Para ver todas pistas del álbum que contiene la canción que está reproduciendo: En la pantalla En Reproducción, toque *[Figura]*. Toque una pista para reproducirla. Toque la imagen en pequeño de la portada del álbum para regresar a la pantalla En Reproducción.

[Rótulos de la figura]

Regresar a la pantalla En Reproducción

Barra de calificación

Pistas del álbum

Usted puede calificar las canciones en la lista de pistas. Puede utilizar esa calificación para generar listas inteligentes en iTunes que se actualizan en forma dinámica para incluir, por ejemplo, las canciones a las que usted le ha asignado mayor puntuación.

Para calificar una canción: Arrastre el pulgar sobre la barra de calificación para asignarle entre cero y cinco estrellas.

9. DJ incorporado (Pg. 70)

Cómo usar la función Genius en el iPhone

Genius genera automáticamente una lista de canciones de su discoteca que combinan perfectamente con la canción que se está reproduciendo. Es como tener un disk-jockey incorporado que conoce sus gustos lo suficiente como para hacer la mezcla perfecta para usted. Para usar la función Genius en el iPhone, primero debe configurar Genius en iTunes y luego sincronizar el iPhone con iTunes. Genius es un servicio gratuito pero requiere una Cuenta de Tienda iTunes. Usted puede hacer listas de Genius en iTunes y sincronizarlas con su iPhone. También puede crear listas Genius directamente en el iPhone.

10. Teléfono con servicio SMT (Pg.70)

Texto

[Figura SMS]

Se puede enviar un mensaje de texto a cualquier persona que tenga un teléfono con SMT (Servicio de Mensaje de Texto). Se notifica al destinatario que tiene un mensaje y éste puede leerlo y responderlo en cualquier momento. También se puede enviar un mensaje de texto a varias personas simultáneamente.

11. Compartir fotos (Pg.81)

Cómo tomar fotos

Para tomar una foto, simplemente señale y toque. La cámara está en la parte posterior del iPhone, de manera que se puede ver en la pantalla la imagen que desea captar.

Las fotos quedan rotuladas con los datos de ubicación si está activado el Servicio de Ubicación. Los datos de ubicación se pueden utilizar con algunas aplicaciones y sitios web donde se puede compartir fotos para llevar un registro de dónde se tomaron las fotos y publicarlo. Si el Servicio de Ubicación no está activado, se le sugerirá que lo active. Si no desea agregar datos de ubicación a las fotos, no es necesario que active el servicio para poder tomarlas. Ver "Servicio de Ubicación" en la página 107.

Traductor #2 (Traductor profesional empírico)

Apéndice

1.

Sleep/Wake button: Despertador

SIM card tray: tarjeta personal SIM
(**S**uscriber **I**dentity **M**odule)

[A smart card inserted into GSM phones that contains your telephone account information. It lets you use a borrowed or rented GSM phone as if it were your own. SIM cards can also be programmed to display custom menus on the phone's readout]

Camera (on back): Cámara

Status bar: monitor archivos

Application buttons: programas

Dock connector: terminal de conexión

Microphone: micrófono

Speaker: parlante

Home button: Inicio

Touchscreen: pantalla táctil

Volume buttons: volumen

Receiver: auricular

2.

Zoom

Cuando quiera mirar fotos, páginas web, correos electrónicos o mapas, mediante el uso del zoom puede acercarse o alejarse de la imagen. Junte o separe los dedos según el caso. Para fotos y páginas web, también puede hacer un doble clic rápido para acercar el zoom y luego repetir la operación para alejarse. En el caso de los mapas, haga doble clic para acercarse y un solo clic con dos dedos para alejarse.

3.

Contestar a una segunda llamada

- Para ignorar la llamada y enviarla al correo de voz, pulse *ignorar*.
- Para poner en espera la primera llamada y contestar la nueva, pulse *en espera + contestar*.
- Para terminar la primera llamada y contestar la nueva, pulse *colgar + contestar*.

Hacer una segunda llamada: pulse *nueva llamada*. La primera llamada queda en espera.

Para de una llamada a otra: pulse *cambiar*. La llamada en curso queda en espera.

Crear una teleconferencia: pulse *teleconferencia*. Ver “teleconferencias” abajo.

Teleconferencias

Puede hablar con más de una persona a la vez y comunicar entre sí hasta cinco llamadas, dependiendo de su *carrier*.

Cómo hacer una teleconferencia

1 Haga la llamada.

2 Pulse *nueva llamada* y proceda a hacerla; la primera llamada quedará en espera.

3 Pulse *teleconferencia*; las llamadas quedan comunicadas en una única y todos pueden escuchar a todos.

4 Repita los pasos 2 y 3 hasta completar el tope: cinco llamadas

- Cancelar una llamada: pulse *teleconferencia* y luego el ícono frente a la llamada en cuestión; ahora pulse *colgar*
- Hablar en privado con una de las llamadas: pulse *teleconferencia* y luego *personal* frente a la llamada
- Agregar una llamada que entra: pulse *en espera + contestar* y luego *teleconferencia*

El iPhone siempre tiene una línea disponible además de las implicadas en la teleconferencia

4.

Pulse correo de voz para ver la lista de mensajes

Teléfono de manos libres (si está conectado a un dispositivo Bluetooth, este botón se llama *audio*; haga clic para optar por el dispositivo Bluetooth, iPhone o parlante).

Información de contacto

Vaya a cualquier punto de un mensaje: mueva el botón de *play*

Devolver llamada

Monitor de barrido

Play/Pausa

Mensajes no escuchados

5.

Seguir un enlace

Pulse el enlace

Los enlaces a textos por lo general vienen subrayados y en azul. Pero muchas imágenes también ofrecen enlaces. Un enlace puede llevarlo a una página web, abrir un mapa, marcar un número telefónico o abrir un nuevo

correo con dirección conocida / o agregar una nueva dirección a su lista de correos electrónicos. Los enlaces a la Web, a teléfonos y mapas abren Safari, Phone y Mapas en iPhone. Para volver a su correo electrónico oprima *Inicio* y pulse *correo*.

6.

Música y otros servicios de audio

La pantalla táctil de alta resolución hace que escuchar canciones en iPhone sea una experiencia musical y visual. Le permite avanzar o retroceder al leer la lista de sus canciones favoritas u ojear las carátulas de su colección musical a través del programa “Cover Flow”

ADVERTENCIA: para información importante sobre cómo evitar perder la audición, ver *Important Product Information Guide* en www.apple.com/support/manuals/iphone

7.

Controles adicionales

En la pantalla Now Playing está viendo, haga clic sobre la cubierta del disco.

Aparecerán los botones de control *repetir*, *Genios* y *mezclar* además del monitor de barrido. Allí podrá ver tiempo transcurrido, tiempo que falta y el número de la canción. También es posible ver las letras de las canciones si las ha incorporado en iTunes.

repetir

Genius

mezclar

monitor de barrido

botón de *play*

8.

Ver todas las canciones de un disco

Para ver todas las canciones del álbum de la canción en curso: sobre la pantalla Now Playing pulse [ícono]. Haga clic sobre el tema que desea oír. Pulse la cubierta del disco para volver a la pantalla Now Playing.

Escalafón/Rating

Volver a Now Playing

Canciones del album

Cuando se muestra la lista de temas, puede asignarle valores a las canciones y así crear listas inteligentes de conjuntos de canciones que se actualizan dinámicamente incluyendo, por ejemplo, las que usted mejor ha valorado.

Para asignarle un valor a un tema: desplace el pulgar a lo largo de la barra de escalafón o rating para asignarle a cada canción un valor de cero a cinco estrellas.

9.

Uso de Genius en iPhone

El programa Genius crea automáticamente un listado de canciones de su colección que van bien con el tema que en un momento dado esté sonando. Es como tener un DJ incorporado que conoce sus gustos tan bien que puede crear el popurrí perfecto para usted. Para usar Genius en iPhone, primero debe instalar el programa (Genius) en iTunes y luego sincronice iPhone con iTunes. Genius es un servicio gratuito pero requiere estar suscrito a iPhone. También es posible crear archivos de selecciones musicales Genius en iTunes y sincronizarlas con iPhone o crear selecciones Genius directamente en iPhone.

10.

Texto

Puede enviar mensajes de texto a cualquier persona que disponga del servicio SMS. Al receptor se le notifica la llegada del mensaje y podrá leerlo y contestar en el momento que así lo considere. También se pueden enviar mensajes de texto a múltiples destinatarios al mismo tiempo.

11.

Fotografías

Para tomar una foto, simplemente encuadre y pulse. La cámara está en la parte de atrás del iPhone, de manera que podrá ver la imagen que quiere en el visualizador.

Si el dispositivo Location Services está encendido, las fotos en la cámara quedarán debidamente etiquetadas. Puede incorporar más información respecto al lugar con algunas aplicaciones y archivarlas en sitios web para dejar registro del lugar donde tomó sus fotos. Si el dispositivo Location Services está apagado, se le sugerirá que lo encienda, pero si no desea dejar información sobre el lugar no tiene que encender el dispositivo para tomar las fotos. Ver "Location Services" página 107.

ANEXO 5

TABLAS DE COMPARACIÓN DE LAS TRADUCCIONES

Neologismos	Versión ofrecida por el traductor #1	Estrategia utilizada (según el traductor)	Estrategia identificada (según la teoría)
Double-tap	Tocar dos veces	Visualizar la acción para encontrar su equivalente para lograr describir la acción realizada en la lengua destino	Equivalencia descriptiva
Playhead	Cursor de avance	Describir la función a través de la imagen	Equivalencia funcional
Bluetooth device	Dispositivo Bluetooth	Dejar la palabra <i>Bluetooth</i> en inglés y escribir el equivalente más común de la palabra en español para <i>device</i>	Combinaciones [de dos estrategias]: traducción literal (<i>dispositivo</i>) y nuevo acuñamiento (<i>Bluetooth</i>)
Cover Flow	Cover Flow	Dejar la palabra <i>Cover Flow</i> en	Nuevo acuñamiento

		inglés	(<i>Cover Flow</i>)
Multi-touch display	Pantalla múltiple	Describir el objeto mediante su visualización	Equivalencia descriptiva
Scrubber bar	Barra de avance	Describir la función de <i>scrubber</i> a través de la imagen y traducir <i>bar</i> literalmente	Combinaciones [de dos estrategias]: equivalencia funcional y traducción literal
Thumbnail	Imagen en pequeño	Describir la imagen	Equivalencia descriptiva
SMS-capable phone	Teléfono con Servicio de Mensajes de Texto (SMT)	Traducir literalmente la palabra <i>phone</i> , reemplazar <i>capable</i> por <i>con</i> y proponer un nueva sigla para <i>SMS</i>	Combinaciones [de tres estrategias]: Traducción literal, equivalencia funcional, nuevo acuñamiento
iPhone	iPhone	Respetar la marca registrada	Nuevo acuñamiento

Neologismos	Versión ofrecida por el traductor #2	Estrategia utilizada (según el traductor)	Estrategia identificada (según la teoría)
Double-tap	Hacer un doble clic	Visualizar la acción y encontrar un equivalente castizo que describiera la acción realizada en este aparato en específico	Equivalencia descriptiva
Playhead	Botón de <i>play</i>	Ver la imagen y describir la función a partir de la instrucción	Combinaciones [de dos estrategias]: equivalencia descriptiva (<i>botón</i>) y transferencia (<i>play</i>)
Bluetooth device	Dispositivo Bluetooth	Dejar el nombre en inglés como si fuera nombre propio y asignar el equivalente más común en español para	Combinaciones [de dos estrategias]: traducción literal (<i>dispositivo</i>) y nuevo acuñamiento (<i>Bluetooth</i>)

		<i>device</i>	
Cover Flow	Programa “Cover Flow”	Dejar la palabra en inglés e indicar la función que cumple en el aparato	Combinaciones [de dos estrategias]: equivalencia funcional (<i>programa</i>) y nuevo acuñamiento (<i>Cover Flow</i>)
Multi-touch display	Pantalla táctil	Describir el objeto mediante un equivalente	Equivalencia descriptiva
Scrubber bar	Monitor de barrido	Entender la función que designa la palabra para llegar a proponer una traducción en español	Equivalencia funcional
Thumbnail	Cubierta/carátula del álbum	Describir a partir de la imagen	Equivalencia descriptiva
SMS-capable phone	Teléfono con SMS	Explicar la función del dispositivo.	Combinaciones [de tres estrategias]: Traducción literal (<i>phone</i>), equivalencia funcional (<i>con</i>) y

			internacionalismo [acrónimo] (<i>SMS</i>)
iPhone	iPhone	Respetar la marca registrada	Nuevo acuñamiento

ANEXO 6

ENTREVISTA A LOS TRADUCTORES

Traductor #1 (Traductor con formación académica)

1. ¿A qué problemas se enfrentó en la traducción del texto que le fue entregado?

Creo que la primera dificultad que tuve fue desconocer el aparato sobre el cual estaba haciendo la traducción. Me parece que conocer el contexto es muy importante; como yo nunca he visto un iPhone, pues de entrada tenía dificultad porque muchas de las palabras. Era la primera vez que veía muchas de las palabras. Entonces tenía que familiarizarme un poco más con el aparato mismo o con uno que tuviera funciones similares; pero básicamente mi dificultad fue desconocer el contexto, que en este caso sería el iPhone y enfrentarme a palabras que nunca había oído.

2. ¿Las palabras identificadas como neologismos le causaron algún tipo de problema?

Sí, casi todas; prácticamente todas las que se identifican como neologismos. Pero tengo que decir, en primer lugar, que no todas las palabras que están identificadas como neologismos lo son. En lo que tuve que traducir, efectivamente hay cosas que no son neologismos; creo que son combinaciones de palabras que, si se buscan aisladamente, existen, no son nuevas. Sin embargo, la combinación de las palabras produce un nuevo sentido que despista mucho porque, a pesar de que no son términos nuevos, sí conforman conceptos distintos y necesariamente son elementos desconocidos o realidades con las que yo no estoy familiarizada. Entonces,

en primer lugar, tuve que identificar qué si era neologismo, qué no lo era, y, por supuesto, tuve dificultad para saber cómo lo traduzco porque, al ser palabras nuevas, justamente en este contexto (donde se está introduciendo un nuevo aparato que es un nuevo producto tecnológico) las palabras están muy frescas, las nociones son muy frescas y hasta ahora se están empezando a acuñar en español, a traducir en español. Ahora nos está llegando en español esta información; como los aparatos vienen en inglés, entonces también se tiene la duda de si se deben traducir o no. Otra cosa es que la gente en la vida cotidiana empieza a utilizar las máquinas, los aparatos con los nombres en inglés. Ese es un uso que también hay que respetar porque la gente en el diario vivir opta por usar anglicismos. Entonces, si un término en inglés ya está tan incorporado en el vocabulario de la gente, pues no tiene sentido traducirlo. Hay que pensar si es necesario traducir las palabras o no. Y en ese sentido los neologismos presentan un problema para uno.

3. ¿Cómo enfrentó el problema de los neologismos?

De diferentes maneras. Unos los busqué directamente en diccionarios pensando que ya existiera un equivalente en español. Para otros traté de entender el concepto, traté de explicar y de buscar un equivalente en español, aunque no necesariamente para la palabra, sino para la instrucción a que se refiere la palabra. Eso fue básicamente lo que hice. Como un tercer paso recurrí a consultar fuentes donde aparecieran las palabras, como manuales, no del iPhone sino de otros aparatos, de una agenda digital, por ejemplo, para mirar si las palabras existen, si se están usando igual, si ya están incorporadas, si están aceptadas en inglés o si les han dado una traducción. En resumen lo que hice fue: buscar equivalentes en el diccionario, luego buscar equivalencias, aunque fuera mediante descripciones, y luego recurrir a otro tipo de fuente para mirar si las palabras

se han copiado, si se han calcado exactamente igual, si se han traducido o si se han modificado.

4. ¿Intentó utilizar otra estrategia previamente sin conseguir un resultado?

Sí, claro. Lo primero que hice fue traducir todo tal cual. Fue mi primer borrador de traducción: traducir cada palabra, no con otra palabra sino con una explicación, en una frase. El español no es una lengua tan concisa ni sintética como el inglés: mientras que un concepto se puede expresar en inglés con dos o tres palabras, en español necesitamos de una oración en la que se describe el significado deseado. Esa fue mi versión inicial, pero después pensé que era absurdo que, para cada palabra tuviera que poner una frase completa. Entonces fue cuando empecé a buscar los términos, a buscar si existían palabras acuñadas en español para esos mismos términos, o si se usaban en inglés.... Pero inicialmente mi traducción la hice mediante frases descriptivas de las palabras.

5. ¿Por qué cree usted que no le dio resultado la estrategia?

Porque creo que en un manual, que es el contexto en el cual se está haciendo la traducción, no tiene sentido utilizar gran cantidad de palabras para hacer referencia a un icono, una facilidad o una función del aparato; la expresión tiene que ser mucho más breve. Por eso pensé que traducir todo en frases no iba a funcionar para un manual; el usuario lo que necesita es que le digan *haga clic aquí* u *oprima esto*, y ese “esto” no puede ser una frase. Para un manual se necesita algo más conciso. Por eso pienso que la estrategia no funcionó.

6. ¿Sabe usted que existen estrategias para traducir neologismos?

Sí, claro que sí. Sé que hay teoría al respecto... Cuando yo estudié, leí que había estrategias para traducir palabras, no específicamente neologismos. Sé que hay maneras de aproximarse a la traducción de palabras, pero digamos que esa fue información que recibí teóricamente... En la práctica, se me olvida... se me olvida que esas estrategias existen, incluso no recuerdo los nombres porque es una información que no se retiene. La recibí y la asimilé en un momento dado, hace mucho tiempo, pero no es algo que tenga presente en mi cabeza en el momento de trabajar. Seguramente recurro a las estrategias y lo hago intuitivamente, pero ya no recuerdo cómo se llaman; no soy consciente de que lo que hago se llama así o asá. Sé que existen estrategias y seguramente mucho de lo que hice corresponde a lo que dice la teoría, pero no me acuerdo de los nombres ni es realmente importante para mí hacerlo. Tal vez repasar la metodología, repasar el procedimiento que se puede utilizar para traducir neologismos me serviría, pero en este trabajo uno nunca tiene tiempo para ponerse a estudiar, a repasar y a mirar en la teoría cómo puede solucionar esos problemas; es el afán de la práctica lo que nos lleva a resolverlos de una u otra forma. Entonces ese conocimiento teórico seguramente se aplica, si uno lo tiene incorporado, pero sin ser consciente de que lo está haciendo.

7. ¿Qué opina sobre la traducción de neologismos en el campo de la tecnología?

Pues que es un factor crítico. Es de gran importancia porque, justamente, toda la tecnología nos viene de países desarrollados, básicamente Estados Unidos o Japón. Pero las cosas no nos llegan en japonés porque no se entenderían, sino que nos llegan a través del inglés. Entonces todas las innovaciones tecnológicas y la información sobre ellas nos llegan en inglés. Y ¿qué pasa si alguien no se preocupa por traducir palabras que a veces son perfectamente traducibles? No es necesario utilizar en inglés palabras que

son perfectamente traducibles. Los neologismos en el campo de la tecnología son fundamentales; y saber resolver o traducir un neologismo en este campo particularmente me parece que es una tarea crítica... Las compañías productoras de tecnología deberían ser conscientes de la responsabilidad que tienen cuando traducen sus manuales. Normalmente nos llegan manuales escritos no solo en inglés, porque se trata de productos de venta masiva que van para hablantes de todas las lenguas. Sabemos que seguramente los manuales también vienen en español. Pero pienso que las compañías que producen tecnología tienen una gran responsabilidad y deberían esforzarse por encontrar equivalentes en esas otras lenguas sin necesidad de imponer las que ellos han inventado para sus aparatos. A veces puede ser que la funcionalidad se exprese en español o en otra lengua, pero a los fabricantes no les importa; lo que les interesa es vender el producto. Pienso que al menos en el momento de hacer las traducciones de sus manuales los fabricantes deberían esforzarse por encontrar equivalentes en distintas lenguas; esa es una manera de respetar las otras lenguas y de no imponer lo que se usa solamente en inglés; no es justo que el resto del mundo tenga que mirar a ver cómo hace y se tenga que aprender los nombres que ellos ponen en inglés. Los traductores, por supuesto, tienen una responsabilidad enorme. Seguramente los manuales de las compañías los hacen traductores, no los hacen ingenieros. En algún momento tienen que pasar por las manos de un traductor y ahí tenemos una gran responsabilidad.

8. Describa brevemente la estrategia que utilizó para traducir las siguientes palabras:

a. Double-tap: No es que sea en sí complicada porque uno entiende fácilmente que es *tocar dos veces*. Tuve la duda en la escogencia del verbo, no tanto en entender el concepto ni en traducirlo, sino en qué verbo escoger

al traducirlo porque *double* es *dos veces* (esa no tuve problema); para *tap* lo que hice fue pensar qué es lo que hace la persona efectivamente: si lo que hace es pulsar (que no es correcto porque uno “pulsar” una tecla); ese no era el caso); *pnchar* tampoco me parecía que era una palabra adecuada. *Oprimir* no, porque uno oprime un botón y eso no es un botón. Tuve dificultad para encontrar el verbo; pensé cual acción es la que realiza la persona y definí que el verbo era *tocar* porque es lo que la persona hace, *tocar*, y si dice *double* pues *dos veces*: *tocar dos veces*. Cuando es verbo dejé *tocar* y cuando es sustantivo puse *toque*.

b. Playhead: en realidad la palabra no me dijo nada; me ayudó mucho tener la imagen, y al mirar la imagen lo que hice fue describir lo que veía: un cursor que describe en dónde va la canción o lo que se esté reproduciendo. Entonces es un cursor que mide el avance de la canción y lo llamé *cursor de avance*. En realidad no creo que sea una traducción literal de la palabra porque eso daría otra cosa. Más bien es una descripción de la parte, del dispositivo del aparato. Es un cursor que indica... Es un cursor de avance y así lo llamé.

c. Bluetooth device: en esa no tuve duda en dejar la palabra en inglés, en copiarla, calcarla tal cual. Mi esposo es ingeniero de sistemas y cuando salió por primera vez esa palabrita, le pregunté por qué le decían *Bluetooth*, si tenía algo que ver con azul. Me dijo que no, que es simplemente un tipo de conectividad que no tiene nada que ver con la palabra. Entonces no se debe traducir porque no tendría sentido; no parece lógico traducirla literalmente. Y oigo a la gente todo el tiempo hablar de *Bluetooth* y decir *Bluetooth*. Es una palabra que la gente ya está utilizando. Entonces decidí dejarla en inglés, tal cual. *Device* no tiene ningún problema porque significa dispositivo y es un término genérico. Decidí dejar *dispositivo Bluetooth* porque es un término que la gente emplea.

d. Cover Flow: con esa tuve dificultad porque es una de las palabras cuyo contexto no es suficiente para traducirla. Es el nombre de una función del aparato. Entonces no la cambié, decidí dejarla tal cual: *Cover Flow*. Como está en una instrucción, sería muy largo escribir una frase como traducción y cuando el usuario quiera utilizar esa opción, querrá oprimir donde diga *Cover Flow*. En realidad no sé qué significa *Cover Flow*, no lo pude saber por el contexto. Las palabras no me dicen nada. Sé que *Flow* es *flujo* y *Cover* es *cubierta*. Pero no sé exactamente a qué se refiere. Entonces decidí dejarla igual.

e. Multi-touch display: Pienso que es algo similar a Touchscreen... Yo diría que es una pantalla múltiple, una pantalla sensible al tacto con múltiples funciones. Pero no tiene presentación escribir una frase tan larga. La traduciría como *pantalla múltiple*. Por el contexto se entiende que funciona por contacto, que es sensible al tacto. En este caso hay que hacer una descripción porque *display* en realidad no es pantalla, es lo que se ve en una pantalla. Esa palabra es difícil, muy complicada. Creería que hace referencia al espacio físico donde hay varios íconos. Entonces lo que hice en este caso fue describir lo que creo que significa la palabra, una *pantalla múltiple*.

f. Scrubber bar: también es un término que no se encuentra en ninguna parte. Para este también me guié por la ilustración, lo que hice fue traducir uno de los elementos del término: *bar* que efectivamente es *barra*; *Scrubber* me despista, pero lo que hice fue describir la función. Es una barra que indica el avance de algo. Entonces lo expresé de manera concisa como *barra de avance*. Traduje una de las palabras literalmente y la otra la deduje de la función que tiene, que es mostrar el avance de la canción.

g. Thumbnail: fue una palabra que... busqué en el diccionario; sé que ya tiene un equivalente en español. Entonces tomé lo que decía el diccionario,

lo modifiqué un poco y lo expresé de manera más sencilla para nosotros en Colombia. Lo traduje como *imagen en pequeño de la carátula del álbum*; claro que la parte 'carátula del álbum' es porque va con *album cover*. Conozco el significado de *thumbnail*, mejor dicho, conozco esa palabra pero con un sentido diferente. Me parece que es un ejemplo de esas palabras que está adquiriendo un nuevo significado en tecnología y, como tal, pues no se puede traducir como aparece en los diccionarios. Un *thumbnail* es cada huequito que tienen los diccionarios para ubicar rápidamente una letra del alfabeto; es como un índice. Sirve para buscar rápidamente una palabra. Pero ese no es el significado que tiene acá. Lo que hice fue escribir el significado nuevo, más bien una explicación de ese significado porque no hice una traducción literal. *Thumb* es *pulgar* y *nail* es *uña*, y eso no tiene nada que ver con el sentido de imagen en miniatura. En el diccionario encontré *reproducción de una imagen en pequeño*. Para el manual la traducción tiene que ser más concisa; entonces *imagen en pequeño* o *imagen en miniatura*, serían dos buenas opciones.

h. SMS-capable phone: ese no me costó realmente mucho trabajo. Creo que fue el término más fácil de traducir. Pensé en dejar *teléfono con SMS*. Creo que la palabra *capable* tiene el sentido de capacidad de tener ese servicio. Pero sí me parece que para este caso puedo proponer o acuñar un término distinto o una sigla distinta; todo el mundo utiliza *SMS* y todo el mundo sabe que eso significa *Short Message Service*, pero en español puedo acuñar perfectamente esa sigla como *SMT* y decir *Servicio de Mensajes de Texto*, que es lo que diríamos en español... porque no hablamos de mensajes cortos. En tecnología se habla de mensajes de texto; entonces aquí propongo que *SMS* se reemplace por *SMT*, como sigla de *Servicio de Mensajes de Texto*; entonces toda la cadena *SMS-capable phone* quedaría como *Teléfono con SMT*. Eso no está en el diccionario, yo la

busqué; ahí dice *SMS* y todo el mundo dice *SMS*, pero no entiendo por qué no podemos decir *SMT*.

i. iPhone: decidí dejarla tal cual. No traduciría ese término porque, primero que todo, es una marca registrada, es el nombre de un aparato, es el nombre que le da una compañía específica a su producto. El producto en el mercado no va a cambiar de nombre... lo mismo pasa con la palabra *Kleenex*; nadie la va a cambiar. Entonces, si se traduce ese término, nadie va a entender a qué se refiere. Es el término que usa el común de la gente.

Traductor #2 (Traductor profesional empírico)

1. ¿A qué problemas se enfrentó en la traducción del texto que le fue entregado?

Tal vez el más grande era que se trata de un aparato que desconocía, con el que no estoy familiarizado. Mi único referente eran aparatos electrónicos más viejos y no siempre coincidían las cosas... no siempre lo que yo pensaba que era, era lo que era. Eso me pareció un problema interesante e importante.

2. ¿Las palabras identificadas como neologismos le causaron algún tipo de problema?

Sí, claro que sí. En primer lugar porque, cuando no existe la palabra en español, no siempre resultaba fácil salir con una palabra que fuera breve, porque no se puede volver también muchísimo más larga que la palabra original. Había casos en los que no quedaba satisfecho dejándola en inglés, pero hubo otros casos en los que pensé que lo único que uno podía hacer era dejarlos en inglés como, por ejemplo, cuando aludían a cierto tipo de programas, en particular uno que se llamaba *Cover Flow*. Me dio la impresión

que eso ya no era tanto la descripción de un proceso como el nombre de un programa. Entonces sospecho lo mejor es decir... es dejarlo con el mismo nombre. Eso fue lo que pensé.

3. ¿Cómo enfrentó el problema de los neologismos?

Siempre hice lo posible por encontrar un término castellano viable, o sea, pensando en que no fuera ni muy raro, ni muy complicado, etc., es decir, que tuviera alguna oportunidad de acuñarse para tratar de evitar un caso clásico como la manera cómo se incorporó el neologismo-anglicismo de *chatear* y de *chat* cuando hubiéramos podido resolverlo fácil y rápidamente al comienzo cuando llegó la tecnología, con *charlar* y *charla*.

4. ¿Intentó utilizar otra estrategia previamente sin conseguir un resultado?

Sí, claro que tuve dudas y volví e hice correcciones. Es más, al final todavía, cuando les entregué el trabajo, descubrí ciertas cosas en las que yo estaba equivocado, o sea, que mi palabra, que yo creí que era un acierto, no lo era.

5. ¿Por qué cree usted que no le dio resultado la estrategia?

En mi caso, ignorancia, es decir, no conocer la tecnología, no conocer... yo no tengo celular, por ejemplo, ni siquiera de los primeros. Entonces el aparato visto en una fotocopia en blanco y negro no era suficiente para... La mejor manera de hacerlo hubiera sido que ustedes me prestaran una cosa de esas y ya empezar a mirar cada uno de los nombres y objetos para ver qué función cumplían, o sea, hubiera sido una cosa muy empírica con el aparato ahí.

6. ¿Sabe usted que existen estrategias para traducir neologismos?

Hombre, deben existir, pero recuerden que mi fuerte no es la teoría. Deben existir libros enteros sobre cómo enfrentar o lidiar con el neologismo. De cualquier forma no importa qué digan los muchos libros que existan o no. A mí me parece que lo que se debe hacer es, en los casos, cuando se conoce bien la función, buscar si en nuestro idioma existe algo que describa esa función; si la describe, incorporarla, e incorporarla muy rápido en folletines, en manuales, en guías y en prensa, porque, de lo contrario, de cualquier forma va a ser un neologismo. Pero un neologismo en castellano es distinto a un neologismo que todo lo que es, es un anglicismo, no sé si tenga que ver con esto, pero yo creo que sí. Cuando en un diccionario español-español “*reguliere*” digan que *televisión* viene de *tele* que significa *lejos* del griego y *visión* que significa *vista* del latín, esa etimología es falsa, *televisión* entró al español de *television*, o sea, no del griego ni del latín ni que carajadas, o sea, fueron los que se la inventaron los que... Ellos si quizás recurrieron al latín o al griego para crear la palabra, pero ya a nuestro idioma entró por el inglés, o sea, la verdadera etimología de *televisión* no es del latín ni del griego *teleblablaba*, sino de *television*, simple y llanamente, igual que *computer*. En todo el español americano todos, todos del Río Bravo a la Patagonia decimos *computador* o *computadora*; depende de los países y en algunos ambas. Sin embargo, en España dicen *ordenador*, y, ¿qué es lo que ocurrió ahí? Que nosotros incorporamos el neologismo del inglés, mientras que los españoles incorporaron el neologismo del francés; en francés le dicen al computador *ordinateur*, entonces en España se dice *ordenador*, hijo, y aquí *computador*, hijo, o *computadora*.

7. ¿Qué opina sobre la traducción de neologismos en el campo de la tecnología?

Hombre, que hay mucho descuido, pero también que es un fenómeno tan rápido, tan avallasador, que resultaría muy difícil poderlo manipular con suficiente tiempo para que el neologismo sea menos atroz. Ahora, no es que yo esté... pues nadie puede... si uno está en contra de los neologismos, entonces está en contra del progreso o de la tecnología. El neologismo no es un pecado mortal ni venial, lo que pasa es que el neologismo es mejor, si se puede, de nuevo, recurrir al idioma que hablamos y a las raíces del idioma que hablamos; pues muchísimo mejor, pero si no se puede, pues, no se puede. Hay cosas como *televisión* que viene de *television* y que aparece, no sé, en 1953 ó 56 y en diez años toda la humanidad tiene televisión hasta en las barriadas pobres de Caracas y en las favelas de Río y en las de aquí. La rapidez con la que empieza a distribuirse casi no da tiempo para pensar muy bien como decirle. Ahora a mí me parece que *televisión* quedó perfecto, o sea, *televisión*, ahora, puede ser porque ya nos acostumbramos, me suena mejor que *aparato para ver lo que está lejos*, que sería un pésimo neologismo, torpe.

8. Describa brevemente la estrategia que utilizó para traducir las siguientes palabras:

a. Double-tap: Ahora, recuerden, mis estrategias son muy intuitivas. Cuando me la encontré me pareció muy interesante porque sospeché que yo sabía cómo se decía eso, y me acordé, yo digo *doble clic*, o sea, lo primero que hago es tratar de recordar, o, averiguar... Me gusta mucho la consulta personal, mis estrategias de traducción siempre que puedo, si tengo un tiempo, me encanta llamar a las personas que están metidas en el medio y decirles: “¿usted cómo dice eso? Ahora, si me dicen “*un momento y miro*”, le digo: “*no, ya no me interesa*”, o sea, me interesa cuando la persona tiene a palabra a flor de labio porque esa es la que usa. Es como oí *diadema*, por ejemplo. Entonces esa estrategia me gusta mucho. Si se trata, imagínese

que se tratara de traducir las jerarquías de las fuerzas armadas en Colombia, porque, pues, hay nombres para esas jerarquías en inglés, en francés, en todos los idiomas. Entonces quiero traducir del inglés al español... Hombre, lo mejor sería llamar a alguien que pertenezca a esas fuerzas y le dice: “oye, ¿cómo se llama el más alto?” y esa persona lo usa. Bueno entonces el *doble clic*, y estaba seguro que yo lo usaba y me había visto dando esa instrucción, “*haga doble clic*” o un solo clic. Sin embargo, también “*with insight*”, a posteriori, en retrospectiva, cuando trabajé en una clase el documento que ustedes me pasaron, una de las niñas me dijo “*no, no, doble clic es sólo sobre el mouse*”. Eso me pareció muy interesante porque el *doble clic* en realidad siempre que lo oía y que me sonaba tan natural era sobre el *mouse* y no sobre el teclado, entonces ahí hice un esfuerzo por encontrar un verbo, que en verdad se usara, un verbo castizo. Por ejemplo, en Colombia decimos *espichar* pero *espichar* es tan feo que ni siquiera en un ascensor la gente dice “*espiche*”, sino “*opríma*” o “*presione*”. Es más, si usted busca *espichar* en el resto del mundo hispanohablante significa, por ejemplo, *una mosca con el dedo o un carro a un cuerpo* y es matar, además, pero nosotros decimos *espichar*, y *oprimir* suena raro, forzado. Entonces, bueno, me fui a buscar diccionarios de sinónimos, por ejemplo, *espichar*, pero no lo encontré, pero *oprimir* sí y me gusto *pulsar* como término posible para eso. Ya no me serviría entonces el *doble clic*: sería *pulse dos veces (rápido)* y el verbo *pulsar*, más o menos, me dejó menos infeliz.

b. Playhead: Se me olvidó otra vez que era, o nunca supe. Yo propuse *botón de play*. Entonces a mí me parece *botón de play* una manera, no muy feliz, pero le diría así. No sé cómo más se me ocurriría. Miré con mucho cuidado la fotocopia que ustedes me dieron, o sea, la imagen del aparato y tratando de entender por la instrucción cuál era la función, o sea, lo que más trabajo me costó, en el sentido de la estrategia, era que me hizo falta que ustedes vinieran con ese aparato y me lo mostraran, y me dijeran cómo se maneja.

Ahí estoy seguro que yo estaría armado de más herramientas o, por lo menos, con más conocimiento de causa.

c. Bluetooth device: Lo que hice fue mucha indagación satelital, buscar en Google y vainas a ver que era el *Bluetooth device* y, por ejemplo, en answers.com me daban información muy precisa y veía yo que es el nombre que le han dado a unos dispositivos que cumplen unas funciones. Ahora, ¿por qué lo llamaron *Bluetooth*? No sé, de golpe porque los microchips tenían unas cosas parecidas a unos dientes azules, pero ahí yo no veo manera de decir *dispositivo diente azul*, o sea, yo creo que hay que decir *dispositivo* o *servicio* y el nombre que tenga en inglés como casi con nombre propio.

d. Cover Flow: Ahí definitivamente me di cuenta que el nombre indica de alguna manera la función, realmente es casi que el nombre registrado que se le da a un programa, un programa que se llama *Cover Flow* y que se lo inventaron para poder buscar, para poder moverse dentro de una pista y para donde uno quiera. Yo ahí le diría *Cover Flow*, pero, no diría use *Cover Flow* sino use *el programa Cover Flow*, porque es un programa, creo.

e. Multi-touch display: Es simplemente una pantalla en la que uno, en vez de un mouse o un cursor, toca con el dedo. Algunas veces el uso espontáneo de la gente, o sea, el nombre que la gente le pone a las cosas es muy bueno; digamos, el cincuenta por ciento de las veces, el otro cincuenta por ciento de las veces no, o sea, el usuario tiene un valor de “*fifty-fifty*”.

f. Scrubber bar: Ahí indagué todo: las niñas, las alumnas que conocían muchísimo mejor que yo esos aparatos, esos teléfonos, mucho Internet, y llegué a una conclusión, yo sé que muy poco convincente (o sea, que los publicistas, la gente de “*publicity*” van a decir que no y los de la Academia de

la Lengua también), pero a mí me gustó la solución a la que llegué y creo que ese instrumento, esa ayuda, la entendí, o sea, entendí qué función cumplía y resolví bautizarla como *monitor de barrido*. A ver, yo sé, suena horrible, ¿*monitor de barrido*? ¿Qué? Pero es un poco lo que es eso, o sea, *monitorear* existe ya en español y *monitor* también; es un sitio, una pantalla, una raya, lo que sea, que indica algo, y *barrer*, *barrer* a lo largo de unas canciones me parece válido. Sin embargo, sé que no convencí a nadie, pero eso dejo.

g. Thumbnail: En el fondo ese *thumbnail* no es más que un índice, o sea, un índice, sólo que en este caso, en vez de *a, b, c, d, e*, tiene es las cubiertas de unos discos en orden alfabético; eso era todo el *thumbnail*. Ahora, en un momento dado recordé que cuando trabajé en lo del diccionario... Este no lo tiene; se acuerdan de una pequeña hendidura que le hacían y entonces uno veía la *a* y podía hacer así (el traductor muestra la acción de meter el dedo en el índice del diccionario). Eso lo llamaban un *thumbnail index* porque supuestamente facilitaba llegar a la letra que uno estaba buscando. Pero en este caso es porque aparecen las imágenes de las cubiertas de los discos y me imagino, toca uno la que quiere oír. Pero propongo índice, o, de lo contrario, si es la descripción, pongo ahí *haga clic*, podía decir *pulse sobre la cubierta o carátula del disco*. Ahora *cubierta* o *carátula* lo dejo a discreción del usuario.

h. SMS-capable phone: Sí, para mí eso era simplemente un *teléfono capaz de enviar y recibir mensajes*, o sea, que tuviera *SMS*, *teléfono con SMS*, yo creo que eso es lo que es y, ¿qué es *SMS*? Yo lo busqué pero ya se me olvidó *Service Message Sufrís Savish Mushis* (risas). *SMS* tenía un problema y es que era las iniciales, las siglas como de tres o cuatro cosas distintas. Si uno busca *SMS* en *answers.com* le va a dar tres, cuatro opciones distintas,

pero muy pronto vi que es un dispositivo, una cosa que permite recibir llamadas.

i. iPhone: No, ya no hay nada que hacer, o sea, eso se volvió iPhone, es más, si uno dice iPhone (pronunciado por el traductor como *ifon*) lo corrigen “iPhone” (pronunciado correctamente en inglés). Ahora no recuerdo haber pensado mucho el de iPhone, pero bueno, eso, en primer lugar, es una marca registrada, ¿no cierto?, más que una tecnología, o sea, ¿es un aparato que vende una fábrica? Ahí yo no veo, es decir, me parece... incluso de golpe no vale ni siquiera la pena, cuando se trata de marcas registradas un *ifon*, esa es mi manera de castellanizarlo. iPhone es una marca registrada y en esos casos es muy, muy difícil, en primer lugar, porque la marca se quiere vender como marca. Las marcas registradas a veces se vuelven ya genéricas, probablemente sea el caso de iPhone porque probablemente en dos años sacan uno más chiquito y más moderno.