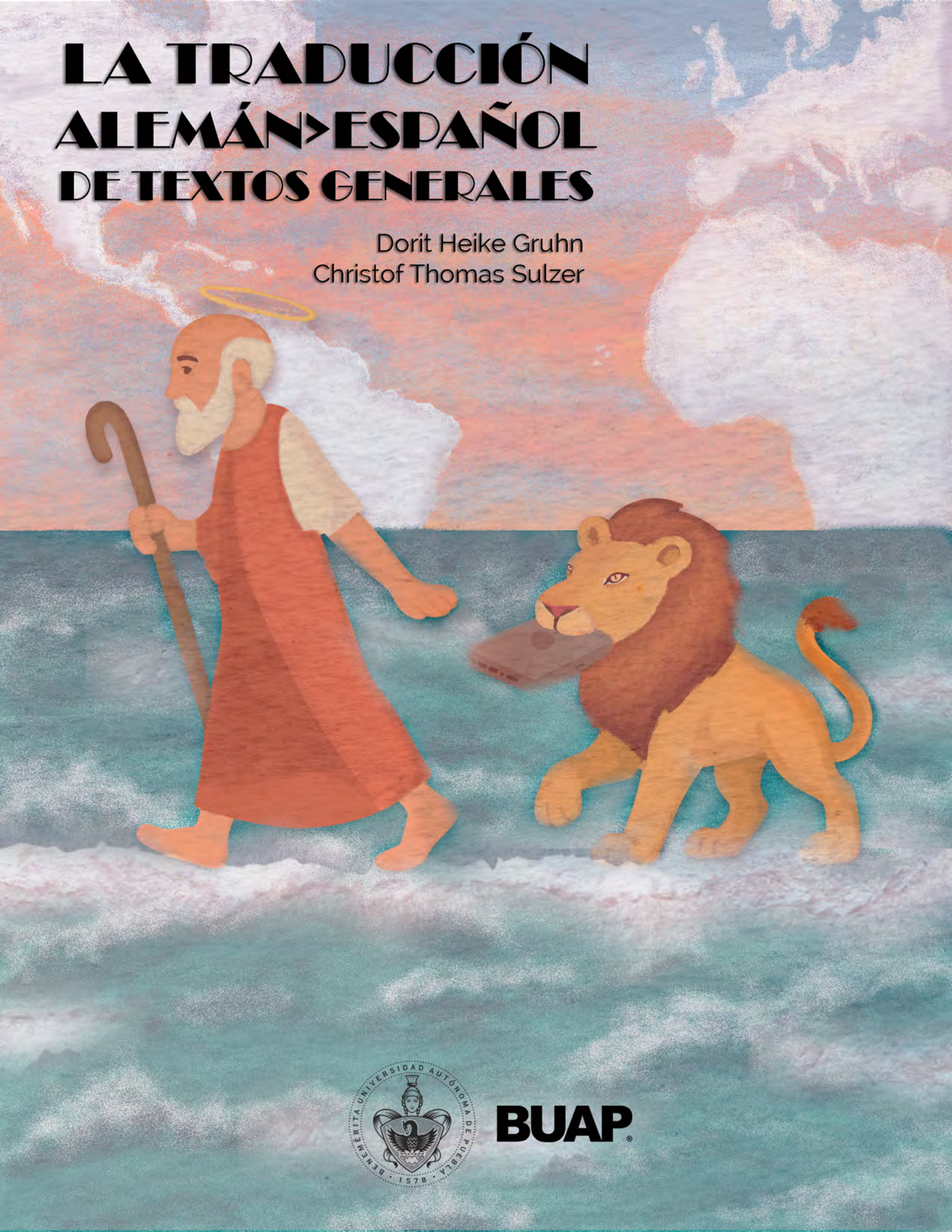
LA TRADUCCIÓN ALEMÁN>ESPAÑOL DE TEXTOS GENERALES

Dorit Heike Gruhn
Christof Thomas Sulzer



BUAP

LA TRADUCCIÓN ALEMÁN>ESPAÑOL DE TEXTOS GENERALES

LA TRADUCCIÓN ALEMÁN>ESPAÑOL DE TEXTOS GENERALES

RESÚMENES TEMÁTICOS

ANTOLOGÍA DE TEXTOS

TRADUCCIONES COMENTADAS

Dorit Heike Gruhn

Christof Thomas Sulzer

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE LENGUAS

Primera Edición | México, 2025

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Rectora: Ma. Lilia Cedillo Ramírez
Secretario General: José Manuel Alonso Orozco
Vicerrector de Extensión y Difusión de la Cultura: Luis Antonio Lucio Venegas
Dirección General de Publicaciones: Jorge David Cortés Moreno

Primera edición: julio de 2025
ISBN: 978-607-2637-62-7
DR © Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
4 Sur 104, Col. Centro Histórico, Puebla, Pue. CP 72000
Teléfono: 222 229 55 00
www.buap.mx

DR© Dirección General de Publicaciones
2 Norte 1404, Centro Histórico, Puebla, Pue., CP 72000
Tels.: 01 (222) 246 85 59 y 01 (222) 229 55 00, ext. 5768
www.dgp.buap.mx | libros.dgp@correo.buap.mx
www.publicaciones.buap.mx

Editor gráfico: Agustín Antonio Huerta Ramírez
Diseño de portada: Iker Antonio Huerta García

Hecho en México
Made in Mexico

La editorial y los autores no se hacen responsables del contenido de los enlaces externos.

AGRADECIMIENTOS

A los directivos de la Facultad de Lenguas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), especialmente al Dr. Celso Pérez Carranza, Director de la Facultad de Lenguas, BUAP, 2016-2024, por haber apoyado la realización de este proyecto, a la Dra. María Amelia Xique Suárez, Directora de la Facultad de Lenguas, BUAP, 2024-2028 y a la Dra. María Lilia López López, Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado de la Facultad de Lenguas, por haber dado continuidad a su publicación.

A la Escuela Nacional Estudios Superiores Unidad León (ENES León) y su Unidad de Extensión San Miguel de Allende (UESMA) de la Universidad Nacional Autónoma de México, especialmente a la Dra. Laura Susana Acosta Torres, Directora de la ENES León, y al Dr. Javier de la Fuente Hernández, Titular de la UESMA.

Al Mtro. Marco Antonio Segura López por sus enriquecedores comentarios.

Al alumnado de la Licenciatura en Traducción de la ENES León, Unidad de Extensión San Miguel de Allende, por su participación en este proyecto mediante la realización de traducciones:

Bautista Patricio, Kamila
Castellanos Acevedo, Lizeth
Espinoza Morales, Vasti
Martínez Camacho, Natalia
Martínez Martínez, Ximena
Martínez Mondragón, Ivonne
Rodríguez Silva, Victoria
Sánchez Nieto, Abril
Torres Zavala, Carmen

Sin el apoyo de todas y todos no hubiera sido posible realizar la presente publicación.

ÍNDICE

		Página
Presentación	▪ ¿A quién va dirigida esta publicación?	7
	▪ Objetivos	8
	▪ Contenidos	8
Glosario		10
Abreviaturas		15
Relación de textos-ejemplo y tareas de traducción		16
I Elementos contrastivos en la traducción alemán>español	1. Gramática y sintaxis	18
	1.1 Elementos en posición final de la oración	18
	1.2 Causa, finalidad y consecuencia	20
	1.3 La obligatoriedad del sujeto en la oración alemana	22
	1.4 La traducción de los adjetivos	23
	1.5 Los signos ortográficos	28
	1.6 Desprenderse de la estructura del texto fuente	31
	2. Léxico	36
	2.1 Particularidades morfológicas	36
	o Palabras compuestas	36
	o Prefijos y sufijos	38
	o Verbos separables	40
	2.2 Otras particularidades léxicas	43
	o “Palabras de condimento” (partículas modales)	43
	o Homónimos	45
	o Falsos cognados	46
	o Construcciones verbales funcionales	47
	o Adverbios preposicionales	49
	o Tipos de correspondencia léxico-semántica	52

II El encargo de traducción 61

III Los textos paralelos en traducción
1. ¿Qué son los textos paralelos? 66
2. ¿Cuándo y para qué recurrir a los textos paralelos? 66
3. Excurso: la traducción-instrumento 66
4. ¿Cómo seleccionar un texto paralelo? 70
5. Utilidad del texto paralelo 78

IV La traducción de correspondencia
1. Recursos discursivos del registro informal 84
2. Recursos discursivos del registro semiformal 91
3. Recursos discursivos del registro formal 94

V La traducción de material publicitario
1. Intencionalidad de los textos publicitarios 106
2. Recursos retóricos 107
3. El texto multimodal 110
4. Ejemplos de anuncios publicitarios icónico-verbales 112
5. La traducción turística promocional 118
6. Ejemplos de textos de promoción turística 123

VI Tareas comentadas 136

Referencias bibliográficas 217

Apéndice Tabla de técnicas de traducción 219

PRESENTACIÓN

¿A quién va dirigida esta publicación?

El presente libro sobre traducción escrita alemán>español de textos generales va dirigido al estudiante[1] de una licenciatura en traducción con lengua C alemán (es decir, su segunda lengua extranjera) y, en un sentido más amplio, a cualquier persona interesada en tener un acercamiento a este tema. También es concebible su uso para actividades de traducción en el marco de la enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera.

Cabe aclarar que este compendio de textos no pretende sustituir un curso de introducción a la traducción, ni un curso de alemán. Está diseñado como complemento al programa "Traducción de textos generales C-A (alemán-español)" que se imparte en el marco de la Licenciatura en Traducción de la Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad León (ENES León) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Al mismo tiempo se espera que pueda servir a los estudiantes en enseñanza de inglés o francés (LEI y LEF) de la Facultad de Lenguas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), que hayan tomado cursos de alemán como lengua extranjera.

No es necesario contar con una certificación de alemán para trabajar con el libro. Las certificaciones suelen abarcar las cuatro habilidades (leer, escuchar, escribir y hablar), mientras que la traducción alemán-español requiere solo una de estas, es decir, un buen nivel de comprensión lectora. Ahora bien, traducir un texto implica prestar atención a todos los detalles del texto original, lo que significa que el futuro profesional debe buscar la comprensión detallada de los textos en alemán. En cambio, los demás destinatarios pueden contentarse con una comprensión más general y realizar traducciones aproximadas, tal como lo plantea el *Volumen complementario del Marco Común Europeo para las Lenguas* (Consejo de Europa, 2021: 116), que incluye descriptores para la traducción escrita[2].

Los textos incluidos son, en su mayoría, textos auténticos o adaptaciones de textos auténticos. En cuanto a la comprensión lectora, su nivel oscila entre A2+ y B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL). Este nivel puede resultar algo exigente para estudiantes de alemán lengua C, por lo que es importante subrayar que el gusto por la lectura y una actitud activa e investigativa ante el texto forman parte de las condiciones para trabajar con el libro.

Considerando que el público de la obra (todavía) no es especialista en el campo de la traducción, se procura dar las explicaciones temáticas en un lenguaje accesible. En la medida

[1] Por razones de economía de espacio y mayor facilidad de lectura, en el presente trabajo se emplea el masculino genérico, siendo un género gramatical no marcado y entendiéndose que *incluye* a personas de cualquier sexo.

[2] Sin embargo, estos descriptores están concebidos para la traducción inversa, es decir de la L1 a la lengua extranjera.

de lo posible, se hace un uso moderado de los tecnicismos traductológicos, agregando, además, un glosario de consulta al inicio.

Objetivos

Habida cuenta de lo anterior, los objetivos de la presente publicación pueden resumirse como sigue:

- ✓ Complementar el acervo de materiales que ofrece el curso "Traducción de textos generales C-A (alemán>español)" impartido en el marco de la Licenciatura en Traducción de la ENES León (UNAM).
- ✓ Proveer un panorama inicial de la traducción de textos generales alemán>español con la presentación de ciertas particularidades que la caracterizan, proporcionando, al mismo tiempo, una serie de recursos discursivos y herramientas para superar las dificultades encontradas.
- ✓ Incentivar la práctica traductora de los estudiantes de dicha licenciatura, así como del público interesado en la traducción alemán>español de textos generales.
- ✓ Ofrecer orientación didáctica a través de propuestas de traducción de una selección de textos incluidos en el libro, con comentarios sobre las posibles dificultades que presentan los textos a traducir.

Contenidos

El libro comprende partes teórico-explicativas en español sobre varios temas: al principio, se introduce a algunas diferencias entre el alemán y el español en cuanto a estructuras gramaticales y léxico que pueden presentar un reto para traducir esta combinación lingüística. Después de este breve recorrido por aspectos contrastivos, se pasa a la perspectiva funcional y se pone de relieve el encargo de traducción como elemento rector de las decisiones a tomar a la hora de traducir. A continuación, se presenta una de las herramientas auxiliares más importantes: los textos paralelos. Los capítulos subsiguientes irán dedicados a diferentes subgéneros del texto general: la correspondencia personal y el texto publicitario. Todos los capítulos incluyen resúmenes explicativos sobre recursos discursivos de este tipo de textos, además de textos-ejemplo y tareas de traducción.

En la última parte del libro se encuentran traducciones-muestra de algunas de las tareas y se discuten las dificultades que puede plantear la traducción de estos textos. Al respecto, se han analizado muestras de traducción realizadas por estudiantes voluntarios de la Licenciatura en traducción de la ENES León. Cabe señalar que la variante geolingüística a la que se traduce siempre será el español de México.

La versión electrónica de la presente obra está sujeta a actualizaciones y modificaciones.

¡Les deseamos un aprendizaje interesante y exitoso!

Dorit Heike Gruhn
Facultad de Lenguas, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)

Christof Thomas Sulzer
Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad León (ENES León) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Unidad de Extensión San Miguel de Allende (UESMA)

Puebla, Pue./ San Miguel de Allende, Gto., abril de 2025

GLOSARIO

Este glosario incluye la terminología propia de la traductología que se usa en el presente libro.

Adecuación de una traducción	Es un concepto que se opone a las teorías (e ideas cotidianas) de la traducción que pretenden que el texto meta deba ser >"equivalente" al texto fuente. Los >enfoques funcionalistas han ampliado considerablemente el horizonte, tomando en cuenta factores externos, tanto del TF como del TM a producir. El criterio para evaluar una traducción (TM) será entonces su adecuación al público al cual va dirigido. Esto significa que el TM debe cumplir su función comunicativa en relación a este público y es el >encargo de traducción que provee las pautas para identificarla. La adecuación implica también el aspecto de la corrección lingüística, pero no se limita a él.
Cliente	Persona o personas (autoridad, departamento, empresa…) que encarga y paga una traducción.
Contrasentido	Error grave en traducción. El segmento expresa lo contrario de lo que se dice en el TF. Puede ser, entre otras razones, debido a problemas de comprensión de segmentos del TF o a la redacción en lengua meta.
Cultura de llegada	>cultura meta
Cultura fuente	Sinónimo de cultura de partida Conjunto de manifestaciones culturales de la comunidad (geográfica, política, social, sociolingüística, etc.) emisora del texto original en la lengua fuente. Con esto no se pretende que existan bloques culturales homogéneos (y menos estados nacionales culturalmente homogéneos), sino que se reconoce la existencia de ciertos rasgos culturales que diferencian una determinada comunidad de otras.
Cultura meta	Sinónimo de cultura de llegada Conjunto de manifestaciones culturales de la comunidad (geográfica, política, social, sociolingüística, etc.) receptora de la traducción.

	Con esto no se pretende que existan bloques culturales homogéneos (y menos estados nacionales culturalmente homogéneos), sino que se reconoce la existencia de ciertos rasgos culturales que diferencian una determinada comunidad de otras.
Cultura de partida	>cultura fuente
Destinatario(s)	>público fuente (del >TF), >público meta (del >TM)
Encargo de traducción	El >cliente encarga un trabajo de traducción a un traductor. Dependiendo de las instrucciones del cliente (encargo) y, en dado caso, de una entrevista a este para obtener más datos sobre las circunstancias que rodean la traducción, el traductor elaborará o tendrá en mente un >perfil (del texto) de llegada.
Enfoques funcionalistas	Conjunto de enfoques que surgen a partir del giro pragmático de la lingüística en los años 80. Entienden la traducción como un acto comunicativo, enfocado hacia un >escopo. El >texto meta debe cumplir su función comunicativa previamente establecida y buscar la >adecuación al >público meta.
Equivalencia	Relación entre (segmentos de) pares de TF y TM. Es una noción muy debatida entre los traductólogos. Hay quienes siguen recurriendo a ella, otros la rechazan por completo. Las unidades de análisis que constituyen estos pares pueden abarcar desde elementos muy pequeños (microunidades como palabras aisladas o sintagmas) hasta elementos extensos (macrounidades como textos completos y su contexto externo). Prescindimos aquí de una definición ya que, como lo constata Hurtado Albir (2001: 205), “A [la] falta de definición precisa se une la disparidad de criterios existentes en torno a esta noción”. Sin embargo, por más difuso que esté, es muy difícil prescindir de este concepto en cuanto al plan léxico-semántico. Es indispensable establecer relaciones de equivalencia o correspondencia entre los términos de diferentes lenguas, algo que constituye también el fundamento de los diccionarios bilingües – pan de todos los días del traductor. Werner Koller (véase 2011: 230-243), defensor de esta noción, distingue cinco tipos de equivalencia, siendo la denotativa la principal para el principiante en traducción. Esta se refiere al significado de las palabras tal como queda definido en los diccionarios.
Escopo	En alemán: Skopos Finalidad de una traducción en los >enfoques funcionalistas. Concepto acuñado por Reiß & Vermeer (1984/1991).

Falso sentido	Error grave en traducción. El segmento expresa algo diferente de lo que se dice en el TF. Entre otras razones, puede ser debido a problemas de comprensión de segmentos del TF o a la redacción en lengua meta.
Interferencia	Error muy común en traducción. Importación inconsciente de elementos de la LF que resultan discordantes en la lengua de llegada. Puede ser sintáctica, léxica, ortográfica u ortotipográfica Ejemplos: Franz ist erst zu spät gekommen und dann war er auch noch frech. – Primero Franz llegó tarde y luego él todavía se puso grosero. (Sintáctica. En alemán es obligatorio el pronombre "er", pero en español es suficiente escribir "se puso" por la existencia del sujeto implícito.) „Was fehlt Ihnen denn?" fragte der Arzt. – "¿Qué le falta?", preguntó el médico. (Léxica. Debe decir "¿Qué tiene?") Kanada ist ein schönes Land. – Kanada es un país bonito. (Ortográfica.) Wie geht es dir? – Cómo estás? (Ortotipográfica. Se olvidó abrir la interrogación al inicio.)
Intertextualidad (en traductología)	Repertorio textual específico de alguna comunidad con determinadas características convencionales. Este repertorio textual se inscribe en un conjunto de relaciones • genéricas (propias a un género) • temporales (propias de la época), lo que abarca rasgos estilísticos, terminológicos, etc. (véase Nord, 2010b: 11). Cualquiera que sea su propósito comunicativo, un texto traducido entrará en el repertorio de la cultura meta, llegando a formar parte del sistema intertextual correspondiente (ibid.).
Lector(es) real(es)	Persona(s) que efectivamente va(n) a leer un texto (o intentan hacerlo), independientemente de si forma(n) parte del público meta o no. Ejemplos: Un texto científico que, aparte de ser recibido por los especialistas en la materia, cae en manos de un escolar; un anuncio publicitario leído por alguien sin poder adquisitivo.
Lengua de llegada (LM)	>lengua meta
Lengua fuente (LF)	Sinónimo de lengua de partida

	Lengua en la que está escrito el texto original. Incluye también aspectos geolingüísticos (variantes del español) y sociolingüísticos.
Lengua meta (LM)	Sinónimo de lengua de llegada Lengua en la que será redactada la traducción. Incluye también aspectos geolingüísticos (variantes del español) y sociolingüísticos.
Lengua de partida (LF)	>lengua fuente
Perfil de llegada	Concepto propio de los >enfoques funcionalistas en traducción (aunque no siempre se designen con este nombre). Un encargo de traducción no puede concebirse independientemente de una serie de factores que condicionan el texto de llegada. El traductor debe establecer el perfil del mismo, contestando una serie de interrogantes en cuanto a contenido, lengua, destinatarios, intenciones, registro, presentación y/forma de publicación, etc. (véase Hennequin, 1999: 105-113).
Público meta	Sinónimo de destinatario(s) En el marco de los enfoques funcionalistas de la traducción, se refiere al público al que va dirigido un texto fuente o meta. Este público es imaginario y (normalmente) no está conformado por personas conocidas por el emisor del texto. Adquiere importancia por presentar un determinado perfil que hay que tomar en cuenta para el proceso de traducción. Por ejemplo: ¿Son alumnos de primaria, científicos, empresarios, turistas, compradores potenciales, etc.? ¿Cuáles son su variante lingüística, su realidad geográfica, sus experiencias de vida y sus conocimientos/desconocimientos? El texto se redactará de otra manera según si va dirigido a empresarios, científicos u otro tipo de público meta (registro, terminología, estilo, etc.). Los destinatarios no coinciden forzosamente con los >lectores reales.
Sinsentido	Error de traducción. La traducción produce un segmento incomprensible.
Skopos	> escopo
Texto fuente (TF)	El texto original en >lengua fuente que deberá traducirse.
Texto meta (TM)	La traducción que deberá elaborarse a partir de un >texto fuente.
Texto de referencia	Aquí: obras de consulta, diccionarios, enciclopedias, etc., que ofrecen información lingüística y extralingüística.

Texto paralelo	Los textos paralelos "son textos auténticos, no traducidos, elegidos de entre los textos del repertorio textual de la cultura meta porque representan el género al que debe ajustarse el texto meta" (Nord, 2010b: 13).
Traducción a la vista	Híbrido entre traducción escrita e interpretación oral. Según Jiménez Ivars & Hurtado Albir (2003: 48), "Se conoce como traducción a la vista la reformulación oral en lengua de llegada de un texto escrito en lengua de partida; el destinatario puede ser un oyente que comparte la situación comunicativa con el traductor o un lector que posteriormente leerá una transcripción de la reformulación oral efectuada por el traductor".
Traducción abierta	Se usa aquí como sinónimo de traducción patente. *Overt and covert translation:* dicotomía acuñada por Juliane House (véanse 2001: 249-251; 2018: 89-99). House inserta esta dicotomía en su propuesta sobre la evaluación de la calidad de una traducción. La traducción abierta es claramente reconocible como tal. El TM va inserto en un nuevo marco discursivo y funciona como una "cita" del TF. La mayoría de las veces cambia de función (en relación al TF) dentro de este marco. Posibilita el acceso a la función que el TF tiene o tenía en su marco original.
Traducción-documento	"La traducción-documento 'documenta' una acción comunicativa que se desarrolla o se ha desarrollado entre interlocutores de la cultura fuente […]. De alguna manera, la función del texto meta aquí es informar sobre las funciones del texto fuente" (Nord, 2010a: 51-52, trad. D.H.G.). "Se trata de un 'metatexto', es decir, un texto sobre otro texto" (ibid.: 53). "[…] Exige una cierta cantidad de rasgos estilísticos de la cultura de origen, puede estar pensada precisamente para no parecerse a los modelos habituales de la cultura meta" (Nord, 2010b: 12). Se opone a la >traducción-instrumento.
Traducción encubierta	*Overt and covert translation:* dicotomía acuñada por Juliane House (véanse 2001: 249-251; 2018: 89-99). House inserta esta dicotomía en su propuesta sobre la evaluación de la calidad de una traducción. La traducción se considera encubierta cuando no está marcada como tal (es decir, como traducción). Ambos, el TF y la traducción encubierta persiguen finalidades equivalentes y van dirigidos a destinatarios comparables en la >cultura fuente y la

	>cultura meta. Para lograr la equivalencia de función, el traductor puede insertar “filtros culturales” entre ambos textos, que toman en cuenta las diferencias culturales entre la comunidad fuente y la comunidad meta.
Traducción-instrumento	La traducción-instrumento debe funcionar como cualquier otro texto producido en la >cultura meta sin que los receptores estén forzosamente conscientes de que se trata de una traducción. Se espera de ella que se ajuste perfectamente a los modelos genéricos existentes en la >cultura de llegada (véanse Nord, 2010b: 10-12; Nord, 2010a: 52-54). Ejemplos: folletos publicitarios, instructivos para aparatos o medicamentos, manuales técnicos, correspondencia comercial. Se opone a la >traducción-documento.
Traducción patente	>traducción abierta

Abreviaturas usadas en este libro

LF lengua fuente/lengua de partida = la lengua del texto original

LM lenga meta/lengua de llegada = la lengua de la traducción

TF texto fuente/texto de partida = el texto original en lengua extranjera

TM texto meta/texto de llegada = la traducción

Nota: En las tareas de traducción (tablas y comentarios), las oraciones y palabras en alemán se escriben en letra cursiva para identificarlas más rápidamente. Las traducciones al español se ponen entre comillas.

RELACIÓN DE TAREAS DE TRADUCCIÓN Y TEXTOS-EJEMPLO

Se presentan las tareas de traducción (Trad) y los textos ejemplo (TE). Las tareas de traducción señaladas en gris corresponden a las que se comentan al final del libro.

n°	Título	Página
Trad 1	Ein komischer Nachbar	34
Trad 2	Ein Tag im Leben von Frauke Schulte	42
Trad 3	Franz Hohler: Der Verkäufer und der Elch	58
Trad 4	Johann Peter Hebel: Kalendergeschichte	60
Trad 5	Persönliche Mail einer Mutter an ihre Tochter	86
Trad 6	Persönlicher Brief: Erneute Kontaktaufnahme	87
Trad 7	Persönlicher Brief: Korrespondenz mit einer Zeitzeugin	89
Trad 8	Halbformeller Brief: Dankschreiben an eine Kuratorin	92
Trad 9	Formeller Brief: Motivationsschreiben	101
Trad 10	Formeller Brief: Berufspraktikum	102
Trad 11	Formeller Brief: Geschäftsanfrage	104
Trad 12	Werbeanzeige einer Fluggesellschaft	115
Trad 13	Werbeanzeige einer Fluggesellschaft (2)	116
Trad 14	Werbeanzeige einer Discount-Einzelhandelskette	117
Trad 15	Touristische Werbung Bodensee	131
Trad 16	Touristische Werbung Ostsee	133

TE 1	Brief an den Weihnachtsmann	**68**
TE 2	Carta a los Reyes Magos	**69**
TE 3	Solicitud de maquetas de trenes	**71**
TE 4	Stadtrundfahrt Hamburg	**72**
TE 5	Principales actividades del turista en la Ciudad de México	**73**
TE 6	Santiago de Compostela	**74**
TE 7	Turibus circuito Puebla	**75**
TE 8	Editorial einer Zeitschrift	**92**
TE 9	Anrede an den Leser eines touristischen Prospekts	**92**
TE 10	Formelles Schreiben eines deutschen Verlagshauses	**95**
TE 11	Oficio de una universidad mexicana	**96**
TE 12	Formelle Mail einer deutschen Fachzeitschrift	**100**
TE 13	Mail administrativo de una universidad mexicana	**100**
TE 14	Werbung für Fernwärme	**113**
TE 15	Werbung für Katzenfutter	**114**
TE 16	Touristische Werbung Schaffhauserland	**123**
TE 17	Touristische Werbung Stein am Rhein	**125**

I - ELEMENTOS CONTRASTIVOS EN LA TRADUCCIÓN ALEMÁN>ESPAÑOL

Los temas que se presentan en este capítulo solo constituyen una muestra de elementos contrastivos y no pretenden ser exhaustivos. Su selección obedece a los puntos centrales en la literatura especializada y, en mayor medida, a los años de experiencia de los autores en la enseñanza de lenguas y de la traducción. No se abordan en este capítulo los elementos cuya principal dificultad reside en su uso correcto en la LM, sin que incidan en el proceso traductor.

Algunos de estos elementos pueden constituir un reto para la comprensión del segmento en la lengua fuente, la dificultad de otros residirá en como aterrizarlos en la traducción.

Por lo tanto, al inicio de cada tema se señalará si la dificultad reside principalmente del lado

de la comprensión del segmento en la lengua fuente 🤔

de su reformulación en la lengua meta ✍

o de ambos lados 🤔 + ✍

1. GRAMÁTICA Y SINTAXIS

Nota: La traducción de oraciones aisladas en las tablas de ejemplos tiene un fin exclusivamente didáctico y sirve para ilustrar determinados fenómenos. No se pretende que sea la única traducción posible. Si las oraciones en lengua fuente se insertaran en un contexto real podría haber otras traducciones más adecuadas.

Para una página electrónica muy profesional y multifacética sobre diversos temas contrastivos español-alemán véase http://www.hispanoteca.eu/[1]

1.1 Elementos en posición final de la oración 🤔

Una particularidad destacada del alemán es su (relativa) rigidez sintáctica y, especialmente, la posición del verbo.

Los siguientes elementos verbales pueden ocupar la posición final de la oración:

[1] Todas las páginas electrónicas señaladas en este libro fueron consultadas entre junio de 2024 y abril de 2025. Los autores no responden por su continuidad.

- Infinitivos en combinación con un verbo modal conjugado
- Infinitivos que forman parte de un futuro simple compuesto
- Participios como parte de un tiempo verbal compuesto (Perfekt, Pluquamperfekt, Passiv).
- Partícula como parte de un verbo separable (véase el capítulo correspondiente).

Una lectura apresurada y superficial lleva a malinterpretar verbos y tiempos. Por lo tanto, es de suma importancia revisar siempre la posición final, tanto en la oración principal como en la subordinada. Sólo así pueden identificarse todos los elementos verbales que se relacionan unos con otros para su correcta comprensión, después de lo cual la redacción según las reglas sintácticas del español no debería causar problemas.

A continuación, algunos ejemplos:

Oraciones simples en alemán con un elemento en posición final	**Posible traducción al español**
Sie soll heute bitte eine Stunde früher **kommen**.	Por favor, que venga hoy una hora antes.
Wir werden morgen in aller Frühe ein Taxi **anrufen**.	Mañana vamos a pedir un taxi a primeras horas de la madrugada.
Die Familie hat ihren Sommerurlaub in Italien **verbracht**.	La familia pasó sus vacaciones de verano en Italia.
Das Geschäft ist in der Mittagszeit gewöhnlich **geschlossen**.	La tienda suele estar cerrada a mediodía.
Bringt doch bitte morgen zu Onkel Walters Geburtsfest einen Kuchen **mit**.	Por favor, mañana traigan un pastel para la fiesta de cumpleaños del tío Walter.

Si se trata de una cláusula compuesta, con oración principal y subordinada, unidas por un conector, ambos verbos (el invariable y el conjugado) se encontrarán al final de la oración subordinada. También los verbos separables se colocarán (como una sola palabra) al final. Huelga decir que la traducción deberá apegarse a las reglas y usos del español:

Er kann an dem Fußballspiel nicht teilnehmen, weil er sich das Knie **verletzt hat**.	No puede participar en el partido de fútbol porque se ha lastimado la rodilla.
Sie steht immer sehr früh auf, damit sie vor der Arbeit noch **joggen kann**.	Siempre se levanta muy temprano para poder ir a correr antes de trabajar.
Er hat das tolle Konzert verpasst, weil er nicht **mitgekommen ist**.	Se ha perdido este magnífico concierto por no habernos acompañado.

(Fuente sobre el tema: Sánchez Hernández, 2017: 98 y s.)

1.2 Causa, finalidad y consecuencia

Es importante familiarizarse con los conectores y preposiciones que marcan causa, finalidad o consecuencia en alemán, ya que su interpretación errónea da pie a importantes falsos sentidos y contrasentidos en la traducción.

A continuación, un breve recordatorio de algunos conectores y preposiciones básicos:

Conectores de **causa**:

weil (HS - NS)	Wir sind zu Hause geblieben, **weil es** so heiß **war**.
da (HS - NS)	Wir sind zu Hause geblieben, **da es** so heiß **war**.
denn (HS - HS)	Wir sind zu Hause geblieben, **denn es war** so heiß.
nämlich (HS - HS)	Wir sind zu Hause geblieben, **es war nämlich** sehr heiß.
aus diesem Grund	Es war schrecklich heiß, **aus diesem Grund sind wir** zu Hause **geblieben**.

HS = Hauptsatz (cláusula principal); NS = Nebensatz (cláusula subordinada)

Preposiciones de **causa**:

wegen (Gen.)	Wir sind **wegen der Hitze** zu Hause geblieben.
aufgrund/ auf Grund (Gen.)	**Auf Grund der Hitze** sind wir zu Hause geblieben.
aus (Dat.)	Er macht das **aus Liebe**.
vor (Dat.)	Sie weinte **vor Freude**.

Link: https://mein-deutschbuch.de/kausalsaetze.html

Conectores de **finalidad**:

damit (HS - NS)	Wir sind nach Berlin gefahren, **damit wir** sie **treffen konnten**.
um zu (estructura con infinitivo)	Wir sind nach Berlin gefahren, **um** sie **zu treffen**.

Preposiciones de **finalidad** (para/ con el fin de):

zwecks (Gen.)	Die Abteilung reichte ein Schreiben **zwecks** Finanzierung des Projekts ein.
zu (zum/zur) (Dat.)	Man braucht Autos **zur** Fortbewegung.
für (Akk.)	**Für** eine bessere Note musst du mehr tun.

Link: https://mein-deutschbuch.de/finalsaetze.html

Conectores de **consecuencia**:

so dass (HS - NS) (también: sodass)	Wir wollten sie sehen, **so dass wir** nach Berlin **gefahren sind**.
deshalb (HS - HS)	Wir wollten sie sehen, **deshalb sind wir** nach Berlin **gefahren**.
deshalb (HS - HS)	Wir wollten sie sehen, **folglich sind wir** nach Berlin **gefahren**.
also (HS - HS)	Wir wollten sie sehen, **also sind wir** nach Berlin **gefahren**.

Link: https://mein-deutschbuch.de/konsekutivsaetze.html

1.3 La obligatoriedad del sujeto en la oración alemana ✍

En muchas lenguas de la familia indoeuropea, tales como el inglés, el francés o el alemán, es obligatorio que cada oración –principal y subordinada– cuente con un sujeto gramatical (salvo en el imperativo). No así la lengua española que conoce el SUJETO IMPLÍCITO.

Este fenómeno gramatical no causa ningún problema de comprensión. Sin embargo, como el traductor "a menudo sucumbe [a la tentación de] dejarse llevar más por la apariencia formal del lenguaje que por el sentido del mensaje que transmite […] el producto resultante es una lengua rígida y nada fluida que entorpece la lectura […]" (Rossell, 1996: 83).

Con otras palabras: Al momento de traducir, se tiende a imitar la estructura del TF, agregando sujetos gramaticales también en el TM donde estos no son necesarios.

Mientras no haya ninguna duda sobre el sujeto que en español, "se esconde" dentro del verbo, este simplemente puede omitirse.

Ejemplos:

Franz hat mir gesagt, dass **er** morgen nicht kommen kann.	Franz me dijo que mañana no **puede** venir.
Der Kuchen war so lecker, dass **wir** ihn im Handumdrehen aufgegessen haben.	El pastel estaba tan rico que lo **acabamos** en un abrir y cerrar los ojos.
Der Kongress war so teuer gewesen! Aber leider war **er** furchtbar langweilig.	¡El congreso había sido tan caro! Pero **resultó** tremendamente aburrido.
Ist **es** möglich, dass **ihr** schon wieder Hunger habt?	¿**Es** posible que **tengan** hambre de nuevo?

Esta última oración nos lleva directamente a otro tema, relacionado con la obligatoriedad de sujeto en la oración alemana: el sujeto "postizo".

A veces no existe un sujeto identificable (el que realiza la acción del verbo), y es cuando se usa el sujeto "postizo" o impersonal "es".

El sujeto "es" aparece en muchas expresiones impersonales y no se traduce.

Ejemplos:

Es kann sein, dass…	**Es** posible que…
Es könnte uns weiterhelfen zu wissen,…	Nos **podría** ayudar saber…
Es regnet, **es ist** kalt…	**Está** lloviendo, **hace** frío…
Es gibt viele Leute, die…	**Hay** mucha gente que…

Más información sobre la traducción de "es":

http://www.hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20alemana/Pronombre%20neutro%20es%20-%20uso%20y%20traducci%C3%B3n.htm

Otro sujeto impersonal es "man", inexistente en español, traduciéndose con "se", "la gente", "uno", etc.

1.4 La traducción de los adjetivos 🤔 + ✍

Los adjetivos con función predicativa (colocados después del sustantivo) no se declinan: Das Kind ist schlau.

Los adjetivos con función calificativa (colocados antes del sustantivo) sí se declinan. Pero es algo que no tiene que preocupar mucho al traductor, ya que tan solo se trata de identificar al adjetivo en el TF, no tiene que declinarlo: Das schlaue Kind…

Ahora bien, las dificultades de traducción empiezan cuando se juntan varios adjetivos delante de un sustantivo, caso bastante común en alemán:

Die Firma verkauft neue moderne Produkte. Junge, qualitätsbewusste Konsumenten…

Por un lado, hay una ligera diferencia de sentido según si los adjetivos se encuentran separados por una coma o no. Cuando no hay coma se consideran del mismo rango, es decir, de la misma importancia y podrían conectarse con "und":

Der fleißige junge Mann… Der Mann ist fleißig und jung.

Si se separan por una coma, se considera que el adjetivo más cercano al sustantivo forma una unidad más estrecha con el sustantivo y se encuentra en un rango superior al segundo:

Der fleißige, junge Mann… Der junge Mann ist fleißig.

A menudo, los adjetivos van precedidos por otro elemento intensificador:

Das ist ein besonders teurer Anzug. Es un traje particularmente caro.

El problema de la traducción reside en determinar dónde colocar los adjetivos en la oración española, especialmente cuando se acumulan varios.

Además, debe tomarse en cuenta que estos pueden cambiar de sentido (y de forma) dependiendo del lugar donde se encuentren:

Es un maestro grande. Es un gran maestro.

También puede sonar discordante si el adjetivo se encuentra delante del sustantivo:

Es una difícil cuestión. Es una cuestión difícil.

Es una regañona mamá. Es una mamá regañona.

¿Dónde ponerlos en español?

a. Si hay varios adjetivos, es posible conectarlos con el conector "y":

   Un perro lindo y obedeciente. Un perro lindo, obedeciente y dócil.

b. En algunos casos es posible colocar un adjetivo delante del sustantivo y los demás adjetivos después, eventualmente separados por una coma:
   El actual panorama económico es muy alentador.
   Es un viejo amigo, muy querido y respetado.
   Aunque puede haber un cambio de sentido según si se coloca delante o después:
   Es un amigo viejo, muy querido y respetado.

c. Otra opción es transformar los adjetivos en sustantivos (cuando se pueda):
   Historische und philosophische Fragen.
   Cuestiones de historia y de filosofía.
   Das fehlende Wasser.
   La falta de agua.

   O incluso transformar el adjetivo en una estructura verbo + objeto:
   Sie ist freundlos.
   No tiene amigos.

   (Ejemplos de este inciso según Fernández López, 1999-2019, capítulo: *Traducción del adjetivo alemán*)

d. En última instancia, si son varios adjetivos en un segmento del TF, la solución puede consistir en modificar su posición dentro de la oración, insertándolos, por ejemplo, entre guiones o en una oración relativa.
Esta opción puede cobrar especial importancia cuando algunos de los adjetivos son **participios**.

Los participios como adjetivos

Tanto el participio presente como el participio pasado pueden fungir como adjetivo. En este caso se declinan de la misma manera que los demás adjetivos.

El Partizip I (presente): se forma agregando una "d" al infinitivo.

sprechen**d** – singen**d** – wiederholen**d**, etc.

Las reglas de formación del Partizip II (pasado) se suponen conocidas.

gemacht – gehört – gefunden – weggegangen, etc.

Ejemplos:

Sie hat Angst vor dem **bellenden** Hund.	Tiene miedo al perro que está ladrando.
Die **singenden** Kinder laufen auf der Straße.	Los niños caminan en la calle cantando.
Die Polizei hat das **gestohlene** Auto gefunden.	La policía encontró el coche robado.
Die **geschiedenen** Eheleute verlassen das Gericht.	Los esposos divorciados abandonan el juzgado.

A menudo estos participios-adjetivos van acompañados de más elementos (intensificadores y otros). En este caso, todo el conjunto se llama **"Partizipialkonstruktion"**.

Ante esta "Partizipialkonstruktion" alemana, muchas veces la mejor opción de traducción es recurrir a una subordinada relativa, a un gerundio o a veces conectar con una preposición:

Die **laut singenden** Kinder laufen auf der Straße.	Los niños andan en la calle cantando a plena voz.
Die Polizei hat das **gestern gestohlene** Auto gefunden.	La policía encontró el coche que fue robado ayer.

Die **frisch geschiedenen** Eheleute verlassen das Gericht.	Los esposos recién divorciados abandonan el juzgado.
Die Ärztin gibt dem **gerade am Knie operierten** Patienten ein Schmerzmittel.	La doctora da un analgésico al paciente que acaba de ser operado en la rodilla.

La seriación de adjetivos delante del sustantivo, así como los adjetivos derivados de participios son comunes en lengua alemana.

La "Partizipialkonstruktion", especialmente en su forma más extensa, es propia del registro elevado y pocas veces se usa en el lenguaje cotidiano. Sin embargo, puede aparecer en la correspondencia formal y en artículos periodísticos.

Link: https://mein-deutschbuch.de/partizipien-als-adjektive.html

Para concluir el capítulo, he aquí más ejemplos de oraciones con adjetivos:

Schöne neue Welt.	Un bonito mundo nuevo. (El primer adjetivo sería de tipo calificativo, obviamente con sentido irónico, el segundo de tipo determinativo.) Libro de Aldoys Huxley. Original en inglés: Brave new world. Título de la traducción al español: Un mundo feliz.
Die Gewerkschaft verhandelt über bessere Arbeitsbedingungen.	El sindicato está negociando mejores condiciones laborales. (Nota: El sustantivo compuesto se transforma en sustantivo + adjetivo en español)
Das war eine ziemlich schwierige, unfaire Prüfung.	Fue un examen bastante difícil, además de injusto.
Er musste in den faulig **stinkenden** Apfel beißen.	Tuvo que morder la manzana que apestaba a podrido.
Heute ist ein wunderschöner, milder Frühlingstag.	Hoy es un hermoso y templado día de primavera.

Sie trug ein langes, **glitzerndes**, eng am Körper sitzendes Kleid.	Llevaba un vestido largo y reluciente, muy pegado al cuerpo.

Ejemplos auténticos, tomados de noticieros, septiembre de 2024:

Auch in vielen europäischen Ländern bleibt es vorerst spätsommerlich heiß.	También en muchos países europeos, de momento se mantiene el calor de finales de verano. (Nota: Los adjetivos se transforman en sustantivos.)
Am Dienstag hatte ein ungewöhnlich heftiges Unwetter die italienische Hauptstadt Rom getroffen.	El martes pasado, Roma, la capital italiana, se vio afectada por una tormenta de inusual intesidad. (Nota: Se cambia de perspectiva; la tormenta como actor se cambia a una pasiva refleja con Roma como receptor de la acción.)
Experten sehen den menschengemachten Klimawandel als Ursache für extremere Wetterbedingungen.	Los expertos consideran que el cambio climático, causado por el hombre, es la causa de las condiciones climáticas más extremas. (Nota: El adjetivo se cambió por una clausula subordinada relativa.)

El uso de los adjetivos obedece a reglas bastante complejas en español. Se recomienda revisar la siguiente página: http://www.hispanoteca.eu/ "Gramática española – Nivel superior" y "Gramática española para estudiantes de habla alemana" con sus respectivas entradas sobre los adjetivos. Estas fichas gramaticales están concebidas para personas con L1 alemán que estudian el español. Sin embargo, por ser muy completas y claras, las fichas pueden ser útiles también al estudiante de traducción alemán-español.

El tema de la traducción de los adjetivos alemanes se trata en la siguiente ficha:

http://www.hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20alemana/Adjetivo%20y%20su%20taducci%C3%B3n.htm

1.5 Los signos ortográficos ✍

El uso de los signos ortográficos varía en algunos aspectos entre las dos lenguas. A continuación, una breve selección de diferencias importantes que pueden encontrarse en textos de nivel básico.

Los signos de interrogación y exclamación

Alemán. Se cierran al final. Sigue una oración nueva que inicia con una mayúscula o, en el caso de un discurso directo, las comillas de cierre, seguidas por un punto o una coma.

Español. Se abren al inicio y se cierran al final. Pueden ir seguidos de una coma.

„Hilfe, Hilfe!“, schrie sie immer wieder.	–¡Socorro, socorro! –gritó una y otra vez.
Ist das wirklich wahr? Ich kann es kaum glauben.	¿Realmente es cierto?, no puedo creerlo.

La raya/ el guion largo

En alemán, el *Gedankenstrich* (simple o doble) se usa para realzar una parte de la oración, enmarcar una inserción, marcar una pausa o un giro de idea o preparar un aviso (de algo inesperado o insólito). Siempre va separado de la palabra anterior y/o siguiente por un espacio.

En español, el guion largo o la raya (también simple o doble) tiene usos análogos al alemán, **además de servir para marcar un discurso directo (uso que no tiene en alemán)**. Cuando es doble, es decir, con apertura y cierre, contrariamente al alemán, va pegada a las palabras que enmarca.

Gerade bei der Aufführung, als sie gerade sprechen sollte, zeriss ihr – versehentlich – das Kleid.	Justo en la presentación, cuando le iba a tocar hablar, se le rompió –por accidente– el vestido.
Die Zahlen sind – anders als erwartet – sehr positiv.	Contrariamente a las expectativas, los datos son muy positivos.

Und darauf antwortete er – nichts!	Y a eso no contestó… ¡nada!
Du hast keine Chance – also nutze sie!	No tienes ninguna oportunidad, ¡así que aprovéchala!

Nota: Para marcar un discurso directo suelen usarse las comillas dobles en alemán, colocándose las primeras en la parte de abajo: „Ja“, sagte er.

El uso de la raya para marcar incisos es mucho más común en alemán que en español (que para este propósito suele usar más bien los paréntesis).

La coma

Link sobre la coma en español: https://unibetas.com/la-coma/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20coma%3F,y%20el%20punto%20y%20coma

Los usos de la coma presentan algunas diferencias entre las dos lenguas.

a) Por ejemplo, en alemán es obligatorio separar la oración principal de la oración subordinada por medio de una coma, que se pone delante del conector. No así en español:

Ich weiß, dass du mir nicht glaubst.	Yo sé que tú no me crees.
Er fährt ein teures Auto, obwohl er so verschuldet ist.	Maneja un carro costoso a pesar de estar tan endeudado.
Der Wechselkurs fällt, weil die Anleger kein Vertrauen haben.	El tipo de cambio va en declive porque los inversores no tienen confianza.

Aunque también hay casos en los que en español la oración compuesta (o la oración de gerundio) se separa con una coma:

Nachdem sie alle ihre Aufgaben beendet hatten, sind sie ins Kino gegangen.	Después de haber terminado todas sus tareas, se fueron al cine.

Obwohl sie unter so vielen Verehrern auswählen konnte, hat sie den dümmsten geheiratet.	Habiendo tanto pretendiente que escoger, se casó con el más bruto.

b) Por otro lado, en español es común poner una coma después de complementos circunstanciales antepuestos (largos). No así en alemán:

In jenen heißen Sommertagen der 50er Jahre sind wir gewöhnlich im See schwimmen gegangen.	En aquellos calurosos días de verano de los años 50, solíamos ir a nadar en el lago.
Wo immer du auch hingehst, ich gehe mit dir.	Dondequiera que vayas, iré contigo.

También se pone coma en español después de incisos con “según/ de acuerdo a” – no así en alemán:

Gemäß Artikel 53 kann man dich nicht entlassen.	Según el artículo 53, no pueden despedirte.
Laut den Forschern hat diese Untersuchung keine Gültigkeit.	De acuerdo a los investigadores, el estudio carece de validez.

Por último, no hay que olvidar que en español la abreviatura "etc." se aisla con comas (en caso de que la oración continúe), no así en alemán.

Sie verkauft Bananen, Orangen, Mandarinen etc. an ihrem Stand in der Markthalle.	Vende plátanos, naranjas, mandarinas, etc., en su puesto dentro del mercado cubierto.
Im 18. Jahrhundert waren Goethe, Schiller, Lessing usw. sehr wichtige Autoren.	En el siglo XVIII, Goethe, Schiller, Lessing, etc., eran autores muy importantes.

Se usan diferentes formatos y signos para escribir las fechas:

Alemán: 10.12.2024 (números ordinales separados por medio de un punto)

Español: 10/12/2024 (números separados por barras diagonales)

En ambas lenguas, la fecha inicia con el día, seguido por el mes y el año (sin considerar aquí las fechas electrónicas o interferencias del inglés que se dan en algunos documentos).

Nota: Como puede apreciarse en el último ejemplo de la tabla anterior, es diferente también el formato para escribir los siglos: se usan números arábigos en alemán (18. Jahrhundert) y romanos en español (siglo XVIII).

Las diferencias entre las dos lenguas en cuanto al uso de los signos ortográficos, raras veces causarán problemas de comprensión o interpretación. El mayor riesgo consiste en **"caer" en interferencias**, es decir, transferir (inconscientemente) los usos del TF al TM.

Al respecto citemos una observación muy atinada de Anna María Rossell Ibern (1996: 136-137):

> Conviene no olvidar, aunque parezca evidente, que los signos de puntuación no deben transportarse automáticamente del texto original al traducido, no sólo porque –aun tratándose de estrucuras comparables– la normativa relativa a estos signos sea diferente en cada una de las lenguas, sino porque al traducir se produce una organización completamente diferente de las estructuras y la puntuación debe atender a esta nueva organización. La colocoación de los signos ha de estar al servicio del nuevo texto, por lo que hay que entender que cualquier parecido con su utilización en el original ha de ser pura coincidencia.

1.6 Desprenderse de la estructura del texto fuente ✍

El arte de traducir implica poder desprenderse de la estructura del original para redactar el texto meta de forma fluida y según las reglas de la lengua meta. O, para decirlo con las palabras de Rossel (1996: 83):

> El fenómeno de la interferencia[2] se produce con tanta frecuencia que pudiera decirse que se tiene miedo de dejar la estructura conocida que nos viene servida por el texto original; parece como si separarnos de ella supusiera un salto al vacío, y es precisamente ese salto el que debemos dar para desprendernos de modos de hablar y de escribir que no son genuino castellano.

En este contexto es preciso no perder de vista algunos recursos que son propios del español, aunque no del alemán. Es el caso de ciertas formas del verbo, tales como las perífrasis verbales (véase Sánchez Hernández, 2017: 65-66).

[2] La autora usa el término "calco" que hemos sustituido por "interferencia" por considerarlo más apropiado en este contexto.

Se distinguen

las perífrasis de infinitivo	tener que + infinitivo
	haber que + infinitivo
	ir a + infinitivo
	soler + infinitivo
	acabar de + infinitivo
	volver a + infinitivo
las perífrasis de gerundio	estar + gerundio
	llevar + gerundio
	ir + gerundio
	venir + gerundio
	seguir + gerundio
	continuar + gerundio
las perífrasis de participio	estar + participio
	tener + participio
	llevar + participio

Perífrasis de infinitivo

Una forma verbal muy común en español, pero que no se usa en alemán es el **futuro inmediato** (tiempo compuesto, ir a + infinitivo). En alemán aparecerá como tiempo presente o futuro:

Die Direktorin kommt nicht/ wird nicht kommen.	La directora no va a llegar.
Opa wird sich nicht mehr ändern.	El abuelo ya no va a cambiar.

Otra estructura que no existe en alemán es “acabar de + infinitivo”. Aunque las partículas **“gerade”, “eben”, “soeben”** pueden cumplir esta función:

Sie ist gerade angekommen	Acaba de llegar.
Sie haben soeben geschlossen.	Acaban de cerrar.

Perífrasis de gerundio

El gerundio se caracteriza por la **terminación –ando o –endo** y marca un **presente o pasado progresivo**. En alemán, puede marcarse con las mismas partículas (gerade, eben). Ejemplos:

Stör mich nicht, ich telefoniere (gerade).	No me molestes, estoy hablando por teléfono.
Ich war gerade dabei, das Haus zu verlassen, als ich ein seltsames Geräusch im Garten hörte.	Iba saliendo de la casa cuando escuché un ruido extaño en el jardín.
Ich gehe zu Fuß.	Voy caminando.
Im Gespräch lernt man den anderen verstehen.	Hablando se entiende la gente.
Du verlierst den Anschluss.	Te estás quedando atrás.
Er wohnt immer noch da.	Sigue viviendo allí.

Perífrasis de participio

En ocasiones, el participio presente del alemán puede cumplir la función de un gerundio y traducirse como tal en español (aunque también puede haber otras alternativas de traducción). O es un tiempo indicativo que se transforma en perífrasis de participio en alemán:

Frauke kam weinend nach Hause.	Frauke llegó a su casa llorando.
Er sagte mir lachend, dass…	Me contó, entre risas, que…
Ich sage doch schon seit ewigen Zeiten, dass…	Llevo una eternidad diciendo que…

El indicativo en alemán vs. el subjuntivo en español

En este contexto cabe mencionar también el uso del subjuntivo que exigen algunas estructuras verbales o adverbiales del español, pero que en alemán no existe. Las cláusulas del TF en alemán usarán el tiempo verbal indicativo. El riesgo es olvidar este fenómeno gramatical al realizar la traducción al español.

Ich glaube nicht, dass es morgen regnen wird.	No creo que llueva mañana.

Hoffentlich wird dein Traum wahr!	¡Ojalá que se cumpla tu sueño!
Der Direktor glaubt nicht, dass sie das gesagt hat.	El director no cree que ella haya dicho eso.

Huelga decir que el fenómeno de los elementos lingüísticos propios de la lengua meta y que debe tenerse en mente a la hora de redactar el texto en español, no sólo aplica a elementos gramaticales, sino también a cuestiones léxicas (fraseologismos como locuciones, dichos, etc.).

Traducción 1. Ein komischer Nachbar

Encargo de traducción

Cliente: Un ciudadano alemán que emigró a México hace unas décadas.
Contexto del TF: El texto fuente forma parte de una biografía más amplia del autor, redactada en forma de episodios biográficos. El autor prefiere redactarla en alemán ya que es la lengua que mejor domina, pero el texto no será ni leído ni publicado en lengua alemana. Su única función es fungir como TF para realizar su traducción al español.
Destinatarios del TM: Los nietos mexicanos del destinatario (todavía niños) que no entienden el alemán.
Motivo del encargo: El autor y cliente quiere dejar un testimonio de su vida para sus nietos, por lo que manda traducir este texto al español. Pide que la redacción sea natural y coloquial, pero no infantil, ya que considera que sus nietos lo leerán con más interés cuando sean adultos.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los

- Verbos y partículas en posición final
- Conectores de causa, finalidad y consecuencia
- Sujetos impersonales

Prestar especial atención a:

- Segmentos que pueden traducirse con perífrasis y gerundios
- Uso del sujeto implícito en español
- Signos ortográficos (que cambiarán en español)

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con el uso del tiempo “Präteritum” y las oraciones subordinadas en alemán.

August 2024

Ein komischer Nachbar

In jenen Tagen Anfang der 80er Jahre des vorigen Jahrhunderts hatte man noch keine Handys. Wenn man auf der Straße Bekannte traf, sprach man miteinander. Man sagte zum Beispiel „Was macht das Studium?“ oder „Ist die Oma noch krank?“ usw.

Wir hatten aber einen Nachbarn, der sehr komisch war. Egal, ob die Sonne schien, ob es regnete oder schneite, immer trug er einen langen schwarzen Mantel und einen altmodischen schwarzen Hut. Das war, um aufzufallen. Wir fanden ihn komisch, weil er sich nie mit uns unterhielt. Es gab kein Thema, über das man mit ihm reden konnte. Er war aber nicht stumm, denn wenn er auf der Straße unterwegs war, redete er mit sich selbst. Dann hörten wir ihn manchmal einen Monolog wie diesen sprechen: „Ich komme gerade vom Friseur, der kann gar nicht richtig Haare schneiden, der ist unfähig und wird das nie lernen. Es ist nicht zu glauben, wie schlecht der arbeitet. Langsam bekomme ich eine Glatze! Deshalb gehe ich da auch nicht mehr hin, das war das allerletzte Mal! Ich werde nie mehr zu ihm gehen!“ Dann merkte er manchmal, dass wir ihn verfolgten. Wir hatten Angst vor ihm, trotzdem verfolgten wir ihn, wir wollten nämlich hören, was er für komisches Zeug redete. Dann schrie er uns manchmal an: „Ich rede überhaupt nicht mit euch, ihr sollt verschwinden!“

Laut den Psychologen ist so ein Verhalten ein deutliches Zeichen für eine neurotische Erkrankung.

Heute, mehr als 40 Jahre später, muss ich jedes Mal an ihn denken, wenn ich Leute alleine auf der Straße sprechen höre. Heute sind die Straßen ja voll mit solchen “Verrückten”. Aber sie haben ein Handy in der Tasche und einen Knopf im Ohr.

Eben habe ich mit meiner Cousine telefoniert und sie erzählte mir – lachend – dass er immer noch da wohnt und jetzt auch solche Knöpfe in den Ohren trägt, wenn er auf der Straße mit sich selbst spricht.

Fuente: Elaboración propia.

2. LÉXICO

Existen también características del léxico alemán que se distinguen del léxico en lengua española (y de otras lenguas). Ofrecemos a continuación una panorámica general de algunos de estos fenómenos que pueden encontrarse en los textos de nivel básico.

Nota: No se incluyen aquí fenómenos que también son comunes en otras lenguas como el uso de abreviaciones y acrónimos o la toponimia. Las dudas al respecto pueden resolverse con relativa facilidad mediante una búsqueda en obras de consulta (diccionario o enciclopedia). Tampoco se incluye la fraseología alemana (unidades fraseológicas como expresiones idiomáticas, locuciones, refranes, etc., cuyo sentido únicamente puede deducirse a partir de la unidad en su conjunto y no de sus componentes individuales), ya que se trata de un tema muy vasto que rebasaría los límites de este trabajo.

2.1 Particularidades morfológicas

Palabras compuestas 🤔

Son palabras formadas por la unión de dos o más palabras. Pueden juntarse, por ejemplo, dos sustantivos (a veces llevan una “s”, una “e”, una “n” o una “er” en medio para facilitar su pronunciación), sustantivo y verbo, sustantivo y adjetivo, dos adjetivos, etc.

No suelen causar mayores problemas de comprensión y traducción. Muchas palabras compuestas forman parte íntegra del léxico alemán y pueden encontrarse en los diccionarios. Pero también es posible crearlas libremente, de tal forma que cualquier hablante del alemán las entienda, aunque no figuren en el diccionario.

Ejemplos:

sustantivo – sustantivo

Haustür, die	puerta de la casa
Handschuh, der	“zapato para la mano” = guante
Windmühle, die	molino de viento
Schadenfreude, die	“alegría por daño (ajeno)” (no suele traducirse, se usa la palabra alemana en otras lenguas)
Geburtstag**s**geschenk, das	regalo de cumpleaños
Geburtstag**s**kuchen, der	pastel de cumpleaños
Autobahn, die	autopista
Kegelbahn, die	“pista de bolos” = bolera

Una vez identificada la palabra base –que siempre será la última palabra del compuesto y, en caso de ser un sustantivo, determina el género– su traducción no suele causar mayores problemas. Puede existir un equivalente directo en español, compuesto o no (Autobahn- autopista, Handschuh - guante, etc.) o bien la palabra debe "desarmarse" en sus diferentes componentes, para ligarlos en español con una preposición, empezando por la palabra base, es decir, la última (Geburtstagsgeschenk - regalo **de** cumpleaños).

Tratándose de la combinación adjetivo – sustantivo, se empieza igualmente con la palabra base y se agrega el adjetivo, sin preposición en medio: Endprodukt - producto final.

El compuesto puede abarcar más de dos sustantivos:

Fußballspiel, das	"juego de fútbol" = partido de fútbol
Fußballweltmeisterschaft, die	"campeonato mundial de fútbol" = copa mundial de fútbol

Hasta llegar a "monstruos" como el que sigue, que fue el nombre de una ley vigente entre 2000 y 2013:

Rindfleischetikettierungsüberwachungsaufgabenübertragungsgesetz

(Ley sobre la transferencia de las tareas de vigilancia del etiquetado de la carne de res)

Pero no hay que preocuparse, palabras tan largas son extremadamente raras y no aparecen en los textos de alemán básico.

A menudo el sustantivo al final (palabra base) es un verbo sustantivizado o personificado. Los verbos transformados en sustantivos se personifican con la terminación –er:

sustantivo – sustantivo (verbo sustantivizado)

Staubsauger, der (saugen – Sauger)	"chupa polvo" = aspiradora
Spielverderber/in, der/die (verderben – Verderber)	"persona que echa a perder el juego" = aguafiestas
Bergsteiger/in, der/die (steigen – Steiger)	"escalador de montaña" = alpinista

Más ejemplos:

verbo – sustantivo

Waschmaschine, die	"máquina para lavar" = lavadora

Rutschbahn, die	“pista para resbalar” = resbaladilla, tobogán

adjetivo – sustantivo

Kühlschrank, der	“armario fresco” = refrigerador
Fertighaus, das	“casa lista” = casa prefabricada

sustantivo – adjetivo

bildschön	“bonito como un cuadro” = hermoso
himmelblau	“azul como el cielo” = azul celeste

Ojo: Se escribe con minúscula y no tiene artículo, ya que la última palabra (base) es el adjetivo.

Regla para traducir: Siempre debe identificarse primero la palabra base. Si es un sustantivo, identificar su género gramatical. A continuación, se debe buscar un equivalente en la lengua de llegada o, si no lo hay, traducir el compuesto por sus partes, agregando las preposiciones necesarias.

Más información:

http://download.langmaster.cz/grammar/sp-sp/german2/grammar/sec03/par23.htm (muchos ejemplos)
https://studyflix.de/deutsch/zusammengesetzte-nomen-4169 (video con explicación muy sencilla para niños)
https://grammis.ids-mannheim.de/systematische-grammatik/585 (explicaciones para especialistas)

Prefijos y sufijos 🤔 + ✍

La lengua alemana opera mucho con prefijos y sufijos. Estos se colocan delante (prefijo) o al final (sufijo) de la raíz del verbo o sustantivo. Modifican el sentido de la palabra o marcan formas gramaticales (por ejemplo, el prefijo “ge” se usa para formar el participio pasado, el sufijo “-in” marca un sustantivo de persona en femenino).

Para el traductor de alemán puede ser de ayuda tener a la mano un listado con los significados etimológicos de los diferentes prefijos y sufijos (véanse los links a continuación).

Sufijos

Los sufijos son terminaciones que se agregan al final de la raíz de una palabra. Ayudan a identificar ciertas características de la palabra. Por ejemplo:

- Los sufijos **-ung, -heit, -keit, -schaft, -nis** indican que se trata de un sustantivo de género gramatical femenino, derivado de un adjetivo o verbo:

  schön – die Schönheit
  heiter – die Heiterkeit
  ändern – die Änderung
  bilden – die Bildung
  wissen – die Wissenschaft
  erkennen – die Erkenntnis

- Sustantivos con los sufijos **-chen, -lein** siempre llevarán el artículo „das“ e indican que se trata de un diminutivo: das Hemdchen, das Püppchen (de Puppe), das Blümlein

- El sufijo **–er** significa que la palabra designa a una persona masculina (Bauer, Lehrer, Sportler usw.), y se deriva de otro sustantivo o verbo.
  Si se agrega además el sufijo **–in** (en ocasiones más el Umlaut) se trata de una persona femenina: Bäuerin, Lehrerin, Sportlerin, etc.

- Los sufijos **-bar, -lich, -isch, -ig, -sam, -los, -frei, -voll, -arm, -reich** indican que se trata de un adjetivo o adverbio**:** wunderbar, friedlich, telefonisch, ruhig, biegsam, arbeitslos, alkoholfrei, wertvoll, kontaktarm, nährstoffreich

Los sufijos no suelen causar problemas particulares de comprensión o traducción. La mayoría de las palabras con sufijo se encuentran en los diccionarios. Pero también es posible crearlas libremente, de tal forma que cualquier hablante del alemán las entiende, aunque no figuren en el diccionario. El conocimiento de los sufijos ayuda a identificar más rápidamente la categoría de palabra (sustantivo o adjetivo) y, eventualmente, deducir parte de su contenido semántico. Por ejemplo: “-reich” siempre significaría “rico en”, “-arm” “pobre en”, “-in” que se trata de una persona de sexo femenino, etc.

Fuentes y links de consulta:
www.lingoda.com/blog/de/suffixe-deutsch/#Welche-Arten-von-Suffixen-gibt-es
http://download.langmaster.cz/grammar/sp-sp/german2/grammar/sec03/par24.htm

Prefijos

Verbos con prefijo inseparable

Existen prefijos verbales inseparables que no se separan de la raíz del verbo al conjugarlo. Su significado suele estar muy alejado de aquel del verbo base. Los más comunes son: **be-, emp-, ent-, er-, ge-, miss-, ver-, zer-**

kommen

entkommen Der Dieb entkommt der Polizei.	escapar, salvarse
bekommen Ich habe ein schönes Geschenk bekommen.	recibir
verkommen Die trockenen Böden verkommen.	pudrirse, degenerarse

machen

vermachen Ihre Eltern haben ihr das Haus vermacht.	heredar, dejar algo a alguien

Link:
http://www.hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20alemana/Verbos%20alemanes%20inseparables.htm (contiene una amplia lista de prefijos inseparables con su significado etimológico)

Verbos separables 🤔 + ✍

Los verbos separables son tema de cualquier manual de alemán básico. Agregando una partícula al inicio de ciertos verbos base, estos adquieren un nuevo sentido (o varios).

Ejemplos:

kommen	venir, ir
<u>mitkommen</u> Kommst du auch mit ins Kino?	acompañar, ir con
<u>vorbeikommen</u> Sie sind am Zoo vorbeigekommen. Komm doch mal wieder bei mir vorbei.	pasar por, pasar/venir a ver a alguien
<u>durchkommen</u> Es gibt zu viel Verkehr, wir kommen nicht durch. Die Operation ist gut gelaufen, er wird durchkommen.	tener paso, sobrevivir

reinkommen/ rauskommen Kommen Sie rein! Ich habe nur wenig Zeit, ich komme nur ganz kurz raus. Wenn du so arbeitest, kommt nichts dabei raus.	entrar, salir, resultar
zurückkommen Er kam nie mehr zurück.	regresar
vorkommen Solche Fehler kommen manchmal vor. Diese Pflanze kommt hier nicht vor.	ocurrir, suceder, presentarse, darse
machen	hacer
durchmachen Sie macht zur Zeit viel durch. Sie haben die ganze Nacht durchgemacht.	atravesar momentos difíciles, pasar por, seguir (la fiesta) hasta la madrugada
weitermachen Wenn es regnet, können wir nicht weitermachen.	continuar, seguir
mitmachen Mach doch mehr mit im Unterricht!	participar
an-/ ausmachen Mach bitte den Fernseher aus.	prender/ apagar
aufmachen/ zumachen Wann machen wir das Paket auf?	abrir/ cerrar

Las partículas separables más comunes son:
ab-, an-, auf-, aus-, bei-, ein-, los-, mit-, nach-, her-, hin-, vor-, weg-, zu-, zurück-, weiter-

Muchos de los verbos con partícula separable, en el participio pasado llevan “ge” en medio: mitgekommen, durchgekommen, weitergemacht, zugemacht…

Las partículas **über-**, **um-**, **unter-**, **durch-** und **hinter-** (y unas pocas más) pueden ser tanto separables como inseperables (en este caso se consideran prefijos), y poseen en ambos casos significados distintos:

übersetzen (inseparable) – traducir	Er übersetzt den Brief.
übersetzen (separable) – cruzar (en lancha, ferry…)	Das Boot setzt über.
umgehen (inseparable) – rodear, esquivar	Wir müssen die Schlucht umgehen.
umgehen (separable) – propagarse/ extenderse	Die Angst geht um.

Para traducir, es importante identificar los verbos separables en el texto fuente, revisando siempre el final de la oración. Pasar por alto una partícula separable dará lugar a malinterpretaciones y, por consiguiente, falsos sentidos en la traducción. También hay que ser consciente de la posible polisemia de muchos de estos verbos (pluralidad de significados posibles), buscando la traducción más adecuada según el contexto.

Páginas sobre el tema de los verbos separables:

http://www.hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20alemana/Verbos%20alemanes%20separables.htm (contiene una amplia lista con el significado etimológico de las partículas separables)

https://learngerman.dw.com/es/verbos-separables/l-50210770/gr-50212616

https://www.alemanista.com/los-verbos-separables-e-inseparables-sin-dolor/

Traducción 2. Ein Tag im Leben von Frauke Pfister

Excepcionalmente no se proporciona una situación de traducción, dado que no se trata de un texto auténtico, sino de un mero constructo con fines didácticos.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los verbos separables e inseparables del texto, anotar su signficado en español.

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con los verbos separables e inseparables en alemán.

Ein Tag im Leben von Frauke Pfister

Frauke Pfister ist eigentlich Schauspielerin, aber zur Zeit ist sie arbeitslos. Wie verbringt sie heute ihren Tag? Sie wacht um sieben Uhr auf, aber dann erinnert sie sich, dass sie ja nicht arbeiten muss. Also schläft sie noch ein Stündchen weiter. Um acht steht sie dann aber auf. Sie zieht das Nachthemd aus und den Morgenmantel an. Sie beantwortet schnell ein paar WhatsApp-Nachrichten,

bevor sie ins Bad geht. Sie sieht sich im Spiegel an und fragt sich: “Sehe ich heute gut aus?” Dann kämmt sie sich so lange, bis sie sich gefällt. Ihre Freunde sagen, dass sie gut aussieht. Warum hat sie dann die Rolle als Medea nicht bekommen? Sie stellt sich vor, wie sie Medea darstellt. Sie liest die Stellenanzeigen durch und findet eine interessante Stelle an einem Theater. Sie entschließt sich, dort anzurufen. „Kommen Sie doch am Nachmittag mal vorbei“, sagt der Verantwortliche, „und bringen Sie Ihre Zeugnisse mit“. Frauke zieht sich also um, kauft noch schnell ein paar Sachen im Supermarkt ein und versucht dann, sich auf das Gespräch vorzubereiten. Aber wie bereitet man sich vor, wenn man gar nicht so genau weiß, um was es geht? Gegen 15 Uhr verlässt sie das Haus. Doch dann stellt sie fest, dass sie ihre Zeugnisse vergessen hat. Also geht sie noch einmal zurück und holt die Unterlagen. Dann geht sie wieder los – jetzt muss sie sich aber beeilen. Weil sie so schnell geht, passt sie nicht auf und rempelt fast einen Mann an. „Passen Sie doch auf!“, schreit er sie an. „Es tut mir leid“, murmelt sie und rennt weiter. Sie steigt in die Straßenbahn ein, die Fahrt wird 40 Minuten dauern, in der Zeit denkt sie nach, wie sie ihre Berufserfahrung zusammenfassen kann. Als sie an der Haltestelle ankommt, wo das Theater ist, steigt sie aus und sieht sich um. Wo ist die Adresse? Sie sieht auf dem Zettel nach, wo sie die Adresse aufgeschrieben hat. „Gehen Sie an der Kirche vorbei“, hatte der Mann gesagt, „das Büro ist dann gleich rechts, Sie müssen die Treppe hinaufgehen. Ich freue mich, Sie kennenzulernen“. Jetzt ist sie angekommen und geht die Treppe hoch. Jemand macht die Tür auf und sagt: „Kommen Sie rein“. Doch was ist das? Was ist das für ein Lärm? Der Wecker klingelt und zerstört alles. Sie wacht auf, es ist schon 10 Uhr. Es gibt kein Büro und niemand empfängt sie. Leider hat sie alles nur geträumt. Gerne möchte sie weiterträumen…

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Otras particularidades léxicas

“Palabras de condimento” (partículas modales) 🤔 + ✍

Los Würzwörter (también Abtönungspartikeln o Modalpartikeln) se usan sobre todo en el lenguaje oral; pero también pueden presentarse en cartas informales (cuyo lenguaje es cercano al lenguaje oral) y, aunque con menos frecuencia, en textos publicitarios o periodísticos.

Sirven para matizar la oración. Agregan un registro emocional del locutor. Es muy difícil definir qué expresan exactamente en cada caso. No tienen un equivalente exacto en español. A continuación, algunas de las más comunes (lista no exhaustiva):

ja	Das ist ja eine Überraschung! Das ist ja häßlich! (Enfatiza la sorpresa o el rechazo, aclaración.)
aber	Das ist aber toll! Du bist aber langsam! (Enfatiza la sorpresa o el rechazo. Ninguna relación con el conector “aber”.)
doch	Mach doch mal die Tür zu! Das musst du doch wissen! (Suaviza el imperativo, insinúa que el interlocutor ya debería tener la información. Urgencia, enojo.)
schon	Du wirst das schon schaffen. Was hat das schon zu bedeuten? (Se minimiza la gravedad o importancia de una cosa.)
bloß/ nur	Was hat er nur? Wo ist bloß meine Brille, ich kann sie nicht finden. (Extrañamiento, restricción.)
denn	Warum hast du denn keine Jacke dabei? Was ist das denn? (Aparece casi exclusivamente en preguntas para enfatizarlas o subrayar el interés. No guarda ninguna relación con el conector “denn”.)
eben	Das ist dann eben so. (Resignación, se señala que algo ya fue constatado y no puede cambiarse, no tiene relación con el adjetivo “eben”.)
mal	Halte das mal kurz. Mach das doch mal! (Forma corta da “einmal”, insistencia.)
wohl	Du hast wohl nicht alle Tassen im Schrank! Sie wird wohl krank sein. (Insinuación, suposición. Ninguna relación con el sustantivo o adjetivo “Wohl/wohl”.)
vielleicht	Das ist vielleicht ein Dummkopf! (Énfasis, insistencia. No es lo mismo que el adverbio “vielleicht”.)

Al igual que su interpretación, su traducción no es fácil. En el lenguaje oral, en LM a veces puede expresarse únicamente con la entonación ascendente (técnica de sustitución según la clasificación de Molina y Hurtado Albir, citada aquí de Olalla Soler & Hurtado Albir, 2014: 14, y reproducida al final de este libro).

El lenguaje escrito dispone de las siguientes opciones:

- su omisión (a sabiendas de que algo se pierde en la traducción)
- agregar otro tipo de palabra(s) como conjunciones o adverbios (y, pero, pues…)
- recurrir a interjecciones

Das ist ja eine Überraschung!	¡**Pero qué** sorpresa! ¡**Vaya** sorpresa!
Das ist ja häßlich!	¡**Qué** feo!
Warum hast du denn keine Jacke dabei?	¿**Y** por qué no traes chamarra?
Was willst du denn noch?	¿Qué **carajos** quieres todavía?
Das ist vielleicht ein Dummkopf!	¡Es **totalmente** estúpido! ¡**Qué** bruto!
Wo ist bloß meine Brille?	¿Dónde **diablos** están mis lentes?
Was hat er nur?	**¿Qué es lo que** le pasa? ¿**Pero** qué le pasa? ¿Qué **diablos** le está pasando?
Das musst du doch wissen.	Es algo que debes saber**, ¡eh! Me sorprende que no lo sepas. ¿Acaso no** lo sabes**?**
Das ist dann eben so.	**Pues** así son las cosas.
Du bist aber langsam!	¡**Dios santo, qué** lento eres!

Links:
https://sprachekulturkommunikation.com/modalpartikeln/
Ejercicios: https://www.deutsch-perfekt.com/deutsch-ueben/modalpartikeln

Homónimos y falsos cognados 🤔

Homónimos

Al igual que otras lenguas, el alemán conoce la homonimia (o polisemia).

Son homónimos las palabras que tienen la misma forma, pero tienen varios significados. Por lo que nunca hay que tomar la primera propuesta de traducción que se encuentra en el diccionario, es necesario cotejar los diferentes significados posibles con el contexto concreto del texto fuente. Algunos ejemplos (clásicos) del alemán:

Ball, der	pelota	evento de baile (formal)
Bank, die	banco (instituto financiero)	banco (para sentarse)
Hahn, der	gallo	llave (de agua)
Schloss, das	castillo	candado/ cerradura

Strauß, der	ramo (de flores)	avestruz
Schimmel, der	moho	caballo blanco

En ocasiones cambia el artículo según el significado de la palabra:

der Band	tomo (de un libro)
die Band	banda (grupo de música)
das Band	listón
der Erbe	heredero (persona)
das Erbe	herencia (objetos)
der Leiter	jefe, coordinador
die Leiter	escalera
der See	lago
die See	mar
die Maß	cerveza servida en un vaso o jarro de un litro
das Maß	medida

Los homónimos raras veces causan problemas de comprensión o traducción, ya que sus diferentes significados suelen ser lo suficientemente alejados como para poder deducir con facilidad su significado en un determinado contexto.

Falsos cognados

Los falsos cognados o falsos amigos son palabras que se parecen en dos idiomas (en este caso el alemán y el español), pero tienen significados muy diferentes. No identificarlos puede dar lugar a malinterpretaciones y, por consiguiente, falsos sentidos en la traducción.

A continuación, algunos de los más frecuentes:

La palabra alemana	**significa**	**en español suena a**	**que en alemán se dice**
Vase	florero	vaso	Glas
Mantel	abrigo	mantel	Tischdecke

Kantine	comedor	cantina	Bar
Chef	jefe	chef	Koch
Gymnasium	escuela (nivel prepa o bachillerato)	gimnasio	Fitnessstudio
Termin	cita	término	Abschluss, Ende
Angel	caña de pescar	ángel	Engel
Tablette	pastilla	tableta (de chocolate)	Tafel (Schokolade)
Kompass	brújula	compás	Zirkel
Lineal	regla	lineal (adj)	linear (adj)
promovieren	doctorarse	promover	befördern
konkurrieren	competir	concurrir	zusammenkommen, zusammentreffen, zusammenlaufen, etc.
brav	bien portado	bravo	tapfer, mutig
alt	viejo, grande (persona), antiguo	alto	groß, hoch

Por lo tanto, es de suma importancia revisar si la palabra que se pretende usar en la LM se ajusta al contexto.

Construcciones verbales funcionales 🤔 + ✍

Se trata de combinaciones fijas entre sustantivo y verbo, en las que el valor semántico original del verbo se ha debilitado o perdido (por lo que solo queda como “funcional”). El fenómeno es común en alemán. En español puede haber construcciones sujeto-verbo correspondientes, pero en las que el verbo suele conservar su significado original. O bien la construcción verbal funcional de la LF es expresada por un solo verbo léxico en español.

El fenónomo se da con mayor frecuencia en los textos de registro relativamente elevado (académicos, burocráticos, periodísticos, literarios, correspondencia formal), aunque no se limita a ellos.

Para el traductor, el reto consiste primero en identificar estas construcciones en el TF sin intentar hacer una traducción literal de este tipo de combinaciones, lo que estaría condenado al fracaso, ya que los verbos alemanes suelen carecer de sentido.

Entre los numerosos ejemplos posibles, citemos solo unos cuantos:

Caso 1: La construcción verbal funcional alemana corresponde a una combinación léxica en español

einen Vortrag **halten**	**dar** (impartir) una ponencia
Maßnahmen **treffen**	**tomar** medidas
ein Versprechen **halten**	**cumplir** una promesa
ums Leben **kommen**	**perder** la vida
in Kraft **treten** (Gesetz)	**entrar** en vigor (ley)
sich Zeit **lassen**	**tomarse** su tiempo

Caso 2: La construcción verbal funcional alemana suele traducirse por un solo verbo léxico en español o por una construcción sustantivo-verbo

aufs Spiel **setzen**	arriesgar, comprometer, poner en peligro
Abschied **nehmen**	despedirse
in Frage **stellen**	cuestionar, poner en tela de juicio
in Auftrag **geben**	encargar
in Betracht **ziehen**	tener en cuenta, considerar
zum Ausdruck **bringen**	expresar, manifestar

Fuente:
http://www.hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20alemana/Verbos%20funcionales%20y%20per%C3%ADfrasis.htm

Adverbios preposicionales 🤔 + ✍

La lengua alemana usa con frecuencia pequeñas palabras de referencia: Präpositionaladverbien/ adverbios preposicionales.

No tienen ningún equivalente en español.

No se usan para personas, animales o plantas.

Formación:

Pregunta — wo + preposición que acompaña el verbo — **Wofür** kämpfst du?

Si se juntan dos vocales, se agrega una "r": wo + über = **worüber**

Afirmación — da + preposición que acompaña el verbo — Ich kämpfe **dafür**.

Si se juntan dos vocales, se agrega una "r": da + an = **daran**

Función (en su forma afirmativa) — Sustituye un sustantivo o un enunciado previamente señalado o que se sobreentiende por el contexto.

En algunos de estos adverbios puede darse una **contracción con las preposiciones locales "in" o "auf"** (solo lenguaje oral/ carta informal):

darin = drin, darauf = drauf

El "da" en ocasiones también puede tomar la forma de **"hier"** (sentido demostrativo):
hiermit, hierfür, hierzu

Ejemplos:

Sie wollte mir das Geld zurückgeben. Aber ich warte heute noch darauf.	"darauf" se refiere al hecho de regresar el dinero **auf** etwas warten
Frage: Worauf wartest du?	
Er unterrichtet Mathematik? Darin ist er doch gar nicht gut.	"darin" se refiere a la enseñanza de las matemáticas **in** etwas gut sein
Frage: Worin ist er nicht gut?	

Ich habe ein Paket bekommen, aber es war nichts drin.	"drin" se refiere al interior o contenido del paquete etwas ist **in** etwas
Frage: Worin war nichts?	
Ich arbeite mit den neuen Büchern. – Ich arbeite auch damit.	"damit" se refiere a los libros nuevos **mit** etwas arbeiten
Frage: Womit arbeitest du?	
Ich habe zwanzig Jahre lang den Kredit für mein Haus abbezahlt. – Was? So lange hast du dafür gezahlt?	"dafür" se refiere al hecho de pagar el crédito **für** etwas bezahlen
Frage: Wofür hast du gezahlt?	
Du solltest doch noch Brot kaufen. – Oh, daran habe ich gar nicht gedacht.	"daran" se refiere a todo el encargo que no se cumplió **an** etwas denken
Frage: Woran hast du nicht gedacht?	
Weine doch nicht mehr, dadurch wird die Situation nicht besser.	"dadurch" se refiere al hecho de llorar besser werden **durch** etwas
Frage: Wodurch wird nichts besser?	
Wir sollen diesen Apparat anschließen? Hierfür brauchen wir das Handbuch.	"hierfür" se refiere al hecho de conectar el aparato etwas **für** etwas brauchen
Frage: Wofür brauchen wir das Handbuch?	
Hiermit teile ich Ihnen mit, dass…	Fórmula para cartas formales. Por medio de la presente le comunico que…

En ocasiones, los adverbios preposicionales se usan también para anunciar algo que va a venir inmediatamente después. En este caso no suelen traducirse.

Wir danken Ihnen dafür, dass Sie diese Arbeit geleistet haben.	Le agradecemos haber realizado este trabajo.
Ich hoffe darauf, dass das Wetter bald besser wird.	Espero que el tiempo mejore pronto.

Dado que no tienen un equivalente en español, su comprensión puede causar problemas. También dan lugar a traducciones pesadas/ no naturales en español.

¿Cómo traducirlos?

a) A menudo ni siquiera es necesario traducirlos.

Ich kann nichts dafür.	No es mi culpa.
Hilft dir dieses Buch? – Ja, damit kann ich etwas anfangen.	… Sí, me sirve.
Der Grund dafür ist, dass…	La razón es que…
Den richtigen Moment erkennt man daran, dass…	Se identifica el momento correcto por…

b) Si no es posible omitirlo en español, se puede retomar la preposición agregando otro adverbio (así, de esta manera…)

Weine doch nicht mehr, dadurch wird die Situation nicht besser.	No llores más, la situación no va a mejorar así./De nada sirve llorar.
Davon hängt es ab, ob…	De allí depende si…

c) A veces puede usarse un pronombre

Daran glauben wir.	Es lo que creemos.
Das Werkzeug ist kaputt, damit kann ich nicht arbeiten.	La herramienta está rota, no puedo trabajar con ella.
Meinen alten Golf verkaufe ich nicht, damit bin ich durch das ganze Land gefahren.	No voy a vender mi viejo Golf, con él viajé por todo el país./con el que he recorrido…

d) O cambiar por completo la estructura, agregando, por ejemplo, otro verbo o sustantivo, o bien cambiando de perspectiva (sujeto-objeto).

Das Werkzeug ist kaputt, damit kann ich nicht arbeiten.	La herramienta está rota, no me sirve para trabajar.
Sie hat damit nichts zu tun.	Ella no tiene nada que ver con este asunto.
Meinen alten Golf verkaufe ich nicht, damit bin ich durch das ganze Land gefahren.	No voy a vender mi viejo Golf, me ha llevado por todo el país.

e) Retomar la preposición y agregar "eso" o "esto" puede ser adecuado en algunos casos, pero a menudo es la opción menos elegante.

Daran glauben wir.	En eso creemos.
Davon hängt es ab, ob…	De eso depende si…
Sie hat damit nichts zu tun.	Ella no tiene nada que ver con esto.
Das Werkzeug ist kaputt, damit kann ich nicht arbeiten.	La herramienta está rota, no puedo trabajar con eso.

Link:

https://alemansintapujos.com/prapositionaladverbien-o-adverbios-preposicionales-en-aleman/

Tipos de correspondencia léxico-semántica 🤔

Los diccionarios bilingües parten del supuesto de que existen relaciones de equivalencia o correspondencia entre las palabras de diferentes lenguas. En efecto, independientemente del lugar geográfico donde se encuentren los hablantes, de cuestiones culturales, etc., como seres humanos compartimos experiencias, conocimientos, etc., lo que debe reflejarse de alguna manera en los términos que ha desarrollado cada lengua en particular. Sin embargo, las diferentes lenguas y culturas estructuran el mundo de forma diferente, por lo que muchas supuestas parejas lingüísticas solo se corresponden parcialmente. He aquí un importante escollo para el traductor, frente al cual el diccionario puede ser amigo o enemigo.

Los especialistas en terminología han desarrollado diversos modelos de equivalencia que –más allá de sus diferencias– se basan en tres casos fundamentales de **equivalencia denotativa** entre los términos de diferentes lenguas (nos limitamos aquí a microunidades, tales como palabras aisladas o sintagmas):

1) los contenidos conceptuales son totalmente equivalentes,

2) **son parcialmente equivalentes**,

3) no son equivalentes (véase Stolze, 2013: 74). La equivalencia denotativa se refiere al significado meramente referencial de la palabra, con exclusión de todos los demás significados que esta puede comportar (sociales, estilísticos, performativos, connotativos, etc.).

Mientras que el primer caso (equivalencia total de los aspectos semánticos) no suele causar problemas al traductor y que el tercero difícilmente pasa desapercibido, aunque puede constituir un reto importante de traducción, **es el segundo el que con mayor frecuencia provoca errores de traducción**.

Stolze (2013: 74) hace notar que para designar este tipo de parejas terminológicas de dos lenguas no se habla de equivalencia, sino de correspondencia, término que usaremos a continuación.

Ahora bien, antes que nada, hay que tener en cuenta que, dentro de una misma lengua, un término puede tener una variedad de significados dependiendo del contexto. Por lo tanto, si surge alguna duda sobre el significado de una palabra, el primero paso consiste en consultar un buen diccionario monolingüe que incluya diferentes contextos y dé ejemplos de uso.

Tomemos el ejemplo de la palabra "juego" que, según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, versión online https://dle.rae.es/juego?m=form), puede tener 19 acepciones diferentes (y siguen como unos 50 ejemplos de uso). Por razones de espacio, nos limitamos a reproducir aquí solo unos cuantos. Mientras que la mayoría de los diccionarios bilingües no proponen mucho más que la palabra "Spiel" en alemán, hay contextos en los que, de ninguna manera "juego" debe traducirse como "Spiel":

	Comentarios
1. m. Acción y efecto de jugar por entretenimiento. **2.** m. Ejercicio recreativo o de competición sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde.	1. Spiel 2. Spiel, Partie (z.B. Schach)
4. m. Actividad intrascendente o que no ofrece ninguna dificultad.	4. Kinderspiel
10. m. Conjunto formado por un determinado número de ciertas cosas similares y para un mismo fin, que suelen ir juntas o usarse juntas. *Juego de botones, de café, de sábanas.* Sin.: conjunto, set, lote, kit, servicio, colección.	10. Kit, Set, Garnitur, Service Montagekit, Couchgarnitur, Bettwäsche-Set, Kaffeeservice **¡Todo menos Spiel!**

11. m. Unión de dos o más piezas de modo que mantengan entre sí alguna libertad de movimiento, como la de las articulaciones, los goznes, etc. Sin.: articulación, movimiento, coyuntura, encaje.	(Technik:) Spiel, Spielraum, Bewegungsfreiraum
Ejemplos de uso: juego de manos 3. m. Acción ruin por la cual se hace desaparecer en poco tiempo una cosa que se tenía a la vista. juegos malabares 1. m. pl. Ejercicios de agilidad o destreza que se realizan como espectáculo, lanzando y recogiendo diversos objetos, o manteniéndolos en equilibrio inestable. 2. m. pl. Combinaciones artificiosas de conceptos con que se pretende deslumbrar al público. fuera de juego 1. loc. sust. m. En el fútbol y otros juegos, posición antirreglamentaria en que se encuentra un jugador, y que se sanciona con falta contra el equipo al cual pertenece dicho jugador. hacer juego 3. loc. verb. Dicho de una cosa: Convenir o corresponderse con otra en orden, proporción y simetría. Sin.: armonizar	Zaubertrick Jonglieren Abseits zusammen passen, kombinieren

Estamos viendo que, aunque en muchos contextos la palabra “juego” equivale a “Spiel” en alemán, en algunos contextos una traducción con “Spiel” tan solo produciría un sinsentido.

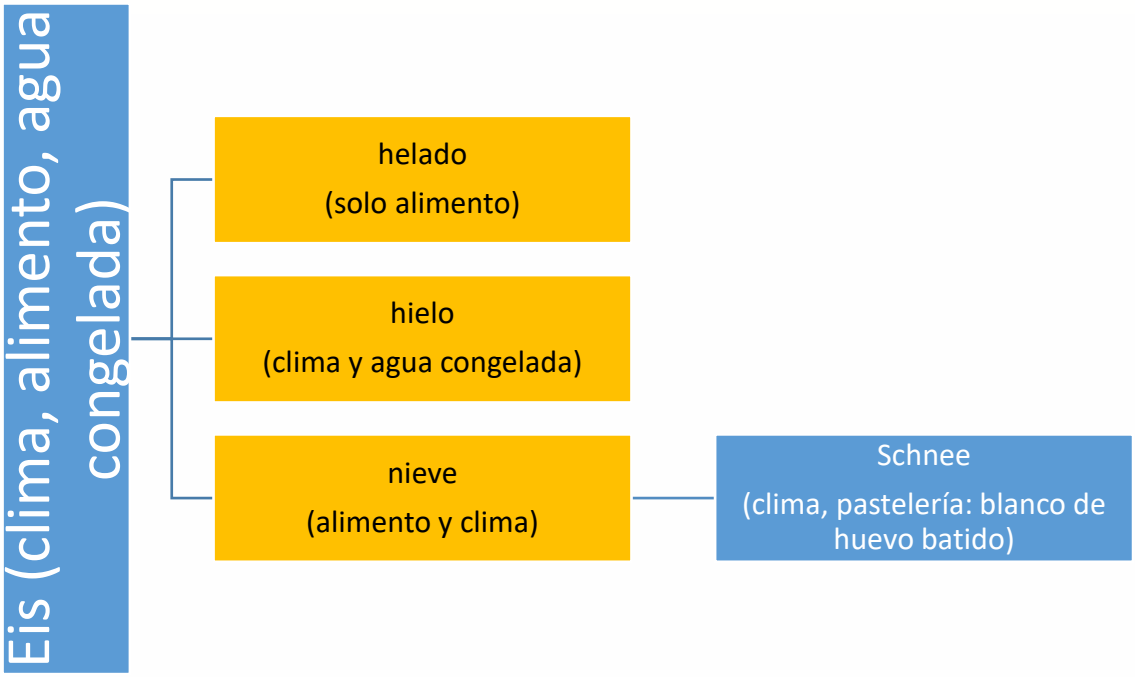
Un ejemplo de alemán puede ser la palabra “Seite”. El diccionario online “Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache” (https://www.dwds.de/wb/Seite) enumera nueve acepciones diferentes (con una serie de ejemplos):

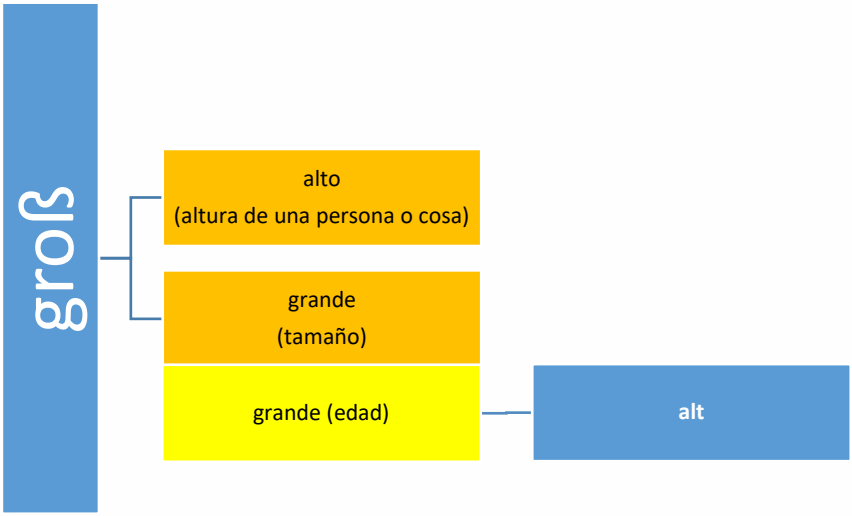
	Comentarios
1. eine der beiden Flächen, die rechts oder links einen Körper begrenzt	lado
2. jede Grenzfläche 1. eines Körpers	lado

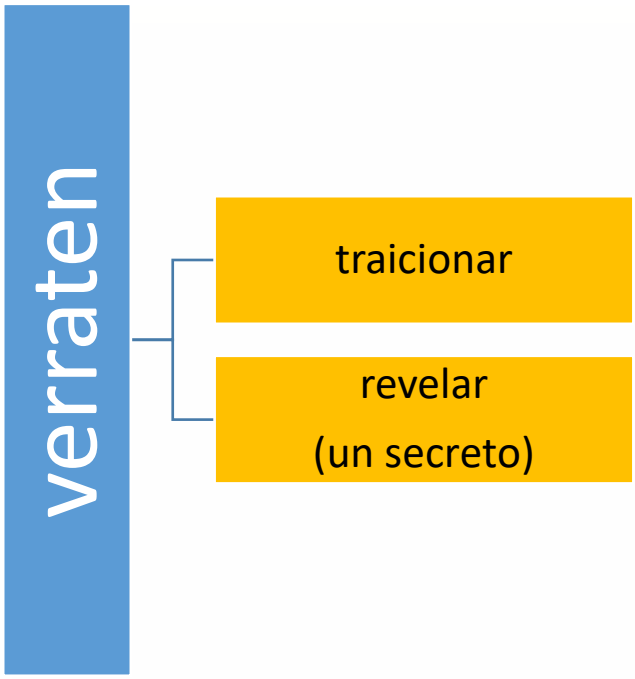
2. großer Objekte außer der oberen und der unteren	
3. eine der beiden Flächen eines flachen Gegenstandes BEISPIELE: die beiden **Seiten** eines Blattes, einer Münze, des Papiers	lado Pero para monedas: cara
4. die einzelne bedruckte, beschriebene oder zu beschreibende Fläche eines Buches, Heftes	página
6. bestimmte Art und Weise, wie sich etw., jmd. zeigt a) Eigenschaft, Eigenart von etw. b) Charaktereigenschaft	lado
7. eine von zwei Gegenparteien ⟨auf jmds. Seite stehen, übergehen⟩	lado

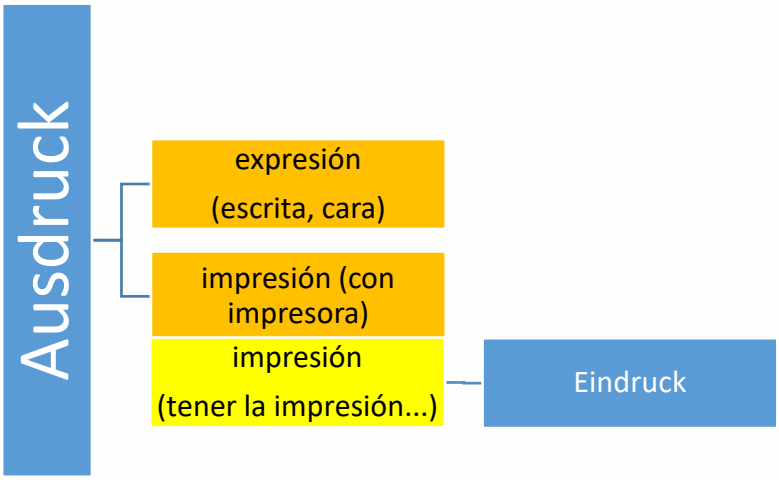
Vale aquí la misma observación que en el ejemplo anterior: En muchos contextos, “lado” será una traducción adecuada para “Seite”, mientras que en otros, tratándose de una página o de la cara de una moneda, traducir con “Seite” producirá un sinsentido.

El fenómeno de la correspondencia parcial no sólo aplica a sustantivos, sino también a otras categorías de palabras, como los verbos y adjetivos. A continuación, unas representaciones gráficas de este fenómeno:


Eis (clima, alimento, agua congelada)
helado
(solo alimento)
hielo
(clima y agua congelada)
nieve
(alimento y clima)
Schnee
(clima, pastelería: blanco de huevo batido)


groß
alto
(altura de una persona o cosa)
grande
(tamaño)
grande (edad)
alt





Fuente: Elaboración propia.

Huelga decir que muchas palabras adquieren otro sentido cuando forman parte de una unidad léxica como, por ejemplo, una locución:

Kater =gato macho; einen Kater haben = estar crudo

Por lo tanto, hay que tener muy claro el contexto en el que aparece el término en la lengua fuente antes de buscar una correspondencia en la lengua meta, revisando igualmente los contextos de uso de la palabra meta en un diccionario monolingüe (muy recomendable el de la RAE).

Finalmente, no hay que perder de vista que la decisión final sobre el término a escoger en la lengua meta no sólo dependará de su definición semántica, sino también del contexto externo en el que va a insertarse, y al fin y al cabo de la función que desempeña dentro del TM.

Más allá de la equivalencia denotativa, Werner Koller (vease 2011: 218-277) distingue otros tipos de equivalencia: connotativa, normativa textual, pragmática y estética formal, temas dignos de estudiarse a medida que se avanza en el estudio y la práctica de la traducción.

Diccionario bilingüe online:

Como diccionario bilingüe online puede ser útil el linguee, www.linguee.de/deutsch-spanisch, ya que provee una gran variedad de enunciados y traducciones ejemplo que permiten ver diferentes usos de la determinada palabra. Sin embargo, hay que tener la debida cautela con este (y todos los demás diccionarios online que no están publicados por una editorial), ya que reúne ejemplos procedentes de muchas fuentes electrónicas y no están libres de errores y desatinos.

Traducción 3. Franz Hohler: Der Verkäufer und der Elch

Encargo de traducción
Clienta: La docente del seminario "Ventas y ética" que se imparte en el departamento de filosofía económica de una universidad mexicana. **Contexto del TF:** Texto literario del autor publicado en diversas antologías. **Destinatarios del TM:** Los estudiantes del seminario (sin conocimientos de alemán). **Motivo del encargo:** Para ejemplificar un tema del seminario, la docente quiere distribuir este texto en forma de volante en una de sus clases, por lo que lo manda traducir al español. Lo importante para ella es el mensaje, no la calidad literaria del texto.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los sustantivos compuestos y buscar los dos adverbios preposicionales del texto.

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con el tiempo "Präteritum" en alemán.

Der Verkäufer und der Elch

von Franz Hohler

Kennt ihr das Sprichwort „Dem Elch eine Gasmaske verkaufen“? Das sagt man im Norden von jemandem, der sehr tüchtig ist, und ich möchte jetzt erzählen, wie es zu diesem Sprichwort gekommen ist.

Es gab einmal einen Verkäufer, der war dafür berühmt, dass er allen alles verkaufen konnte. Er hatte schon einem Zahnarzt eine Zahnbürste verkauft, einem Bäcker ein Brot und einem Obstbauern eine Kiste Äpfel.

„Ein wirklich guter Verkäufer bist du aber erst“, sagten seine Freunde zu ihm, „wenn du einem Elch eine Gasmaske verkaufst.

Da ging der Verkäufer so weit nach Norden, bis er in einen Wald kam, in dem nur Elche wohnten.

„Guten Tag“, sagte er zum ersten Elch, den er traf, „Sie brauchen bestimmt eine Gasmaske“.

„Wozu?“, fragte der Elch. „Die Luft ist gut hier.“

„Alle haben heutzutage eine Gasmaske“, sagte der Verkäufer.

„Es tut mir Leid“, sagte der Elch, „aber ich brauche keine“.

„Warten Sie nur“, sagte der Verkäufer, „Sie brauchen schon noch eine“.

Und wenig später begann er mitten in dem Wald, in dem nur Elche wohnten, eine Fabrik zu bauen.

„Bist du wahnsinnig?“, fragten seine Freunde.

„Nein“, sagte er, „ich will nur dem Elch eine Gasmaske verkaufen“.

Als die Fabrik fertig war, stiegen so viel giftige Abgase aus dem Schornstein, dass der Elch bald zum Verkäufer kam und zu ihm sagte: „Jetzt brauche ich eine Gasmaske“.

„Das habe ich gedacht», sagte der Verkäufer und verkaufte ihm sofort eine. „Qualitätsware“, sagte er lustig.

„Die anderen Elche“, sagte der Elch, „brauchen jetzt auch Gasmasken. Hast du noch mehr?“ (Elche kennen die Höflichkeitsform „Sie“ nicht.)

„Da habt ihr Glück“, sagte der Verkäufer, „ich habe noch Tausende“.

„Übrigens», sagte der Elch, „was machst du in deiner Fabrik?“

„Gasmasken“, sagte der Verkäufer.

Fuente: Annelie Wegener (ed.) (1987). *Der Verkäufer und der Elch, Geschichten, Lieder, Szenen.* Berlin: Henschelverlag. Se agradece la autorización del autor Franz Hohler para reproducir este texto.

Traducción 4. Johann Peter Hebel: Kalendergeschichte

Encargo de traducción

Cliente: Una editorial que publica libros para la educación media superior.
Contexto del TF: Texto literario de Johann Peter Hebel del año de 1808, publicado en diversas antologías.
Destinatarios del TM: Alumnos mexicanos de escuela preparatoria.
Motivo del encargo: La editorial desea incluir el texto en un manual de literatura para tercer año de escuela preparatoria en México. El lenguaje debe ser entendible para los alumnos de esta edad y la moraleja muy clara.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los verbos separables del texto.

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con el tiempo "Präteritum" y las oraciones subordinadas en alemán.

Seltsamer Spazierritt

von Johann Peter Hebel

Ein Mann reitet auf seinem Esel nach Haus, und läßt seinen Buben zu Fuß nebenher laufen.

Kommt ein Wanderer, und sagt: „Das ist nicht recht Vater, daß Ihr reitet, und laßt Euren Sohn laufen; Ihr habt stärkere Glieder".

Da stieg der Vater vom Esel herab, und ließ den Sohn reiten.

Kommt wieder ein Wandersmann, und sagt: „Das ist nicht recht, Bursche, daß du reitest, und lässest deinen Vater zu Fuß gehen. Du hast jüngere Beine."

Da saßen beide auf, und ritten eine Strecke.

Kommt ein dritter Wandersmann, und sagt: „Was ist das für ein Unverstand, zwei Kerle auf einem schwachen Tiere; sollte man nicht einen Stock nehmen und euch beide hinabjagen?"

Da stiegen beide ab, und gingen selbdritt zu Fuß, rechts und links der Vater und Sohn, und in der Mitte der Esel.

Kommt ein vierter Wandersmann, und sagt: „Ihr seid drei kuriose Gesellen. Ist's nicht genug, wenn zwei zu Fuß gehen? Geht's nicht leichter, wenn einer von euch reitet?"

Da band der Vater dem Esel die vorderen Beine zusammen, und der Sohn band ihm die hintern Beine zusammen, zogen einen starken Baumpfahl durch, der an der Straße stand, und trugen den Esel auf der Achsel heim.

So weit kann's kommen, wenn man es allen Leuten will recht machen.

Fuente: Johann Peter Hebel (1911). Seltsamer Spazierritt. En Adolf Sütterlin (ed.), *Hebels Werke in vier Teilen. Dritter Teil*. Berlin, Leipzig, Wien, Stuttgart: Deutsches Verlagshaus Bong und Co., p. 87. El texto original es de 1808.

II - EL ENCARGO DE TRADUCCIÓN

El capítulo precedente se ha centrado en algunos fenómenos gramaticales y léxicos que pueden presentar dificultades de comprensión o reformulación en LM a la hora de traducir. En otras palabras, nos hemos limitado a fenómenos lingüísticos internos de ambas lenguas.

Pero no hay que perder de vista que también es de suma importancia el contexto externo tanto del TF como del TM, es decir, los factores externos que los rodean.

Cabe señalar que algunos de los autores que forman parte de la perspectiva funcionalista (la que se presenta a continuación) tienden a descuidar la importancia de los elementos lingüísticos internos. Sin embargo, a nuestro modo de ver, esta no invalida la perspectiva contrastiva sobre el proceso de traducción, más bien ambos, externa e interna, se complementan.

Los actuales **enfoques funcionalistas**[1] en traductología –que precisamente toman en cuenta a este contexto externo– tienen sus precursores en los años 70, con **Hans Vermeer y Katharina Reiss** (1984). Estos dos traductólogos alemanes acuñaron el concepto de **"escopo"**, el cual remite a la finalidad de una traducción, que la discusión traductológica no había tomado en consideración anteriormente. Esta finalidad del TM no forzosamente tiene que ser la misma que la del TF. Es el cliente quien determina el escopo, es decir, el propósito de la traducción que encarga (¿para qué va a servir esta traducción?) o, en dado caso, el traductor a través de una entrevista al cliente o de manera independiente, si el cliente no le da las pautas necesarias. Y este propósito tiene un impacto en las decisiones del traductor y, por consiguiente, en el texto meta (véase Siever, 2015: 85 y ss.).

Para proponer una traducción adecuada (en términos comunicativos) a determinado público, es importante tomar en cuenta no solo los factores internos, sino también externos, tanto del textos fuente como del texto meta.

Más adelante, la traductóloga Christiane Nord profundizaría en la teoría del escopo, sobre todo con vistas a implementarla en la formación de traductores. Para ella, traducir es en esencia un acto comunicativo. Acuña el principio de **"funcionalidad más lealtad"** (véase Nord, 2011), lo que implica de nuevo un mayor acercamiento al texto fuente en relación a la teoría de Reiß/Vermeer. Reclama una **doble lealtad**: por un lado, el traductor debe ser leal al autor del texto original y, por el otro, a los destinatarios del texto meta.

> Por eso he combinado los dos modelos, estableciendo como principios orientadores tanto la funcionalidad, es decir la idoneidad del texto para un determinado fin, como la lealtad, es decir el respeto a las intenciones y expectativas de las personas involucradas en el acto

[1] Usamos aquí el plural para englobar los trabajos de diferentes autores, que se distinguen entre sí.

> traslativo. […] El traductor conoce ambos lados, el de la cultura base y el de la cultura meta, y es su tarea "mediar" entre ambas.
>
> Lealtad no significa que el traductor siempre haga lo que esperan los otros, sino que negocie el encargo con el cliente (si va en contra de su lealtad con los receptores) o que explique y justifique sus estrategias traductoras a los receptores del texto meta, si son distintas de las que esperan ellos. (Nord 2009: 219 y s.)

De acuerdo con los enfoques funcionalistas, el criterio para evaluar una traducción ya no debe ser la **equivalencia** (concepto estático), sino la **adecuación** (concepto dinámico que toma en cuenta al público meta). Mientras que la equivalencia exige que las características principales del texto fuente permanezcan invariables en el texto meta, la adecuación permite ciertas divergencias o variaciones en relación al texto fuente, en la medida en que estas sirvan a la función comunicativa deseada (véase Siever, 2015: 84). En otras palabras, la traducción debe **adecuarse al público meta** (sus destinatarios) y causar en él el efecto deseado. Debe **conseguir su objetivo comunicativo** con el público meta.

Ahora bien, ¿qué implica todo lo anterior para los traductores neófitos que apenas se están iniciando en el oficio?

Implica, por ejemplo, que no se puede tratar los textos a traducir como si estuvieran apartados del resto del mundo. Cada tarea de traducción incluida en este libro irá precedida de un breve encargo de traducción (ficticio) que detallará los siguientes aspectos:

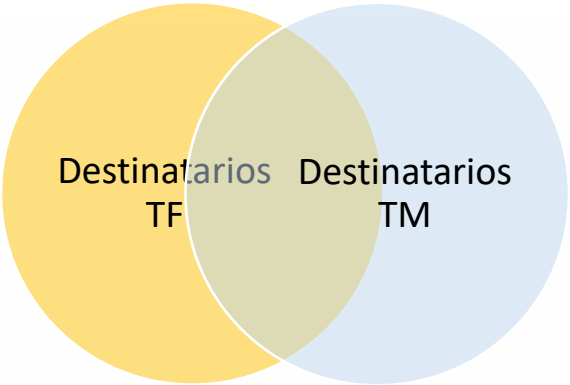
- ¿Quién es el o la cliente/a del traductor? (¿quién le encarga la traducción?)
- ¿Cuál es el contexto del texto fuente? (sus circunstancias de su producción, sus destinatarios y otra información que pudiera ser de relevancia)
- ¿Quiénes son los destinatarios del texto meta? (¿quiénes se supone que leerán la traducción?)
- ¿Cuál es el motivo del encargo? (el escopo, para qué servirá esta traducción)

La traducción será leída por otros destinatarios, en otro momento y en otro lugar distintos a los del texto fuente. Los nuevos destinatarios hablan y leen otro idioma y tienen otro contexto de vida.

Hay características que comparten con los destinatarios del texto fuente y otras que no comparten.

Cambian (probablemente):

- su ubicación en el espacio geográfico, climático, temporal, etc.
- sus conocimientos y desconocimientos (escolares, históricos, políticos, etc.)
- sus referentes culturales (tradiciones, comidas, personajes de la vida pública, temas de relevancia en el discurso cotidiano y no cotidiano, etc.



Gráfica 1. Diagrama de Venn: destinatarios del TF y destinatarios del TM. Fuente: Elaboración propia.

Es tarea del traductor identificar las características que comparten y las que no. Estas últimas pueden requerir importantes ajustes al TM, por ejemplo, agregar alguna información que el público meta desconoce o eliminar la información con la que está muy familiarizado.

La dimensión del área compartida, lejos de ser fija, puede variar mucho de un binomio TF/TM a otro: será probablemente mucho mayor en el caso de un texto de matemáticas o ciencias naturales (que se suponen conocimientos y lenguajes/terminologías universales) que en el caso de un texto histórico o periodístico.

No deben confundirse los siguientes conceptos:

Cliente: Es la persona o instancia que encarga la traducción y paga el servicio. En algunas ocasiones coincide con el público meta, es decir, que el cliente encarga la traducción para su propio uso. Pero con mayor frecuencia la traducción será leída por terceros, por ejemplo, por funcionarios públicos, empleados de una empresa, lectores de alguna página electrónica o de una revista.

Destinatario(s)/público meta: Son las personas que se supone que leerán el texto (tanto el TF como el TM tienen un público meta). Nota: Ambos términos se usan como sinónimos en este libro.

La mayoría de las veces no se trata de personas conocidas por el autor o traductor. Son las que se tienen en mente a la hora de redactar el TF o el TM (académicos, jóvenes, sindicalizados, doctores, contactos comerciales, amistades, lectores de algún periódico o una revista, etc.).

Lectores reales: Son los que realmente leerán el TF o el TM, independientemente de si forman parte del público meta o no. los textos pueden caer casualmente en manos de personas a las cuales no estaban destinados (un artículo académico en manos de un niño, un tratado filosófico en manos de un químico, una receta médica en manos de un vecino del enfermo, una carta de amor en manos del padre de la destinataria, etc.).

Compárese con Hennequin, 1999: 129 y s.. Nota: Hennequin usa el término “mecenas” para designar al cliente.

Actividad: Una compañera de trabajo te trajo este regalito de Japón y estás compartiendo su contenido con tus familiares. Define quién(es) es/son los destinatarios del texto que figura en el paquete y quién(es) el/los lector(es) real(es). En caso de que se te encargue la traducción, ¿quién podría ser el cliente? ¿Y el escopo?

Foto: D.H.G.

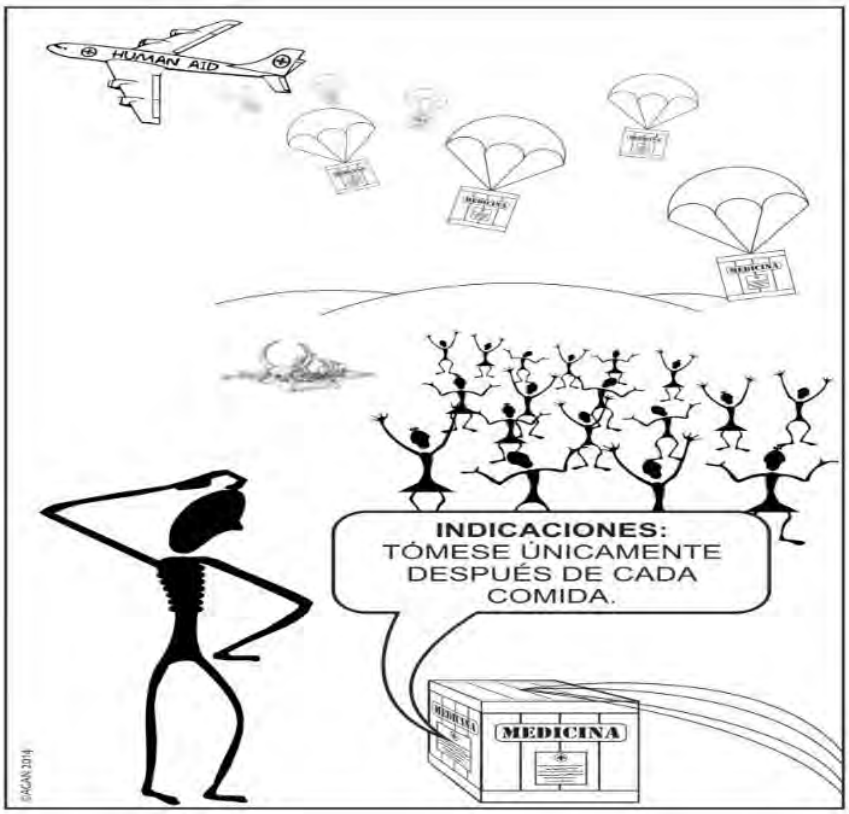
A partir de los datos que provee el encargo de traducción, el traductor buscará establecer un perfil del texto meta (por escrito o en la mente), es decir, podrá contestar preguntas como las que siguen y tomar las decisiones pertinentes:

- Según el escopo del encargo, ¿se requiere de una traducción-documento o instrumento (o de algún término intermedio entre ambas)?
- ¿Cuál es la variante lingüística de los destinatarios del TM (país, región, sociolecto, etc.)?
- ¿Qué tipo de registro hay que usar (formal, periodístico, coloquial, infantil, etc.)? Si no se trata de un texto redactado de forma impersonal, ¿se dirige al destinatario con el pronombre “tú” o “usted”?
- ¿Hay que hacer algún tipo de ajuste al contenido debido a los conocimientos previos o al contexto cultural de los destinatarios (por ejemplo, agregar u omitir cierta información en el TM)?
- Si el cliente tiene alguna petición especial, ¿es posible cumplir con ella sin infringir el principio de la “doble lealtad” u otro tipo de condiciones que rodean la traducción (por ejemplo, límites de espacio, necesidad de recurrir a notas de pie, etc.)?

- ¿Hay algún tipo de requerimientos técnicos (software, medio de entrega, etc.) o de formato (limitaciones de espacio, inclusión de imágenes, tablas, etc.)?
- Cualquier otro punto que pueda ser de relevancia.

Es importante mantener una buena comunicación con el cliente para cualquier eventualidad, ya que este a menudo no es consciente de todo lo que implica una traducción profesional.

Cartoon 1. Lo que pasa cuando el mensaje original no es adecuado para el público meta porque su situación de recepción es muy distinta



Fuente: Idea D.H.G.; diseño Agustín Antonio Huerta Ramírez.

III - LOS "TEXTOS PARALELOS" EN TRADUCCIÓN

Los textos escritos no constituyen entes autónomos. Desde los años 80, la traductología recurre al concepto de **intertextualidad**[1] para referirse a un **repertorio textual específico de alguna comunidad cultural con determinadas características convencionales**.

Este repertorio textual comprende, entre otras, relaciones

- genéricas (propias de un género)
- temporales (propias de la época),

lo que abarca rasgos estilísticos, terminológicos, etc. (véase Nord, 2010b: 11).

"Cualquiera que sea el propósito comunicativo, un texto traducido entrará en el repertorio de la cultura meta, llegando a formar parte del sistema intertextual correspondiente" (ibid.: 11).

1. ¿Qué son los textos paralelos?

Según Christiane Nord, los textos paralelos son textos auxiliares en el proceso de traducción: **Son "textos auténticos, no traducidos, elegidos de entre los textos del repertorio textual de la cultura meta porque representan el género al que debe ajustarse el texto meta"** (2010b: 13). Se distinguen de los textos de referencia (diccionarios, enciclopedias, etc.) que ofrecen información lingüística y extralingüística (véase ibid.: 12).

2. ¿Cuándo y para qué recurrir a los textos paralelos?

En el marco de un enfoque funcionalista, recurrimos a ellos cuando el texto meta debe ajustarse a los modelos genéricos de la cultura meta, es decir, cuando se trata de

- una **traducción-instrumento** (en la terminología de Christiane Nord, 2010a: 52-54) o
- una **traducción encubierta** (en la terminología de Juliane House, 2001, 2018).

A continuación, nos atenemos a la teoría y terminología de Nord.

3. Excurso: la traducción-instrumento

La traducción-instrumento debe funcionar como cualquier otro texto producido en la cultura meta, **sin que los receptores estén forzosamente conscientes de que se trata de una**

[1] Acuñado originalmente por Michail Bachtin, 1929, en un sentido más amplio que el que prevalece en traductología.

traducción. Se espera de ella que se ajuste perfectamente a los modelos genéricos existentes en la cultura de llegada. (Véase Nord, 2010b: 10-12)

"Funciona como instrumento de comunicación independiente en una situación de la cultura meta. […] Funciona como cualquier otro texto no traducido [de la cultura meta]" (Nord, 2010a: 52-54, trad. D.H.G.).

En otras palabras, la traducción-instrumento está omnipresente, puede presentarse en forma de folleto publicitario, instructivo de aparatos o medicamentos, manual técnico, correspondencia comercial y otros géneros textuales. Lo importante es que cumpla su función práctica, es decir, que se consuma el producto, que se logre instalar el aparato, que se dosifique correctamente el medicamento, que se celebre el convenio comercial.

En el caso de los folletos de instrucciones (aparatos electrónicos, medicamentos, etc.), por ejemplo, se trata de textos altamente estandarizados, tanto en la cultura fuente como de llegada: las normas de redacción son relativamente estrictas. De ahí que pueda resultar muy útil analizar las características convencionales del género textual propias del texto a traducir.

Por otro lado, existen géneros textuales que obedecden a convenciones menos estandarizadas: por ejemplo, artículos de divulgación científica o cartas personales. También en estos casos los textos paralelos pueden brindar orientación, aunque en menor medida que los primeros. Como norma general se puede establecer que:

Mientras más estandarizados sean los textos a traducir, más útil será el recurso a textos paralelos.

Ahora bien, recurrir a textos paralelos debe conducir a la "naturalización" del texto traducido dentro de la cultura de llegada. Dependiendo del encargo de traducción, esta "naturalización" puede conllevar adaptaciones importantes en relación al texto fuente, como en el siguiente ejemplo:

Texto ejemplo 1. Brief an den Weihnachtsmann

Lieber Weihnachtsmann,

eigentlich war ich das ganze Jahr über ziemlich brav. Ich habe immer meine Hausaufgaben gemacht und habe unseren Hund Benno fast jeden Tag Gassi geführt. Aber ich weiß ja, dass du alles siehst, deshalb sage ich es dir besser gleich: Ich habe manchmal meine kleine Schwester geärgert. Das ist aber, weil sie mich auch immer ärgert, sie nimmt mir immer meine Spielsachen weg. Ich hoffe, du verstehst das. Zu den anderen Leuten war ich aber das ganze Jahr nett.

Ich habe keine großen Wünsche für Weihnachten, nur kleine. Bring mir doch bitte eine rote Modelleisenbahn, so eine, wo man auf den Knopf drückt und die dann ganz von alleine fährt, und ganz schnell. Machst du das, bitte?

Dein Peter.

Diseño: Irais Soto Sánchez; texto manuscrito: D.H.G.

En la cultura fuente, Santa Claus es el personaje indicado para hacer entrega de regalos en Navidad. En México, en cambio, suelen ser los Reyes Magos los que llevan los regalos a los niños el día 6 de enero. Por cierto, a inicios de enero, Correos de México coloca buzones especiales en varias ciudades, para que los niños puedan depositar sus cartas.[2]

Si el encargo de traducción exige que el texto meta esté adaptado al mundo infantil de México, los textos paralelos irán dirigidos a los Reyes Magos. Pero incluso si el texto meta sigue desarrollándose en un contexto navideño europeo, las cartas dirigidas a los Reyes Magos podrán proveer modelos útiles para la traducción, por compartir ciertos rasgos con la

[2] www.gob.mx/correosdemexico/es/articulos/listos-los-buzones-para-recibir-las-cartas-para-los-reyes-magos-en-337-oficinas-postales-de-todo-el-pais-291730?idiom=es#:~:text=En%20la%20Ciudad%20de%20M%C3%A9xico%20se%20podr%C3%A1n%20entregar%20en%20el%20Palacio%20Postal.&text=Las%20cartas%20depositadas%20en%20cualquiera,provienen%20los%20tres%20Reyes%20Magos.

carta original en alemán (redacción infantil, forma de saludar y despedirse, con un “reporte de comportamiento” y la indispensable lista de deseos):

Texto ejemplo 2. Carta a los Reyes Magos

Mis queridos Reyes Magos:

Me llamo Sabrina y vivo en la casa con el portón negro.
Este año me he portado
🙂 😉 😔
X
Dice mi mamá que soy muy lenta para las tareas. ¡Pero prometo mejorar!
Me gustaría que me trajeran:
Un vestido azul. Y una pelota grandota con la que puedo jugar en el agua
Los quiero mucho y espero que vengan muy pronto.

P.D.: Sé que vienen de muy lejos. Les dejo algo de leche y dulces para el camino.

Texto: elaboración propia. Foto de Jay Kettle-Williams en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/figura-de-los-reyes-magos-hQu49G1TZRw?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash

4. ¿Cómo seleccionar un texto paralelo?

El texto paralelo debe seleccionarse según los criterios siguientes:

- género del texto
- contenido
- público meta
- lengua (regiolecto, sociolecto, etc.)
- función comunicativa (escopo)
- registro
- cualquier otro parámetro que pudiera ser de relevancia

Los textos paralelos, más que parecerse al TF, deben tener un perfil semejante al perfil que se busca para el texto de llegada.

Es necesario **consultar varios textos paralelos**, verificar si son auténticos (o si se trata de traducciones o textos generados por inteligencia artificial), verificar la autoría (autores y fuente). Pero incluso tratándose de un documento original, esto no garantiza que no tenga múltiples defectos (de formato, contenido, registro, redacción, ortografía, etc.). Todo esto implica que la selección de los textos paralelos ha de ser muy cuidadosa.

EJEMPLOS

1 Carta infantil

Supongamos que en relación al texto 1 (Brief an den Weihnachtsmann), el encargo de traducción plantea incluir en un manual de escuela primaria el cuento de un niño alemán cuyo mayor sueño es tener una maqueta de trenes eléctricos.

Alguien propone las siguientes cartas como posibles textos paralelos:

Texto ejemplo 3. Solicitud de maquetas de trenes

Monterrey, N.L., a 7 de septiembre de 2022

Asunto: Solicitud de maquetas de trenes eléctricos

Muy señores nuestros:

Hace ya varios años que nos dedicamos a la importación de toda clase de maquetas de trenes eléctricos para niños y coleccionistas. Dado que en nuestro país existe una demanda creciente de este tipo de productos, deseamos ampliar aún más nuestro surtido.

Nos interesan particularmente maquetas con vías flexibles de trenes que cuenten con interruptor de rieles curvos.

Les agradeceríamos enviarnos amplia información técnica de las maquetas de trenes que ustedes manejan, así como sus precios y condiciones de pago y entrega.

Sin más por el momento, les saludamos muy atentamente.

Juana Pérez

Gerente del área de compras

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios. Foto de David Trinks en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/un-motor-de-juguete-thomas-the-tank-en-una-pista-Kl0R_JK2C8k

Sin tener que ir muy lejos, se puede descartar este texo como posible texto paralelo. Aunque en ambos casos se trata de cartas que mencionan maquetas de trenes infantiles, sus objetivos comunicativos son muy distintos (recibir una oferta comercial/pedir un regalo), al igual que sus respectivos registros (formal/informal-infantil) así como el tipo de destinatario (contacto comercial/personaje ficticio).

La carta texto ejemplo 2 es la que comparte más elementos con la carta original, tales como el público meta (personaje benefactor ficticio), el registro (infantil) y el objetivo comunicativo (pedir un regalo), por lo que puede servir como texto paralelo.

2 Promoción de un servicio turístico

El siguiente texto es el extracto de una promoción turística que ofrece un tour por la ciudad de Hamburgo, publicada en la página web del operador:

Texto ejemplo 4. Stadtrundfahrt Hamburg

Stadtrundfahrt Linie A

Individuelle Stadterkundung mit dem Tagesticket der Linie A!

Gestalten Sie Ihren Hamburg Besuch ganz individuell, denn mit dem Tagesticket der Stadtrundfahrt Linie A können Sie an 20 Haltestellen ein-, aus- und umsteigen - Hop On Hop Off saisonabhängig zwischen ca. 10 und 15 Uhr. In hoher Taktung fahren Die Roten Doppeldecker alle Haltestellen an. Ideale Ausgangspunkte um den Tagesspaß zu beginnen, sind die Starthaltestellen an den St. Pauli Landungsbrücken 1-2 sowie am Hauptbahnhof/Kirchenallee.

Hier können Sie Ihre Stopps planen: Strecke - & Fahrplan Linie A

Die Stadtrundfahrt Linie A fährt zu den Hamburger Highlights: Entlang der Waterkant kommen Sie direkt zur Elbphilharmonie, dann durch die HafenCity und in die Speicherstadt, das UNESCO Weltkulturerbe. […]

An Bord erfahren Sie alles Wissenswerte und Geschichtliches über das Tor zur Welt durch ein GPS gesteuertes Audiosystem in 11 Sprachen: Deutsch, Englisch, Französisch, Russisch, Italienisch, Spanisch, Dänisch, Japanisch, Chinesisch, Arabisch und Portugiesisch.

Bringen Sie der Umwelt zuliebe Ihre eigenen Kopfhörer zum Einstöpseln mit! Lehnen Sie sich zurück und genießen Sie die fantastische Rundumsicht: Bei geeignetem Wetter fahren wir mit geöffnetem Dach. Machen Sie es sich oben bequem, da können Mütze, Schal oder auch Sonnencreme nicht schaden! Hunde fahren bei uns im Übrigen gratis mit. Sie dürfen gerne auf "Platz" hören, nur keinen besetzen.

Fuente: www.die-roten-doppeldecker.de/de/stadtrundfahrt-linie-a.html, agosto de 2024. Se agradece la autorización de la empresa Hamburger Stadtrundfahrt – Die Roten Doppeldecker GmbH para reproducir este extracto.

Como encargo de traducción puede idearse lo siguiente: El operador turístico de Hamburgo busca atraer específicamente al turismo mexicano, por lo que quiere difundir su promoción entre mayoristas de viajes en México.

Los textos 6 y 7 pueden descartarse fácilmente como posibles textos paralelos:

Texto ejemplo 5. Principales actividades del turista en la Ciudad de México

Cita tomada de https://turismo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Estadisticas/Perfil%20del%20Turista%202017/EST%20IPN-SECTUR%20DF%20Perfil%20del%20Turista%202017%20Reporte%20Ejecutivo.pdf, p. 26.

El texto 6 no es representativo del género textual “promoción turística”, ya que se trata de un estudio académico sobre turismo.

Texto ejemplo 6. Santiago de Compostela

Santiago de Compostela

Hayáis hecho el Camino o no, nuestro viaje llega ahora a la capital de Galicia, Santiago de Compostela, destino de peregrinación de la cristiandad desde el siglo IX. […]

Acceded a la catedral por el magnífico Pórtico da Gloria, obra del Maestro Mateo, donde su efigie (conocida como *santo dos croques*) y la cómplice “*sonrisa de Daniel*” os darán la bienvenida. Recorred el interior de este templo —con recogimiento, despacio, siendo conscientes de la magnitud de esta gran obra— para visitar la tumba del Apóstol. Visitad cada capilla y fijaos en los detalles de su impresionante altar mayor. Podéis aprovechar para oír misa y, con un poco de suerte, veréis el botafumeiro un incensario de grandes dimensiones que conforma un rito único de esta ciudad. Sin ninguna duda, vosotros también sentiréis el recogimiento y la emoción de los peregrinos, una sensación de llegar a la meta, de deseos cumplidos…

No dejéis de visitar las distintas plazas que rodean la catedral […]

Tras este mágico recorrido, no podéis dejar Santiago sin hacer boca en alguno de sus típicos restaurantes de la rúa do Franco, cada uno de ellos tiene su propio expositor en el que se colocan los mejores manjares de las rías y tierras gallegas: percebes, pulpo, centolla, lubina, ternera gallega e un largo etcétera. […]

Cita tomada de https://www.turismo.gal/que-facer/top-ten-dez-lugares-unicos/santiago-de-compostela, agosto de 2024.

Si bien se trata de una promoción turística, el texto 7 queda descartado por manejar una variante lingüística del español diferente a la que estamos buscando (español de España/ español de México). Por otro lado, se tendría que averiguar si existen diferencias entre España y México en cuanto a las convenciones textuales de la promoción turística.

Por tanto, se limitará la búsqueda de textos paralelos, siempre en función de las instrucciones (explícitas o implícitas) que se proveen por medio del encargo de traducción, a unos rasgos más específicos, tales como: publicado en México, promoción turística, turismo urbano, tour en autobús. Cabe aclarar que hay rasgos que todavía no tenemos muy claros, motivo por el cual estamos buscando textos paralelos. Restringiendo la búsqueda de esta manera, encontramos, entre otros, el texto siguiente:

Texto ejemplo 7. Turibus circuito Puebla

Desde su deliciosa gastronomía hasta su bella arquitectura, Puebla es una muestra de herencia cultural

Con Turibus vive una experiencia única al visitar Puebla, cada sitio que visites te brindará una experiencia única y fascinante llena de historia, sabor y tradición.

Visita Puebla, “Memoria del Mundo” por la UNESCO

Mientras exploras la ciudad en Turibus, prepárate para sorprenderte con lugares emblemáticos como el Zócalo, el corazón del Centro Histórico de Puebla, aquí serás testigo de los magníficos edificios coloniales que son arte e historia del estado. […]

Si estás buscando una experiencia completa para conocer Puebla, Turibus es tu mejor opción. Disfrutarás de su riqueza cultural y contemporánea, de su deliciosa gastronomía y hermosos paisajes.

¡No esperes más y recorre Puebla con Turibus!

Tarifas [...]

Circuito Puebla

- **Todos los días:** 09:00 h a 21:00 h

- **Frecuencia:** La unidad de Turibus llegará a las paradas cada 30 minutos aproximadamente.

- **Importante:** El tiempo de llegada de la unidad Turibus a cada parada, dependerá de las condiciones del tráfico y clima.

¿Dónde abordar?

- **Sitios:** Zócalo.

¿Qué incluye?

- Wifi a bordo de Turibus

- Audio guía en 9 idiomas: alemán, español, francés, italiano, japonés, mandarín, portugués y ruso

- Audio guía para niños

- Seguro de viajero

Tips para vivir tu recorrido al máximo:

- Ropa y calzado cómodos
- Gorra o sombrero
- Bloqueador solar
- Lentes de sol

Fuente: https://www.turibus.com.mx/puebla/circuitos/turibus-circuito-puebla (Fecha de consulta: 07/11/2024, 14:14 horas). Se agradece la autorización de la empresa Mobility ADO para reproducir este extracto.

A continuación, una lista de cotejo de los rasgos específicos que se están buscando en cuanto al perfil de llegada y, en este sentido, al texto paralelo:

Texto 5 (TF)	Texto 8	¿Coincide con el perfil de llegada deseado?
GÉNERO/ SUBGÉNERO		
Promoción turística electrónica	Promoción turística electrónica	✓
PÚBLICO META		
Público en general (que entiende el alemán)	Público en general (que entiende el español)	✓
LENGUA		
Alemán	Español del centro de México	✓
REGISTRO		
Semiformal (usted)	Coloquial (tú)	
LUGAR/ TIEMPO		
Hamburgo, 2024	Puebla, 2024	✓
OBJETIVOS COMUNICATIVOS/ CONTENIDO		
Promoción tour en autobús	Promoción tour en autobús	✓

Tour urbano de corta duración	Tour urbano de corta duración	✓
Función referencial: información sobre paradas, duración, precios	Función referencial: información sobre paradas, duración, precios	✓
Función apelativa: descripción escueta y muy positiva de los lugares que se van a ver en el recorrido	Función apelativa: descripción escueta y muy positiva de los lugares que se van a ver en el recorrido	✓
Formas verbales: imperativo, tiempo presente y futuro, modales	Formas verbales: imperativo, tiempo presente y futuro, modales	✓
Recomendaciones (qué llevar)	Recomendaciones (qué llevar)	✓
MANERA DE DESARROLLAR EL TEMA		
Imágenes	Imágenes	✓
Links para hipertextos	Links para hipertextos	✓
Texto seguido, oraciones completas (algunas compuestas) de principio a fin. Sin resaltados	Pocas oraciones completas al inicio Organización temática con subtítulos y preguntas (oraciones elípticas) Palabras clave, enumeraciones Organización clara del texto, varias maneras de resaltar información clave (negrita)	
Elemento humorístico (juego de palabras): “Sie dürfen gerne auf "Platz" hören, nur keinen besetzen.” "Platz!” se dice a un perro cuando debe sentarse. auf Platz hören: obedecer la orden de sentarse (perro) einen Platz besetzen: ocupar un asiento (en el camión)	(No hay elementos humorísticos en este texto)	

5. Utilidad del texto paralelo

De este texto (y, de ser posible, de otros más) puede extraerse información que ayude a tomar decisiones para realizar la traducción.

Deberá prestarse especial atención a las casillas marcadas en color naranja, que señalan diferencias importantes entre el TF y el texto paralelo.

Pragmática

Llama la atención el estilo más coloquial del texto paralelo y la forma de dirigirse al turista, hablándole de “tú”. No se trata de una regla establecida, ya que también existe promoción turística mexicana que usa el “usted”. Pero la revisión de varios textos sugiere que existe una fuerte tendencia al registro informal con “tú”, destinado a fomentar una relación amistosa y relajada. Se trata entonces de una decisión importante que debe tomar el traductor en cuanto a su forma de dirigirse al turista mexicano que va a Alemania.

Sintaxis y Formato

Por otro lado, llama la atención la sintaxis más simple y la organización más clara del texto paralelo, en comparación con el TF. A este respecto habrá que negociar con el cliente (el operador de Hamburgo) la posibilidad de realizar ajustes al TM para acercarlo a los usos en México (si es que se comprueban las observaciones revisando otros textos). Muchas veces, esto no será posible por limitaciones de espacio (a menudo el texto debe ocupar el mismo espacio en todas las lenguas). En todo caso, resaltar algunas palabras clave podría facilitar la orientación en el TM.

Tiempos verbales

Coinciden en ambos textos y son típicos del texto promocional: imperativos, tiempo presente y futuro, uso de verbos modales

Vive una experiencia única…

¡No esperes más y recorre Puebla con Turibus!

Léxico

Para evitar interferencias del alemán y tener presente los usos convencionales en español, conviene hacer un listado del léxico destacado, encontrado en el texto paralelo. Esto incluye también ciertas combinaciones recurrentes de palabras (expresiones fijas o combinaciones libres). Como es de esperarse, abundan las palabras con una importante valoración positiva que cubren la función apelativa del texto:

sustantivos: historia, sabor, tradición, arte, corazón, testigo

una muestra de, herencia, riqueza cultural y contemporánea, paisajes

verbos: vivir, visitar, explorar, sorprenderse, conocer, prepararse para

adjetivos: único, fascinante, delicioso, bello, emblemático, magnífico, completo, mejor opción, hermoso

Para la parte referencial, pueden servir los siguientes

tecnicismos: tarifas, circuito, frecuencia, paradas, tiempo de llegada, condiciones de tráfico, abordar, sitio, Wifi, audioguía, a bordo, tips, recorrido, calzado, bloqueador solar (para evitar el uso de "zapatos" o "crema solar")

Combinaciones léxicas en el texto paralelo:

sustantivo – sustantivo	memoria del mundo, el corazón del centro histórico
verbo – sustantivo	vivir al máximo, brindar una experiencia, vivir una experiencia, disfrutar de su riqueza, ser testigo de…
adjetivo – sustantivo	llena de historia, audioguía

Puede ser un reto traducir las palabras compuestas y sustantivaciones del texto alemán que, por lo general, deben sufrir importantes cambios. Serán útiles al respecto las técnicas de "modulación" y/o "transposición" de la clasificación de Molina y Hurtado Albir (citada aquí de Olalla Soler & Hurtado Albir, 2014: 14, tabla en el apéndice de este libro).

Excurso:

Modulación = realizar un cambio de punto de vista, de enfoque o de categoría de pensamiento en relación con la formulación del texto original.

Ejemplo: Fahrplan – tiempo de llegada a cada parada

Transposición: cambiar la categoría gramatical.
Ejemplo: Cambiar un sustantivo por una unidad léxica verbo – sustantivo
Stadterkundung – explorar la ciudad
Tagesspaß – vivir tu recorrido al máximo (ejemplo que al mismo tiempo puede clasificarse como modulación)

El texto paralelo puede servir como fuente de inspiración:

Texto fuente	Texto paralelo (elementos que pueden resultar útiles)
Stadtrundfahrt	recorrido por la ciudad
Stadterkundung	explorar la ciudad en Turibus
individuell gestalten […] Hop On Hop Off	vive una experiencia única/te brindará una experiencia única. Nota: Para expresar la idea de “gestión individual” (bajando y subiéndo del/al camión al gusto), sirve revisar la página del turibus de la CDMX que igualmente recurre al anglicismo “Hop On/Hop Off”: “Paséate en recorridos Hop On/Hop Off por las zonas más importantes dentro de la ciudad.”
ein-, aus- und umsteigen	abordar, --, --
hohe Taktung	frecuencia
Roter Doppeldecker	--
Ausgangspunkt	sitio
Tagesspaß	vivir tu recorrido al máximo
Starthaltestellen	sitio, parada
Landungsbrücken	(nombre propio, hay que buscar su traducción oficial al español)
Strecke/ Fahrplan	tiempo de llegada a cada parada llegará a las paradas cada 30 minutos aproximadamente
Linie A	Circuito Puebla
alles Wissenswerte	Serás testigo de los magníficos edificios coloniales que son arte e historia del estado Disfrutarás de su riqueza cultural y contemporánea
Geschichtliches	una experiencia llena de historia
Audiosystem	audioguía
Kopfhörer zum Einstöpseln	Trae tus propios audífonos

También puede resultar útil observar la manera en que se señala la hora en el texto paralelo (sistema de 24 h):

- Todos los días: 09:00 h a 21:00 h

Es interesante también el juego de palabras con “Platz”, referido a los perros (“Sie dürfen gerne auf ‘Platz’ hören, nur keinen besetzen”), imposible de reproducir literalmente, por lo que se requiere creatividad. Con este fin se puede recurrir a la familia léxica “sentar”/“asiento”, aunque el juego de palabras inevitablemente pierde fuerza:

Bravo, si obedecen al comando “sentado”, pero no pueden tomar asiento.

O bien:

Aunque puede decirle a su perro que permanezca "sentado", no se le permitirá hacerlo en los asientos.

Como es de apreciarse, el texto paralelo ofrece una serie de pautas valiosas para el TM a redactar.

IV - LA TRADUCCIÓN DE CORRESPONDENCIA

A continuación, se presentan unos breves resúmenes sobre las convenciones de correspondencia en las culturas fuente y meta. Estos, de ninguna manera, sustituyen una introducción exhaustiva a este tema por medio de otras fuentes.

NOTA IMPORTANTE

Sería erróneo creer que, para traducir una correspondencia del alemán al español, el escrito original debería adaptarse necesariamente a las convenciones de México.

La decisión acerca de los formatos a usar en LM depende del encargo de traducción y aquí, en específico, de su función (escopo), así como del público meta.

Antes de empezar a traducir hay que plantearse las siguientes preguntas:

¿Para qué debe servir esta traducción?

¿Quién va a leer esta traducción y con cuáles expectativas?

O por decirlo con las palabras de Radegundis Stolze (2013: 28[1]):

> Las decisiones translatorias, de ninguna manera, dependen únicamente de las estructuras preexistentes en el texto fuente, sino también de decisiones funcionales de grupo. […] De allí que el traductor deba ser capaz de producir textos destinados a satisfacer necesidades ajenas. Su mandato de acción se desprende de la función del texto en la cultura meta.

Para ejemplificar lo anterior, imaginemos algunas posibles situaciones de traducción. Recurrimos a la distinción entre traducción-documento y traducción-instrumento (Nord, 2010a) equiparando aquí (dicho de una manera muy simplificada) la traducción-documento con un TM apegado a las convenciones del TF y la traducción-instrumento con un TM apegado a las convenciones del TM (es decir, de México). Estamos conscientes de que esta dicotomía es artificial y de que también existen formas mixtas.

[1] Trad. D.H.G. Versión original: Translatorische Entscheidungen beruhen keineswegs nur auf vorgefundenen Strukturen im Ausgangstext, sondern auch auf funktionalen Gruppenentscheidungen. […] Der Translator muss also für fremden Bedarf texten können. Dabei ergibt sich sein Handlungsauftrag aus der zielkulturellen Textfunktion.

Tipo de documento/ escopo	Decisión del traductor
El documento (correspondencia) es parte de un expediente que sirve para fines judiciales. Un oficio o una carta personal va a servir como prueba en un juicio.	Se debe optar por la realización de una traducción-documento (se documenta una comunicación de la LF en la LM), la traducción será fácilmente reconocible como tal (sello y firma de un perito traductor, traducción abierta). Deberá ser lo más literal posible, sin buscar el apego a las convenciones de la cultura meta. Cualquier detalle puede ser relevante para la interpretación judicial.
El documento (correspondencia) es parte de un expediente administrativo. El escrito (oficio, carta certificada por notario) va a servir para fines legales-administrativos como puede ser la homologación de estudios o la salida del país de un menor de edad.	Se opta por la realización de una traducción mixta, es decir, que reúne elementos de la traducción-documento e instrumento. La traducción será fácilmente reconocible como tal (sello y firma de un perito traductor, traducción abierta). En cuanto al contenido, el TM se redactará apegado al tenor original; es evidente que la redacción, por lo general concisa, de un notario alemán, no debe transformarse en una redacción notarial de México, que tiende a extenderse. Sin embargo, a los destinatarios (administrativos de la cultura meta) se les puede facilitar la lectura adoptando algunas convenciones del género textual de la cultura meta, especialmente en cuanto a encabezado, saludo, cierre y despedida. Puede contemplarse la posibilidad de omitir o agregar elementos formales que sólo existen en la cultura fuente o meta y que no alteran el sentido del mensaje como, por ejemplo, agregar la palabra “PRESENTE” que suele encabezar algunos oficios mexicanos.
Se trata de un escrito de tipo empresarial/comercial como puede ser una	Se opta por la realización de una traducción-instrumento (la comunicación debe

invitación formal, la promoción de un evento, una oferta de producto, una confirmación de pedido, etc., que sirve para entablar o mantener relaciones con clientes o consumidores extranjeros.	funcionar de forma natural en la lengua de llegada). Deberá apegarse lo más posible a las convenciones de la cultura meta para, de esta manera, producir el mayor impacto en el público meta.
Una carta o un mail estrictamente personal destinado a mantener relaciones amistosas y comunicar vivencias actuales.	La decisión a tomar dependerá de la entrevista al cliente (puede haber otros factores importantes que influyan en la decisión). La mayoría de las veces se optará por una traducción-instrumento, apegada a las convenciones de la cultura meta.

1. Recursos discursivos del registro informal

Las convenciones del registro informal son muy parecidas en la cultura fuente y la cultura meta. Las cartas o mails informales, aunque forman parte de la comunicación escrita, comparten rasgos importantes con la comunicación oral. El cuerpo del texto no sigue un formato estricto y permite usar lenguaje coloquial. El estilo y el tono dependen del tipo de relación que tengan los interlocutores. El contenido y la redacción son libres. Considerando los criterios de los descriptores del MCERL para la redacción de una carta informal, son importantes también la cohesión interna (división en párrafos, por ejemplo) y la adecuación sociolingüística, lo que abarca, entre otros puntos, la manera de dirigirse al interlocutor y de tomarlo en cuenta. Se supone que deben observarse las reglas de ortografía y sintaxis (pero el ideal es una cosa y la realidad puede ser otra).

Las únicas convenciones más fijas son las que conciernen al inicio y al final del escrito: el lugar y la fecha (en el caso de una correspondencia electrónica se omiten el lugar y la fecha, que se generan automáticamente), el saludo y la despedida. Se suele usar el pronombre “du/tú” y sus derivados. En Alemania, la gente mayor todavía escribe “Du” con mayúscula, lo que actualmente se considera anticuado.

Las convenciones para iniciar y terminar una carta informal son las siguientes:

	Escrito informal en los países de habla alemana	Escrito informal, en una carta escrita en México
Signos de interpunción	Después del nombre del destinatario se pone una coma y se sigue con una minúscula (menos en Suiza, donde no se pone la coma y se sigue con una mayúscula)	Después del nombre del destinatario se ponen dos puntos y se sigue con una mayúscula

Fórmulas de despedida	Dein/e, seguido del nombre del firmante (no se usa en México)	A menudo se hace alusión a un contacto físico: te mando un abrazo (poco usual en los países de habla alemana)
Fecha	Localidad, fecha	Localidad, estado, fecha

Algunas fórmulas usuales para saludar y despedirse:

	Escrito informal en los países de habla alemana	Escrito informal en México
Saludo	Hallo + nombre, Lieber + nombre masculino,/ Liebe + nombre femenino,	Hola + nombre, Estimado/a + nombre Querido/a + nombre
Despedida	Dein + nombre del firmante / Deine + nombre de la firmante Viele Grüße* Liebe Grüße* Bis bald, dein/ euer…	Con cariño Te mando un (fuerte) abrazo Cuídate/ cuídense Te mando un saludo (Que Dios te bendiga)
Otros datos	El pronombre “du” anteriormente se escribía con mayúscula (Du) en una carta.	En México, las despedidas a menudo hacen alusión a un contacto físico (te mando un abrazo), lo que también puede darse en alemán, aunque es poco usual.

* En Suiza no suele usarse la letra “ß”, que se sustituye por “ss”.

Nota: Los criterios anteriormente expuestos no aplican de la misma manera a los mensajes enviados por aplicaciones electrónicas (WhatsApp, etc.) – tema que se excluye aquí por exceder el marco planteado.

Artículo sobre el registro coloquial del español: Castellano Alemán, Ángela (2008). El registro coloquial en la enseñanza de la lengua materna. *El Guiniguada*, 17/2008, 31-44.

Traducción 5. Persönliche Mail einer Mutter an ihre Tochter

Encargo de traducción
Clienta: La destinataria de la carta. **Contexto del TF:** Una madre que se encuentra en Alemania escribe a su hija en México. **Destinatario del TM:** El novio de la destinataria de la carta. Se encarga una traducción a la vista (un TF escrito se traduce oralmente). **Motivo del encargo:** La clienta quiere compartir las vivencias de su madre con su novio mexicano.

Actividades previas: Buscar y marcar los adverbios preposicionales y las partículas modales ("Würzwörter") en el texto, así como los sustantivos compuestos.

[Mail-Kopf]

20. September 2021

Liebe Marion,

warum hast du dich denn so lange nicht gemeldet? Ist alles o.k. bei dir? Bei mir ja. Aber die Corona-Pandemie ist ziemlich unangenehm. Stell dir vor: nächste Woche öffnet die Bibliothek wieder. Ich freue mich schon darauf, ein paar neue Bücher ausleihen zu können. Den Friseur gibt es dann auch wieder. Ich habe allerdings erst für Mitte Mai einen Termin bekommen – so viele Leute wollen jetzt zum Friseur. Man kann auch wieder zur Massage gehen, endlich! Aber leider nur mit Mundschutz.

In den Läden und Bussen müssen wir immer Gesichtsmasken tragen, das ist vielleicht nervig. Aber wenn man dazu den Sicherheitsabstand einhält, geht eigentlich alles ganz gut. Die Neuinfektionen haben etwas abgenommen. Todesfälle gibt es vor allem in Alters- und Pflegeheimen. Da bin ich ja froh, dass ich nicht in so einer Einrichtung wohnen muss.

Richtige Sicherheit gibt es natürlich erst dann, wenn ein guter Impfstoff existiert, der gegen alle Corona-Varianten hilft.

Ich habe gestern ein paar Blumen für meinen Balkon gekauft. Da werden Struppi und ich wohl den Sommer verbringen. Hoffentlich wird es nicht wieder so heiß. Davor habe ich Angst, denn ich vertrage ja keine Hitze. Aber stell dir vor, ich bekomme regelmäßig Besuch von einem Eichhörnchen auf meinem Balkon. Dem gebe ich Nüsse, die mag es.

Wie geht es euch mit Corona?

Ich wollte am Sonntag gern bei dir anrufen. Um wieviel Uhr passt es dir?

Für heute schöne Grüße von

deiner Mutti Christiane und Hund Struppi

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Traducción 6. Persönlicher Brief: Erneute Kontaktaufnahme

Encargo de traducción

Cliente: El autor de la carta.
Contexto del TF: El autor se encuentra en Alemania y ha perdido sus habilidades de escritura en español. El texto se redactó únicamente para traducirlo al español.
Destinatario del TM: Una antigua compañera de trabajo en México.
Motivo del encargo: El cliente busca retomar el contacto con su antigua compañera mexicana de la cual ha perdido la pista. Quiere que el TM se redacte según las convenciones de un texto coloquial de México y que produzca un efecto de cercanía amistosa.

Actividades previas: Hacer una traducción a la vista del texto y marcar las partes que presentan dificultades. Reflexionar acerca de las razones de estas.

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con el tiempo "Präteritum", las oraciones subordinadas en alemán, la estructura con "zu" y la forma verbal "würden".

München, den 10. Januar 2024

Liebe Guadalupe,
als wir uns zum letzten Mal in Mexiko trafen, hatte ich zum Abschied gehofft, dass wir uns bald wiedersehen. Ich dachte, dass mich eine Dienstreise bald wieder nach Querétaro führen würde. Das war vor 10 Jahren und ich konnte seitdem leider nicht wieder nach Mexiko fliegen.
Deshalb schreibe ich dir, ich möchte doch wissen, wie es dir geht.
Ich habe versucht, dir auf Spanisch zu schreiben. Aber es ist zu lange her und ich habe keine Übung mehr. Erinnerst du dich daran, was unser Abteilungsleiter Herr Gallegos früher immer zu mir sagte? „Señor Wolf, su español casi es entendible". Aber heute würde er das nicht mehr sagen. Wenn er überhaupt noch lebt. Die Kollegen haben ja immer Witze über ihn gemacht: „Herr Gallegos ist schon so alt, dass er den König David kannte, als der noch ein Kind war". Darüber haben wir immer gelacht. Und heute bin ich selbst schon so alt.

Wie Du sicher noch weißt, habe ich seit meiner Rückkehr aus Querétaro die Entwicklungsabteilung hier in München geleitet. Ich war der Vorgesetzte von ungefähr 50 Mitarbeitern. Das war eine große Verantwortung, aber es war auch sehr interessant. Wir haben das Modell „Blitz 3000" entwickelt, darauf bin ich heute noch stolz. Das war vielleicht ein Erfolg!

Am 1.1. dieses Jahres habe ich aufgehört zu arbeiten. Der Übergang vom Berufsleben zum Ruhestand ist bei vielen Kollegen, besonders bei Führungskräften, meist nicht ganz einfach. Der geregelte Alltag mit seinen Herausforderungen und dem gewohnten Stress fehlt auf einmal und eine genauso erfüllende Alternative ist nicht da. Ich habe meinen Beruf geliebt, die Technik hat mich fasziniert. Ich fand es toll, in diesem Unternehmen arbeiten zu dürfen. Ich hatte wunderbare Mitarbeiter und ich hatte Chefs, die mich gefördert haben. Sicher gab es auch viel Stress – aber die Situationen, in denen wir mit vollem Engagement und Kreativität große Probleme lösen mussten, haben mir besonders gefallen und mich motiviert. Es gab auch einige wenige wirklich schlimme Erfahrungen, aber die gehören wohl wie Chili in der Suppe zum Leben dazu.

Ich habe mich mehrere Monate lang mental auf diesen Tag des Abschieds vorbereitet. Stück für Stück habe ich mich von den Inhalten meines Berufslebens verabschiedet und sie meinem Nachfolger übergeben. Die geplanten neuen Lebensinhalte waren mir immer präsent: viel Sport treiben und Konzerte besuchen. Am Tag der Verabschiedung gab es eine große Fiesta in unserer Firma, mit vielen Reden und natürlich auch Geschenken. Nach der Feier musste ich heimlich ein paar Tränen vergießen.

Und was mache ich jetzt mit meiner Zeit? Ich gehe regelmäßig in ein Fitnessstudio zum Krafttraining. Keine Angst, ich sehe nicht aus wie Schwarzenegger – und das wird auch nicht passieren. Aber wahrscheinlich kann ich das nicht mehr lange machen, denn ich habe gesundheitliche Probleme.

Die beiden Hunde Hinz und Kunz, die wir damals aus Mexiko mitgebracht haben, leben übrigens auch noch. Aber sie sind jetzt – genauso wie ich – schon ältere Herren.

So, damit hast du einen Überblick über mein jetziges Leben. Demnächst suche ich noch ein paar Fotos heraus und schicke sie dir.

Jetzt hoffe ich jedenfalls, dass du mir antwortest, und mir von deinem Leben erzählst. Ich bin ja so neugierig, was aus dir geworden ist.

Viele liebe Grüße aus dem zur Zeit eisig kalten, sehr dunklen, winterlichen Deutschland

Dein Max, alias "el Ingeniero Maximiliano"

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Traducción 7. Persönlicher Brief: Korrespondez mit einer Zeitzeugin

Encargo de traducción
Cliente: El destinatario de la carta, un historiador mexicano. **Contexto del TF:** El historiador pasó varios años en Berlín, donde cursó un doctorado en historia. Durante su estancia entabló amistad con una señora alemana que vivió la Segunda Guerra Mundial. Fue un contacto importante para el académico, ya que le interesa recoger testimonios personales acerca de esta época. **Destinatario del TM:** Lectores mexicanos con interés en textos de divulgación histórica. Público en general. **Motivo del encargo:** La autora de la carta acaba de fallecer y el cliente está por publicar un libro en una editorial mexicana de divulgación científica. El libro incluirá correspondencia personal con testigos de la época. Esta carta forma parte de una colección de cartas personales a traducir.

Actividades previas: Hacer una traducción a la vista del texto y marcar las partes que se dificultan. Reflexionar acerca de las razones de las dificultades.

Requisitos lingüísticos: Mismas que en las traducciones anteriores. Revisar el tiempo pasado "Perfekt" y los participios. El texto contiene algunas palabras muy coloquiales que habrá que buscar.

Berlin, den 2.12.2010

Lieber Gerardo,

Du hast mir so schnell geantwortet, darüber habe ich mich sehr gefreut. Inzwischen ist es schon Dezember und überall in der Stadt sind kleinere oder größere Weihnachtsmärkte aufgebaut. Leider gibt es da überall dasselbe Zeugs, nichts wirklich Hübsches. Dazu das ewige Gedudel von amerikanischen Schnulzen – White Christmas, Jingle Bells und sowas – das kann ich schon gar nicht mehr hören. Ich mag Weihnachten und Sylvester gar nicht, wegen dem Feuerwerk. Da muss ich immer an die Bomben denken, wie wir im Krieg immer in die Luftschutzkeller gerannt sind.

In der Fußgängerzone sitzt allerdings auch oft ein buddhistischer Mönch, orange gekleidet und mit kahl geschorenem Kopf. Der gibt einen etwas eintönigen Singsang von sich und schlägt dazu ab und zu eine kleine Trommel. Von mir bekommt er immer etwas Obst, denn das Geld muss er ja im Kloster abgeben. Wir kennen uns schon seit einigen Jahren, können zwar kein Wort miteinander sprechen, lächeln uns aber freundlich an.

Gerardo, ich danke Dir auch für die Fotos, so sehe ich endlich das Gesicht von Deiner Freundin. Es ist ein offenes, freundliches Gesicht. Und Dein Sohn sieht Dir sehr ähnlich, finde ich. Jedenfalls wird er viel von Deiner Kraft brauchen – ein ganzes Leben lang.

Du fragst mich nach dem Philosophen Heidegger – ob er ein Nazi war. Mein Vater studierte 1924–26 in Marburg bei Heidegger, hat ihn danach auch noch mehrmals privat getroffen. Mein Vater war ein völlig unpolitischer Mensch und konnte Heideggers Verblendung nicht ernst nehmen. Er hat ihm empfohlen, Hitlers 'Mein Kampf' zu lesen, denn da stand sehr deutlich drin, was Hitler mit Deutschland vorhatte. Aber Heidegger sagte, dass er keine Zeit für sowas habe. Man hatte meinen Vater 1934 gerade in Dresden an der technischen Hochschule entlassen, weil er viele Kontakte zu jüdischen Freunden und Kollegen hatte. Da ist er dann 1937 in die USA ausgewandert und wurde dort ein berühmter Religionswissenschaftler. Ich habe ihn nie wieder gesehen.

Hier war es in den letzten Wochen sehr heiß. Unsere Wohnung war ziemlich unerträglich, nur auf der Terrasse konnte man es aushalten.

Nach meiner Operation geht es mir jetzt wieder besser. Ich bin so froh, dass das blöde Metall jetzt aus der Schulter raus ist. Ich habe zum Glück keine Schmerzen mehr. Es ist ein solches Glück, endlich laufen zu können und mit beiden Händen Kartoffeln zu schälen! An andere Unternehmungen denke ich noch nicht, alles ist anstrengend. Auch diesen Brief zu schreiben, strengt den Arm an. Deshalb muss ich jetzt auch Schluss machen.

Ich hoffe, bald wieder von Dir zu hören, Gerardo, und grüße Dich ganz lieb.

Deine Dorothea

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Links sobre el tema de cartas y e-mails informales:

en alemán

www.studienkreis.de/deutsch/persoenlichen-brief-schreiben/

en español

https://laescuelaencasa.mx/data/fichas/adu_pri_lc_s6_adu_0085.pdf

2. Recursos discursivos del registro semiformal o intermedio

La correspondencia se considera semiformal o intermedia cuando va dirigida a una o varias personas conocidas, pero no muy cercanas (un profesor, familiares de una amistad, etc.). Los locutores no se encuentran en una relación de igualdad, existe una cierta distancia entre ellos.

Se usan las formas personales de cortesía "Sie"/ "usted" + apellido(s).

En ocasiones, el registro semiformal también es usado en contextos periodísticos o comerciales (publicitarios) cuando los destinatarios no son conocidos del remitente, pero se busca que prevalezca un tono amistoso e informal.

Este tipo de correspondencia no suele llevarse a cabo en una situación comunicativa oficial por lo que no se considera del registro formal. Las reglas son menos estrictas que las del registro formal, pero más estrictas que las del registro informal. Deben cuidarse la gramática y ortografía, se evitan jergas, lenguaje vulgar, abreviaturas (como f2f, xq, tkm…), símbolos, emojis, etc., propios de una correspondencia informal (entre amistades o familiares).

Al mismo tiempo, la forma de expresarse tiende a imitar el lenguaje oral, es decir, no suele ser rebuscada, ni sujeta a fórmulas (salvo para saludo y despedida), como en el caso de un escrito formal. Contrariamente a la carta formal, puede incluir elementos emotivos (wir freuen uns sehr,…/ schön, dass…/ empfangen Sie herzlich/ hat alles wunderbar geklappt). Las convenciones al respecto se parecen en las culturas fuente y meta.

Se suelen usar las mismas fórmulas de saludo y despedida que en la carta informal, salvo aquellas que son propias de una relación más estrecha entre los locutores (dein/ con cariño, te mando un abrazo).

	Escrito semiformal en los países de habla alemana	Escrito semiformal en México
Saludo	Hallo Lieber Herr …/ Liebe Frau (+ apellido)	Hola Buenos días, señor/ señora (+ apellido)
Despedida	Viele Grüße* Herzliche Grüße* Mit freundlichen Grüßen*	Le mando un saludo Saludos cordiales

* Nota: En Suiza no suele usarse la letra "ß", que se sustituye por "ss".

Texto ejemplo 8. Editorial einer Zeitschrift

Editorial Liebe Leserinnen und Leser, wir freuen uns, Ihnen hiermit die neueste Ausgabe von XX präsentieren zu können. Sicher haben Sie in den letzten Wochen schon in den Nachrichten verfolgt, wie… […] Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre und freuen uns über Ihr Feedback. Ihr Redaktionsteam

Fuente: Elaboración propia a partir de revistas auténticas.

Texto ejemplo 9. Anrede an den Leser eines touristischen Prospekts

Liebe Gäste, schön, dass Sie Ihre Ferien bei uns in Meersburg am Bodensee verbingen. […] Die Meersburger Gastgeber empfangen Sie herzlich und sorgen dafür, dass Sie sich in Ihren Hotels, Pensionen, Gasthöfen oder Ferienwohnungen rundum wohl fühlen. Auf bald, Meersburg freut sich auf Sie!

Cita tomada de Stadt Meersburg (2024). *Gastgebermagazin 2024*: 6-7.

Traducción 8. Halbformeller Brief: Dankschreiben an eine Kuratorin

Encargo de traducción
Clienta: La destinataria de la carta, una curadora austriaca de exposiciones de pintura. **Contexto del TF:** Los autores desean expresarle su agradecimiento por un trabajo que ha realizado para ellos. **Destinatarios del TM:** Potenciales clientes mexicanos de la curadora. **Motivo del encargo:** La clienta quiere publicar este agradecimiento en su página web para promocionar su trabajo en México.

Actividades previas: Marcar todos los genitivos

Requisitos lingüísticos: Las que corresponden al nivel A2+, caso genitivo

[Briefkopf]

Salzburg, 30. Jänner 2024

Liebe Frau Erlwanger,

wir möchten uns noch einmal melden und Ihnen für die ausgezeichnete Betreuung bei unserer Ausstellung in Wien danken.

Es hat ja alles ganz wunderbar geklappt! Dank der umfassenden Werbung war die Ausstellung bestens besucht. Die dezente Beleuchtung unserer Bilder war optimal. Und wie Sie natürlich wissen, konnten wir unser Lieblingswerk „Yeti und Ötzi auf der Couch von Siegmund Freund“ zu einem sehr guten Preis an einen Kunstsammler verkaufen.

Darüber hinaus waren wir beeindruckt von der Freundlichkeit und Professionalität Ihrer Mitarbeitenden. Sie waren so hilfsbereit und aufmerksam, wenn wir etwas brauchten. Der Kaffeeservice hat ebenfalls einwandfrei funktioniert, die Gäste verweilen ja gewöhnlich länger, wenn es Kaffee und Kekse gibt.

Nicht unerwähnt bleiben soll auch die Pünktlichkeit, mit der alles stattgefunden hat, angefangen mit der Eröffnung mit der Einweihungsansprache des Bürgermeisters (eine fabelhafte Idee von Ihnen, ihn einzuladen) bis hin zum Ehrenwein und den musikalischen Einlagen. Da hatten wir bei früheren Ausstellungen viel chaotischere Erfahrungen gemacht.

Wir freuen uns, in Ihnen eine so kompetente Kuratorin gefunden zu haben und hoffen, auch bei künftigen Ausstellungen wieder auf Ihre Unterstützung zählen zu können.

Ganz herzliche Grüße aus Salzburg,

Nelly und Fréderic

Ihr Künstlerehepaar

Fuente: Elaboración propia.

3. Recursos discursivos del registro formal

En términos generales, la correspondencia formal –desde una perspectiva contrastiva– suele incluir los mismos elementos comunicativos en ambas lenguas. Sin embargo, las convenciones pueden variar según la época del escrito, el medio de comunicación (carta, mail), el tipo de relación entre los interlocutores o el tipo de comunicación (administrativa, comercial, etc.).

Los formatos usados, en ambas lenguas, son el resultado de los usos y costumbres de la comunidad fuente o meta, y no existen reglas invariables, ni formatos únicos. Hay mayor consenso en cuanto a los elementos que, por lo general, debe incluir un escrito formal:

<u>Encabezado</u>

Briefkopf/ Encabezado o membrete

Empfänger/ Destinatario

Zeichen des Vorgangs/ Referencia

Datum/ Fecha

Betreff/ Asunto

<u>Textteil/ cuerpo del escrito:</u>

Grußformel/ Saludo

Einleitung/ Introducción

Text/ Texto

Schluss/ Cierre

Verabschiedung/ Despedida

Unterschrift/ Firma

evtl. Anlagen/ Anexos (si aplica)

Cita tomada de García Álvarez, 1993: 150.

En cuanto a uso y distribución de los elementos discursivos, hay algunas diferencias entre la LF y la LM, como se desprende de los siguientes ejemplos:

Texto ejemplo 10. Formelles Schreiben eines deutschen Verlagshauses

[Logo und Name der Zeitschrift]

Im Auftrag für
Presse GmbH:

Presse GmbH
Postfach 00
22000 Hamburg

Tel.: +49 (0)40-123
Fax: +49 (0)40-123
E-Mail: Presse@presse.de

Geschäftsführer: A und B
Amtsgericht Hamburg
Ust-ID-Nr. DE123

Presse GmbH · Postfach 00 · 22000 Hamburg

Frau Regina Schneider
[...]
MEXICO
Kündigung Abonnement
Abo-Nr.: 456
Ihr Zeichen:

Lieferadresse:

[...]

Hamburg, 20.01.24

Sehr geehrte Frau Schneider,

die Kündigung Ihres Abonnements der Zeitschrift X haben wir mit Bedauern zur Kenntnis genommen und werden die Lieferung fristgerecht zur Ausgabe **02/24** vom **01.04.24** einstellen.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns als Leser weiterhin erhalten bleiben und Sie sich gelegentlich zum Kauf der Zeitschrift am Kiosk entscheiden würden.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Presse-Aboservice

Fuente: Adaptado de un escrito de acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Texto ejemplo 11. Oficio de una universidad mexicana

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE [ESTADO] [Logo de la Universidad] DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

OFICIO NO. PA-193/2023
A QUIEN CORRESPONDA:

El que suscribe LIC. ALFREDO HERNANDEZ PEREZ, Subdirector de Prestaciones en la Dirección de Recursos Humanos de la Universidad Autónoma de [estado], por este conducto:

HACE CONSTAR

Que según documentos que obran en su expediente laboral la trabajadora académica MARIA PEREZ GONZALEZ [...]

A petición de la interesada y para los fines correspondientes, se expide la presente en la Ciudad de ··· a los once días del mes de marzo del año dos milveintitres·

ATENTAMENTE
"SABER ES CRECER"
[Firma]
LIC. ALFREDO HERNANDEZ PEREZ
SUBDIRECTOR DE PRESTACIONES

c.p Archivo
Minut.

[sello]
DIRECCION DE REC[illegible]
SUBDIRECCION [illegible]

Dirección, teléfonos

Fuente: Adaptado de un escrito de acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Fórmulas y usos:

Elemento	Alemán	Español (México)

Encabezado, parte superior del oficio o de la carta	• Absender (Remitente) (eventualmente, papel membretado con logotipo) • Adressat (Destinatario) • Betreff (Asunto) (sólo se indica el asunto, se considera anticuado poner la palabra "Betreff") • Referenz/ Zeichen (Referencia) (a veces: Ihr Zeichen/ unser Zeichen) • Datum usw. (Fecha) La fecha siempre se coloca antes del texto, nunca al final (como es posible hacerlo en México)	• Remitente (se indica arriba, eventualmente papel membretado con logotipo) • Fecha: se indica arriba, antes del destinatario, o al final de un oficio (Se expide la presente en la Ciudad X, a los cinco días del mes de mayo de 2024.) • Se pone la palabra "asunto" antes de detallar el asunto • En algunos oficios se pone la fórmula "PRESENTE:" (inexistente en alemán)
Ortografía saludo (inicio)	• Sehr geehrte Frau Schmidt**, i**ch schreibe Ihnen, weil… • Sehr geehrte Frau Schmidt**! I**ch schreibe Ihnen, weil… Signo de exclamación y mayúscula = forma anticuada	• Buenos días, señora Schmidt: Me dirijo a usted por la siguiente razón… (dos puntos y a continuación, mayúscula)
Saludo	• Sehr geehrter Herr/ sehr geehrte Frau…, • Sehr geehrte Damen und Herren…, • Sehr geehrte Mitglieder der Kommission…, + **apellido** (por lo regular uno solo en los países de habla alemana)	• Buenos días, señor/a…: • Señor/a X: • Apreciado/a señor/a X: Más formal: • Muy señores nuestros:
Inicio del escrito	• … **hiermit** teile ich Ihnen mit, dass… • … ich habe Ihre Kontaktdaten von XY erhalten… • … ich wende mich an Sie, weil…	• **Por medio de la presente** hago constar que… • Tengo el gusto de dirigirme a usted por …

Solicitud cortés	• Ich möchte Sie höflich darum bitten,… • Ich bitte Sie um Information über…	• Solicito de la manera más atenta que… • Le pido de la manera más atenta que…
Conclusión o cierre	• Im Voraus vielen Dank für die Aufmerksamkeit, die Sie diesem Schreiben widmen. • In Erwartung Ihrer Antwort verbleibe ich mit freundlichen Grüßen • In der Hoffnung auf eine positive Rückmeldung, verbleibe ich… • Für Nachfragen stehen wir gerne zur Verfügung.	• Agradezco su atención a la presente • Agradezco su tiempo y atención • Agradezco de antemano su atención a la presente • Quedo atento a su respuesta • Sin más que agregar, se despide cordialmente • Sin más por el momento • Sin otro asunto que tratar • Esperando una respuesta positiva a mi solicitud • Esperando su pronta respuesta • No dude en contactarme para cualquier aclaración • Quedo a sus órdenes para cualquier aclaración
Fórmulas de despedida	• Mit freundlichen Grüßen • Ich verbleibe mit freundlichen Grüßen • Hochachtungsvoll (anticuado)	• Atentamente, • Cordialmente, • Le saluda atentamente, • Le mando saludos cordiales, Estas fórmulas, más “modernas”, predominan, por ejemplo, en la comunicación electrónica. Oficios muy formales: • Quedo de usted como su atento y seguro servidor (anticuado)
Otros elementos de formato		Se recurre al **uso de mayúsculas y/o letra negrita** para algunas partes del

		escrito (A QUIEN CORRESPONDA PRESENTE, SE HACE CONSTAR, ATENTAMENTE)
Otros elementos de formato		La persona que firma a veces refiere a sí misma en tercera persona singular: **El que suscribe/ el suscrito** hace constar…

En la actualidad, las fórmulas muy formales tienden a desaparecer, especialmente en Alemania, pero en menor medida también en México, dependiendo del tipo de escrito. Sobre todo, la correspondencia por mail tiende a ser breve y menos formal en ambos países, aunque se conserva un registro cortés y cordial.

En ambas lenguas, el escrito formal exige el uso de las formas personales de cortesía (Sie/ usted) por lo que es importante **conocer bien los pronombres personales y posesivos** y sus declinaciones en alemán, así como los pronombres que corresponden en español.

Otras particularidades lingüísticas del escrito formal en alemán son el recurso frecuente a la **esctructura verbal con "zu" o "um zu"** y a las **construcciones nominales.** Estas últimas se refieren a combinaciones de sustantivos, a menudo unidos por un **genitivo**. Además, estos sustantivos pueden ir acompañados de adjetivos. Ejemplos de genitivos con atributos:

Im Anhang finden Sie **eine Kopie unseres letzten Schreibens** vom…	En anexo encontrará usted una copia de nuestro último oficio con fecha de…
In **Erwartung Ihrer baldigen Antwort**…	Esperando su pronta respuesta…
Die meisten wichtigen Firmen der Branche haben ihren Sitz in Mexiko-Stadt.	La mayoría de las empresas importantes del ramo tienen su sede en la Ciudad de México.

También es común el uso del futuro (Futur 1) en este tipo de escritos.

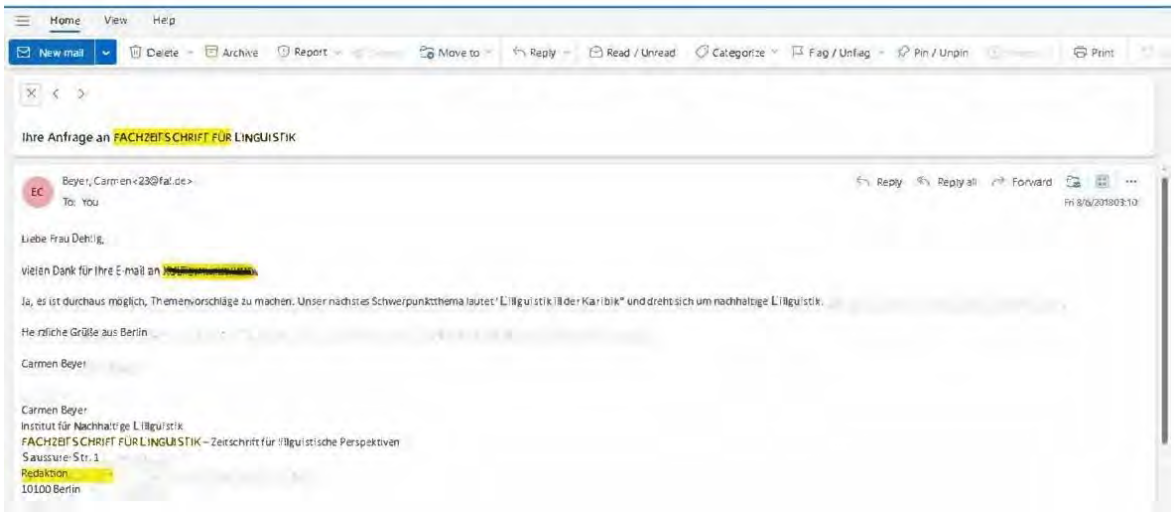
<u>Recordatorio:</u>

El Futur 1 es un tiempo compuesto que se compone de la forma conjugada del verbo "werden" y un verbo en infinitivo:

Ich werde die Information morgen verschicken.
Du wirst die Information morgen verschicken.
Er/sie/es wird die Information morgen verschicken.

Wir werden die Information morgen verschicken.
Ihr werdet die Information morgen verschicken.
Sie/sie werden die Information morgen verschicken.

Texto ejemplo 12. Formelle Mail einer deutschen Fachzeitschrift



Fuente: Adaptado de un escrito de acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Texto ejemplo 13. Mail administrativo de una universidad mexicana

Fuente: Adaptado de un escrito de acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Traducción 9. Formeller Brief: Motivationsschreiben

Encargo de traducción
Cliente: El mismo interesado que firmó la carta original. No la redactó él mismo en alemán por sus insuficientes conocimientos lingüísticos, sino que encargó su redacción a un amigo suizo. **Contexto del TF:** El interesado y supuesto autor de la carta busca conseguir una visa ante el Consulado de Alemania en México para estudiar un curso intensivo de alemán en Berlín, Alemania. La carta de motivación forma parte de los requisitos para poder obtener la visa de estudiante. **Destinatarios del TM:** Administrativos del área de Servicios Escolares de la universidad mexicana del cliente. **Motivo del encargo:** Para poder tramitar una baja temporal en su universidad mexicana, se le pide entregar, entre otros requisitos, la carta de motivación traducida al español por un perito traductor.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los verbos en futuro, las estructuras con "zu" y los genitivos.

Requisitos lingüísticos: Estar familiarizado con el Futur 1, la estructura con "zu" y el caso genitivo. Algunas palabras tienen que buscarse en el diccionario por ser propias de un estilo más formal y no formar parte del vocabulario básico.

Deutsche Botschaft in Mexiko-Stadt

Zu Händen der zuständigen Person

Puebla, den 7. Mai 2024

Motivationsschreiben

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit möchte ich mich vorstellen: Mein Name ist Federico Hernández, ich bin 22 Jahre alt und gegenwärtig im siebten Semester des Studiengangs Ingeniería Automotriz an der Universidad Tecnología de Punta, Campus Puebla, eingeschrieben. Darüber hinaus besuche ich zur Zeit einen Deutschkurs der Stufe A1 am Sprachenzentrum meiner Universität.

Ich wende mich an Sie, weil ich einen Antrag auf ein Visum stellen möchte, zu dem Zweck einen Intensivkurs der deutschen Sprache am Institut für Internationale Kommunikation in Berlin zu nehmen. Dieser Kurs erstreckt sich über

den Zeitraum vom 4. Januar bis zum 30. Juni 2024, der Nachweis meiner Einschreibung liegt diesem Schreiben bei.

Den geplanten Deutschlandaufenthalt sehe ich als große Chance für mich, denn viele der wichtigsten Firmen der Automobilbranche kommen aus Deutschland. In Puebla sind mehrere davon ansässig. Mein größter Wunsch ist es, später in einer dieser Firmen zu arbeiten. Die Beherrschung der deutschen Sprache wird sehr hilfreich sein, dieses Ziel zu erreichen. Dabei denke ich, dass man eine Sprache am besten erlernt, wenn man das in dem Land tut, in dem sie gesprochen wird. Neben der Sprache habe ich auch großes Interesse an der deutschen Kultur, insbesondere der deutschsprachigen Popmusik. Dieser Aufenthalt wird mir die Gelegenheit geben, neue Leute kennenzulernen und Erfahrungen zu machen, die mich in vielerlei Hinsicht bereichern werden.

Ich versichere Ihnen, dass ich mich sehr bemühen werde, gute Leistungen bei dem Kurs zu erbringen, um ein gutes sprachliches Niveau zu erreichen und eine Zertifizierung ablegen zu können. Auf diese Weise möchte ich noch vor Abschluss meines Universitätsstudiums einen Wettbewerbsvorteil für meine berufliche Zukunft erlangen.

Ich hoffe, Ihnen mit diesem Schreiben gezeigt zu haben, wie groß mein Interesse ist, ein Studentenvisum zu erhalten, und bin zuversichtlich, dass mein Antrag genehmigt wird. Der besagte Intensivkurs bedeutet für mich eine große Chance für meinen beruflichen und persönlichen Werdegang.

Mit freundlichen Grüßen

Federico Hernández

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Traducción 10. Formeller Brief: Berufspraktikum

Encargo de traducción
Cliente: El destinatario de la carta. **Contexto del TF:** En el marco de su formación técnica en una empresa alemana, el cliente realizará unas prácticas profesionales en la Ciudad de México y ha estado intentando negociar las condiciones de su estancia con los directivos de la empresa. En respuesta a estas negociaciones, se le manda el presente oficio de aclaración de las condiciones. **Destinatarios del TM:** El departamento de Recursos Humanos de la filial mexicana del consorcio. **Motivo del encargo:** En México, se le pide al cliente entregar la carta traducida al español para integrar su expediente en Recursos Humanos.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los verbos en futuro y los genitivos.

Requisitos lingüísticos: Identificación del Futur 1 y del caso genitivo. Algunas palabras tienen que buscarse en el diccionario por ser propias de un estilo más formal y no formar parte del vocabulario básico.

[Logo der Firma]
SCHENKER GmbH

Schenker GmbH, Bayernstraße 537, Dortstadt

Bayernstr. 537
3000 Dortstadt
Deutschland

Herrn
Norbert Kayser
Berliner Str. 5
1000 Hierstadt

[Telefon, Fax]
www.schenker.de

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
XY	773	herbert.schenker@schenker.de	12.09.2024

Ihr Einsatz in Mexiko

Sehr geehrter Herr Kayser,

bezüglich Ihres Ausbildungsvertrags und in Anlehnung an die Gespräche, die Sie mit Herrn Schneider und Herrn Hernández über Ihren geplanten Aufenthalt in Mexiko geführt haben, teilen wir Ihnen hiermit Folgendes mit:

Im Rahmen Ihrer dualen Berufsausbildung als Elektriker am Benz-Institut in Hierstadt werden Sie ein Berufspraktikum bei unserer Tochtergesellschaft SCHENKER de México S.A. (nachfolgend SdM) ableisten, das sich über sechs Monate erstreckt und den Zeitraum vom 1.9.2024 zum 28.02.2025 umfasst.

Ihr Ausbildungsvertrag bleibt während dieses Zeitraums gültig. Während Ihres Aufenthalts in Mexiko werden Sie weiterhin so wie bisher eine

Ausbildungsvergütung beziehen. Für diesen Zeitraum wird der Betrag auf 1200 € monatlich erhöht. Seitens SdM werden Sie keine Bezahlung erhalten.

SCHENKER GmbH Deutschland wird als einmalige Unterstützung die Flugkosten München–Mexiko-Stadt hin und zurück übernehmen, ebenso die Zahlung Ihrer Krankenversicherung mit Auslandsdeckung. SdM wird Ihnen eine Unterkunft in Mexiko zur Verfügung stellen.

Für Nachfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Sichtvermerk
[Unterschrift]

[Unterschrift] [Unterschrift]

i.A. Herbert Schenker Frank Müller

[Bankverbindungen und Steuerzahlernummer der Firma.]

Fuente: Acervo personal. Los nombres y lugares son ficticios.

Traducción 11. Formeller Brief: Geschäftsanfrage

Encargo de traducción
Cliente: Una empresa alemana que se dedica a importar productos internacionales y distribuirlos entre revendedores en Alemania, Austria y Suiza. **Contexto del TF:** La empresa distribuidora alemana quiere establecer un contacto comercial con una empresa mexicana. **Destinatarios del TM:** El destinatario del escrito (Dpto. de distribución internacional de la empresa mexicana). **Motivo del encargo:** Se trata de un encargo de traducción interno. Se pide al traductor de la empresa alemana traducir la carta al español de México. Se pone énfasis en que la carta debe estar redactada de forma formal y cortés.

Actividades previas: Ninguna

Requisitos lingüísticos: Algunas palabras tienen que buscarse en el diccionario por ser propias de un estilo más formal y no formar parte del vocabulario básico.

Internationale Lebensmittelimporte GmbH • Einkaufsabteilung • Hamburg

La Abeja, SA de CV
Abteilung Internationaler Vertrieb
Zu Händen der zuständigen Person
Tampico
México

Hamburg, 12. September 2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

unsere Firma gehört zu den ältesten Handelshäusern vor Ort und zählt auf einen großen Kundenstamm. Ihre Adresse verdanken wir unserem gemeinsamen Kunden Friedrich Müller der Firma Allkauf GmbH, Berlin. Dieser empfiehlt Ihre Produkte und teilte uns mit, dass Ihr Unternehmen an der Belieferung des deutschen Großhandels mit Honig mexikanischer Herkunft interessiert ist.

Bisher haben wir hauptsächlich mit argentinischer Ware gearbeitet. Nun möchten wir jedoch unserer Sortiment erweitern und auch mexikanische Waren einführen. Wegen ihrer hohen Qualitätsstandards haben wir dafür insbesondere Ihre Produktlinie ins Auge gefasst. Vorrangig sind wir natürlich an der regelmäßigen Belieferung mit Ihren Sortenhonigen interessiert, möchten aber in den Wintermonaten auch Gelée Royale anbieten können. Bitten teilen Sie uns mit, ob Sie das ebenfalls in Ihrem Sortiment führen.

Da wir kurz vor dem Weihnachtsverkauf stehen, möchten wir möglichst bald mit der Einfuhr der mexikanischen Ware und dem Vertrieb hier beginnen. Deshalb bitten wir Sie, uns umgehend Ihr Angebot einschließlich möglicher Liefermengen, Preise, Lieferfristen und Zahlungsbedingungen zukommen zu lassen. Ich weise darauf hin, dass unsere übliche Zahlungsform die Banküberweisung ist.

In Erwartung eines günstigen Angebots und in der Hoffnung auf eine langjährige Geschäftspartnerschaft verbleiben wir

mit freundlichen Grüßen

Frank Schneider

Head Officer Einkauf

Fuente: Elaboración propia.

Links sobre el tema de cartas y e-mails formales y comerciales:

En alemán

www.studienkreis.de/deutsch/offizieller-brief-inhalt-tipps/

www.raab-verlag.de/magazin/geschaeftsbrief-schreiben/

En español

https://www.uanl.mx/utilerias/chip/descarga/carta_formal.pdf

https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/como-escribir-carta-formal

https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/formato-de-carta-comercial

V - LA TRADUCCIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO

1. La intencionalidad de los textos publicitarios

Antes de analizar la intencionalidad de los textos publicitarios, habrá que preguntarse qué es la publicidad y qué tipo de textos publicitarios existen. Definición:

> Desde un punto de vista comunicativo, la publicidad es una técnica de carácter complejo, propia de la sociedad de consumo, que utilizan los productores de bienes y servicios, instituciones o asociaciones para dar a conocer algo al público y persuadirlo para que realice una acción concreta: comprar, evitar, adoptar determinados comportamientos, votar por un partido político, etcétera. (TLRIID III, https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid3, consultado el 24/09/2024)

Un anuncio publicitario suele desarrollarse y difundirse por medio de una campaña publicitaria y puede involucrar muchas disciplinas, tales como la psicología, la antropología, la sociología, la estadística, etc., y, desde luego, la mercadotecnia.

Seguramente, la mayor parte de los anuncios publicitarios buscan vender algún producto o servicio. Son las empresas privadas las que lanzan las campañas publicitarias, aunque también pueden hacerlo algunas instituciones públicas, tales como la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Cultura o la Secretaría de Salud. Los anuncios publicitarios no siempre se relacionan con las ventas: pueden promover campañas de vacunación o análisis médicos (gratis o de bajo costo), eventos culturales (gratis o de paga) o algún destino turístico (cuya visita no arrojará un ingreso inmediato para los promotores, aunque fomentará la economía local).

En el caso de la publicidad institucional, ésta puede buscar difundir información de utilidad pública. Lo que comparten todos los tipos de anuncios publicitarios es que **buscan incidir en el comportamiento de los destinatarios** (vacúnate, visita este destino, compra este producto…). Y en este sentido, todos persiguen un objetivo, es decir, se caracterizan por su **intencionalidad**.

El lingüista Roman Jakobson (1974) distingue seis funciones del lenguaje:

- Función **referencial o informativa**. Se centra en el **contexto** o referente. Proporciona información la más objetiva posible sobre la realidad extralingüística.
- Función **apelativa o conativa**. Se orienta hacia el **receptor**. El hablante busca influir en la conducta del oyente, provocar una respuesta (preguntar, pedir, prohibir, ordenar, aconsejar…).
- Función **emotiva o expresiva**. Se centra en el **emisor**. Expresa la actitud, los sentimientos, la valoración del mensaje por parte del emisor. Es común en el registro coloquial (en la carta informal, por ejemplo).

- Función **poética o estética**. Se trata de la manera como es presentado el **mensaje** para llamar la atención. Esta función es esencial en el lenguaje literario.
- Función metalingüística. Se trata de una reflexión acerca del **código** usado, es decir, acerca del mismo lenguaje.
- Función fática o de contacto. Se centra en el **canal** (como entablar, mantener y cerrar un canal de comunicación). Se manifiesta a través de expresiones de cortesía, convencionalismos, etc.

En la mayoría de los textos suelen presentarse varias funciones, tal como lo constata Jakobson (1974: 17):

> A veces estas diferentes funciones operan de modo separado, pero lo normal es que se dé un haz de funciones. Este haz no es una simple acumulación, sino una jerarquía de funciones, por lo que tiene mucha importancia saber cuál es la función primaria, y cuál la secundaria.

En lo concerniente a los textos publicitarios, suele estar muy presente la función apelativa, dado que la intención del texto es persuadir, aconsejar o sugerir algo.

También puede darse la función referencial, ya que, según el tipo de anuncio, puede haber información objetiva que tiene que comunicarse (horarios, lugar, condiciones, descripciones, etc.). Sin embargo, hay que estar siempre alerto, porque la información aparentemente objetiva puede encubrir intenciones conativas (de persuasión).

Last not least, reviste una importancia especial la función poética. El anuncio busca convencer o, incluso, seducir, y para lograrlo recurre a diversas técnicas o procedimientos, entre otros, a los que son propios de la literatura.

En la terminología del marketing, en lo que se refiere a los anuncios con objetivos comerciales, se habla de la fórmula AIDA: llamar la Atención, despertar Interés, generar un Deseo que conduzca a la Acción de comprar.

En el próximo apartado se presentarán algunos recursos destinados a conseguir estos objetivos.

2. Recursos retóricos de los textos publicitarios

¿Qué es la retórica?

La retórica tiene su mito fundacional, según el cual nació en la isla de Sicilia en el siglo V a.C., cuando la población, tras expulsar a unos ocupantes tiránicos, se enfrentró al reto de reestructurar su vida política y social, sin lograr un consenso. Los conflictos de intereses se expusieron públicamente, lo que dio lugar a la fundación de una escuela de retórica y al primer manual para aprenderla. La nueva disciplina siguió desarrollándose con los filósofos de la antigüedad griega, entre ellos Aristóteles, autor de la obra *Retórica* (2010), y formó parte de la herencia cultural que

de los griegos retomaron los romanos. En Roma ocupaba un lugar destacado en el currículum destinado a 'educar para la virtud' (paídeia). Los más destacados retóricos romanos fueron Cicerón (siglo I a.C.) y Quintiliano (siglo I d.C.). Fue este último quien la definió como *bene dicendi scientia*, la ciencia de 'hablar bien', lo que, para él, implicaba también una dimensión ética: no sólo se trataba de hablar bien, sino también de 'hablar el bien'. Sin embargo, ya desde la Antigüedad griega y romana la disciplina ha sido acusada de ser una *corrupta eloquentia*. Su "pecado", según Platón y la tradición platónica, consistía en no aceptar la existencia de una única verdad, ya que la finalidad del discurso, según Platón, siempre debía ser la búsqueda de "la verdad". (Véase Ueding, 1984: 9, 13-14, trad. H.G.)

Durante siglos, la retórica ha sido parte del currículum escolar y universitario en Europa, aunque con cada vez mayor énfasis en su papel para los estudios literarios. Lo que abarca la enseñanza retórica a partir de los tiempos modernos es a menudo el compendio de las figuras retóricas utilizadas en la redacción literaria. Algunas de estas figuras tienen su origen en las obras de Aristóteles. Desde el siglo XX han adquirido también cada vez más importancia en el marco del discurso publicitario. Por lo tanto, es indispensable que el traductor de materiales publicitarios esté familiarizado con aquellas figuras retóricas que aparecen con mayor frecuencia en este género textual, tales como la metáfora, la hipérbole, la elipse, la personificación, la alusión y otras.

También revisten un interés especial los llamados "tópicos". *Tópicos* (2010) es una obra de Aristóteles que presenta un conjunto clasificado de lugares comunes sobre los cuales existe un consenso social o, por decirlo con las palabras del Diccionario de la Academia de la Lengua Española: "lugar común que la retórica antigua convirtió en fórmulas o clichés fijos y admitidos en esquemas formales o conceptuales de que se sirvieron los escritores con frecuencia". Así, la idea del "buen salvaje" constituye un tópico recurrente de la literatura europea de la edad moderna, aunque apelar a la "felicidad" como objetivo existencial también es un tópico. En la actualidad siguen usándose los tópicos, especialmente en los discursos publicitarios ("Si compra este jabón, tendrá una vida *en armonía con la naturaleza*", etc.) y políticos. "Sucede que los tópicos son siempre lugares sociales", apunta Prieto Castillo (1994: 23 y s.), "porque se los comparte, forman parte del acervo de creencias de una comunidad o de una clase social". El traductor debe prestar mucha atención a los tópicos, ya que pueden variar entre la cultura fuente y la cultura meta.

Hay muchas páginas en la red sobre el tema de las **figuras retóricas**. En alemán y en español se trata de las mismas figuras. Estas son algunas sugerencias:

- video de la UNAM: www.youtube.com/watch?v=Df6XFkeThWE
- texto sobre figuras retóricas en la publicidad: https://www.luismaram.com/20-ejemplos-de-figuras-retoricas-en-publicidad/
- enciclopedia online: https://concepto.de/figuras-retoricas/
- sprachliche Mittel von Werbeanzeigen (Deutsch): www.teachsam.de/pro/pro_werbung/werbesprache/anzeigenwerbung/pro_werbung_spr_anz_3_4_2_3_1.htm

Algunas de las más comunes en el texto publicitario son:

metáfora = Se nombra un concepto para hacer alusión a otro con el que guarda una relación. Ejemplos: Nos damos cita en la Y (nota: La "y" es una letra que tiene la forma de una bifurcación de calles). Die schwarzen Saphire in deinem Gesicht (Augen).

hipérbole = Se aumenta de forma exagerada una idea o concepto. Ejemplos: Sonrisas brillantes, futuros brillantes (también es un ejemplo de **paralelismo**). Weltklasse (un coche). Nie war er so wertvoll wie heute (un licor de hierbas). Die Eroberung der digitalen Welt (coche).

personificación o prosopopeya = Atribuir rasgos humanos a animales u objetos inanimados. Ejemplos: La fama te espera. El pollo feliz. Meine Haut macht, was sie will.

elipse = Se eliminan partes de la oración que no son fundamentales para la comprensión del mensaje. Ejemplos: Mejor que bueno. Jetzt oder nie. Nuevo look, nueva botella. (el último también es un ejemplo de **paralelismo**.)

aliteración = Se repiten determinados sonidos en una misma frase. Ejemplo: Milch macht müde Männer munter. Gelb, goldig, gemein. Actimel aktiviert Abwehrkräfte. Bueno, bonito y barato.

alusión = Evocación de alguien o algo no mencionado explícitamente por medio de una referencia cultural, histórica, mitológica, etc. Ejemplo: Sein, oder? (se hace alusión a la famosa frase de Shakespeare en Hamlet. Sólo si compras este producto eres alguien). Für Keuzberger Nächte (chocolate; se hace alusión a noches de fiesta y felicidad). Rodando y ganando ando (hamburguesas; ¿alusión a la canción "Rodando ando" o al famoso ranchero "El Rey"?)

símil = Se compara un elemento con otro u otros. Ejemplo: Suave como la brisa primaveral.

paralelismo = Se repite una determinada estructura. Ejemplo: Sonrisas brillantes. Futuros brillantes.

Fuentes: Definiciones de https://concepto.de/figuras-retoricas/, definición de "alusión": RAE. Los ejemplos son propios o tomados de anuncios publicitarios.

Otros recursos retóricos muy comunes en el texto publicitario son los **juegos de palabras**. Ejemplos: Merry Whiskas. Sie ist immer so kalt zu mir (una cerveza fría). Weil Natur natürlich hilft (hablando de un licor de hierbas, "natürlich" remite a "Natur", pero también significa "naturalmente", "desde luego"). La efervescencia se contagia (Coca Cola). También se usan con frecuencia **fraseologismos** (tales como locuciones). Los anuncios abajo contienen varios ejemplos de este recurso.

Las figuras retóricas, juegos de palabra y fraseologismos se relacionan principalmente con los elementos verbales del anuncio. Sin embargo, la metáfora y el tópico pueden ir mucho más allá, plasmándose también en las imágenes. El anuncio moderno suele combinar una variedad de sistemas de códigos, que hay que tomar en cuenta para su cabal interpretación.

3. El texto multimodal

En la actualidad, el texto publicitario puede tener muchas presentaciones: folleto, poster, cartel, letrero, anuncio impreso, anuncio electrónico, anuncio audiovisual, etc.

Suele conjugar elementos verbales e icónicos, por lo que se habla de **"texto icónico-verbal"**. El curso TLRIID3 de la UNAM, (https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid3/unidad1/textoIconico/introduccion) lo define de la siguiente manera: "Los **textos icónico-verbales** reciben este nombre porque están compuestos por texto escrito combinado con imágenes que representan personas, lugares u objetos y en conjunto envían un mensaje al enunciatario".

Por lo tanto, para descifrar el mensaje de este tipo de texto, es necesario estar familiarizado con ambos lenguajes, el verbal y el icónico, es decir, el de la representación visual. Se requiere entonces de la competencia lectora en su sentido tradicional (referido al texto escrito); pero también hay que saber interpretar el significado de las imágenes (elementos representados, luz, colores, distribución del espacio, etc.). Y finalmente, es necesario aprehender la relación que existe entre ambos.

Las historietas son un ejemplo típico para el **texto icónico-verbal en su forma más sencilla.**

Pero en la época actual, con la difusión masiva del texto electrónico, el lenguaje textual se ha vuelto aún más polifacético, incluyendo también a elementos auditivos, animados, hiperlinks, etc. En traductología se opone entonces la forma monomodal, es decir, exclusivamente verbal, al texto **multimodal**, término que se usa para describir este tipo de "mezclas y conglomerados de signos de diferentes sistemas de códigos" (Hennecke, 2019: 2):

> No obstante, los textos utilizados en estas nuevas formas comunicativas casi no se han abordado en la traductología. Hoy en día nos vemos cada vez más enfrentados a textos de formas y estilos diversos que son multimodales, o sea, semióticamente complejos. Particularmente en la comunicación de masas, estos textos multimodales se caracterizan por el uso innovador de signos de diferentes sistemas de códigos.

Hennecke (2019) distingue dos tipos de **relaciones entre el texto y la imagen**:

a) **Relación complementaria:** En una relación texto-imagen complementaria, ambas partes textuales —la parte verbal y la parte visual— pueden funcionar de manera independiente, es decir, cada una transmite por sí misma un mensaje propio de forma clara. Sin embargo, generalmente una de las partes se considera dominante y, por lo tanto, funciona como el código central. La imagen puede ilustrar el texto verbal o visualizarlo con ejemplos. (ibid.: 12 y 13)

Como ejemplos puede pensarse en un texto científico que incluye representaciones gráficas para ejemplificar lo escrito o, inversamente, en las gráficas que indican cómo cambiar el cartucho de tóner de una impresora con la ayuda de un breve texto.

b) **Relación de dependencia:** Si ambos sistemas no se complementan de manera secundaria y, por lo tanto, no fortalecen su significado mutuamente, sino que este se produce solo cuando ambos sistemas se interrelacionan, hablamos de una determinación recíproca. Con este tipo de relación entre la parte verbal y la parte visual del texto surge un nuevo significado de una o de ambas partes, el cual no se habría producido sin la presencia de la otra parte textual. Esto significa que la parte verbal o la imagen por sí solas comunicarían significados diferentes o permitirían otras interpretaciones. Solo mediante la simbiosis de ambos sistemas, a través de su interrelación sintáctica y semántica y la interacción recíproca que resulta de esta, surge un nuevo significado global, un nuevo sentido. (ibid.: 18)

El segundo caso es el que predomina en el anuncio publicitario para productos de consumo tangibles. “Este desarrollo, los nuevos tipos de textos que dominan cada vez más la práctica y el quehacer de los traductores, exigen un perfil de competencias ampliado”, concluye Hennecke (2019: 24). Para el traductor, la competencia multimodal abarca también conocimientos profundos de códigos culturales, tanto de la cultura fuente como de la cultura meta.

Huelga decir que el conjunto de competencias requeridas todavía no está al alcance del estudiante de alemán del nivel A2/B1, que apenas empieza a familiarizarse con los elementos léxicos y estructurales de la lengua. Este capítulo se limita a facilitar un primer acercamiento a la complejidad de la traducción de materiales publicitarios y a proponer algunos ejercicios de reflexión.

Pero incluso un traductor profesional puede verse superado por los retos de este tipo de traducción, sobre todo si se considera que todavía no existe una didáctica especializada para enseñar la traducción de los textos multimodales. Sin embargo, en lo que refiere a los anuncios publicitarios, se recurre a unos especialistas que fundamentan su propuesta en estudios de tipo cultural, psicológico, antropológico, etc. El resultado a menudo difiere mucho del anuncio en lengua fuente (en cuanto a imagen, colores, eslogan, etc.), por lo que no se habla de traducción, sino de transcreación. Bajo este link puede encontrarse una ponencia sobre el tema, impartida por Marco Antonio Segura López en el marco del XVII

Encuentro San Jerónimo de la BUAP, Puebla, en octubre de 2023: https://me-qr.com/es/mobile/pdf/18219538

Para profundizar en la temática del texto icónico-verbal, se recomienda consultar la página https://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/tlriid3. Se trata de un curso dirigido a estudiantes de educación media superior, por lo que los fundamentos del tema se presentan en un lenguaje accesible y se ilustran a través de numerosos ejemplos.

4. Ejemplos de anuncios publicitarios icónico-verbales

A continuación, se comentan los recursos retóricos de cuatro anuncios publicitarios.

Anuncio publicitario de una productora de cerveza

Abrir el siguiente link y ver el anuncio publicitario: https://img.desmotivaciones.es/201105/tecate1.jpg

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	Vender la cerveza (¿sólo a hombres?)
Eslogan Recursos retóricos	**Juego de palabras**. Doble sentido de “rajarse” (cortarse con arma blanca y echarse para atrás) La **anáfora** (preposición “por”) establece una equivalencia entre “los que no se rajan” y “tú” (tú eres de los que no se rajan), además de hacer **alusión** al acto de brindar. Brindar por… Brindar con … **Paralelismo**: Por los que… Por ti. También verbalmente se recurre al **tópico** del “verdadero hombre”.
Imagen Recurso retórico	Una forma poco usual de rasurarse Hace alusión a un **tópico**: El “verdadero hombre”, el macho, usa un cuchillo grande, no tiene miedo de cortarse. Se presenta a un hombre de tez blanca con ojos claros frenta al espejo de la sala de baño, aparentemente de clase media. La imagen se divide en **dos partes**: predomina el **color gris claro** a la izquierda y el **color rojo** a la derecha. Según la simbología de los colores[1], se conjugan calma, serenidad y autocontrol con fuego, pasión y acción.

[1] La psicología del color se considera una pseudociencia (véase https://www.menteyciencia.com/psicologia-del-color-del-mito-a-la-pseudociencia) por lo que se prescinde aquí de las fuentes consultadas. Sin embargo, se recurre mucho a ella en el ámbito publicitario.

Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se conjugan para constituir el mensaje.
Mensaje	El “verdadero hombre”, el que usa un cuchillo grande para rasurarse – no tiene miedo de cortarse y no se echa para atrás. Ese hombre eres tú (paralelismo). Esta cerveza es para hombres como tú que no se echan para atrás cuando se les ofrece una buena cerveza. También: Se brinda por ti. Nota: Queda ambiguo si este mensaje, que exagera el estereotipo machista, debe interpretarse como sarcástico.

Texto ejemplo 14. Werbung für Fernwärme

Imagen: Irais Soto Sánchez. Texto: Adaptación. Nota: Nesselstadt es un lugar ficticio.

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	Incitar al destinatario a cambiarse de un sistema de calefacción individual a una red municipal.
Eslogan Recursos retóricos	La **locución** *Reif für die Insel* se refiere a un estado de agotamiento que debe remediarse con unas vacaciones. Al mismo tiempo, el ideal de descansar en una isla tropical es un **tópico** de los países de clima templado o frío. *Paradiesische Versorgung*: El adjetivo *paradiesisch* retoma el tópico de la isla tropical. Es una **hipérbole**, es decir, un adjetivo que exagera la calidad del servicio (el servicio puede ser bueno, excelente, etc., pero no paradisiaco).

Imagen Recurso retórico	Se usa el **tópico** de una bahía con agua azul, que evoca vacaciones, descanso y calor. Sólo se ve la silueta de las personas que están disfrutando de este sitio, por lo que los destinatarios pueden proyectarse en su lugar. Al mismo tiempo, se trata de una **metáfora visual**, ya que la imagen, en realidad, no guarda ninguna relación con el servicio que se ofrece. Pero convergen la imagen y el servicio en los elementos de calor y descanso (recibir el servicio de calefacción sin tener que preocuparse de nada). Los colores son **azul claro** (confianza y estabilidad) y **blanco** (pureza y paz).
Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se conjugan para constituir el mensaje.
Mensaje	Si contratas la red municipal de calefacción, ya no tendrás que preocuparte de nada y siempre tendrás tu casa caliente, como si estuvieras en una isla tropical.

Texto ejemplo 15. Werbung für Katzenfutter

Abrir el siguiente link y ver el anuncio publicitario: https://images.derstandard.at/20051111/Whiskas(1).jpg

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	Vender el alimento para gatos. (El público meta son todos los dueños de gatos en Austria).
Eslogan Recursos retóricos	**Personificación**: El gato habla y hace una afirmación que corresponde a un humano. *Fremdgehen* = engañar a la pareja sexual. Es un verbo compuesto que literalmente quiere decir “ir a lo ajeno” (una perspectiva muy distinta de la del verbo “engañar”). Del contexto se entiende que *fremdgehen* significa aquí “alimentarse con alimento de otra marca”. **Elipse**: *Ab heute nur mehr* [marca]*!* es una oración gramaticalmente incompleta ya que carece de verbo.
Imagen Recurso retórico	El gato como personaje principal ocupa el centro de la imagen, es joven y despierta ternura. Es tan tierno que no se le puede negar nada. El color de fondo es el mismo que el color de la envoltura del alimento. El pensamiento del gato se equipara entonces con el alimento. El **color morado** simboliza la virtud (Edad Media), pero también la autodeterminación. El gato ha tomado una decisión: quiere tener una conducta virtuosa.
Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se conjugan para constituir el mensaje.
Mensaje	Compra el alimento de esta marca. No hay otro mejor.

Tareas de traducción

Traducción 12. Werbeanzeige einer Fluggesellschaft

Encargo de traducción
Cliente: La aerolínea Beach Airline (Nota: se trata de un nombre ficticio) **Contexto del TF:** Venta de vuelos económicos desde Alemania a destinos de playa europeos **Destinatarios del TM:** Viajeros de México que van a destinos de playa **Motivo del encargo:** La aerolínea va a ser socio comercial de una aerolínea mexicana que ofrece vuelos económicos al interior de México.

Foto de Sean Oulashin en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/seashore-during-golden-hour-KMn4VEeEPR8?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash; pareja generada por Meta AI. Texto: adaptado de www.flughafen-erfurt-weimar.de/reisen-aviation/news-single-view.html?tx_ttnews%5Btt_news%5D=1726&cHash=d211813c5fbc9b49b030c85bf690cb27

Actividades previas:

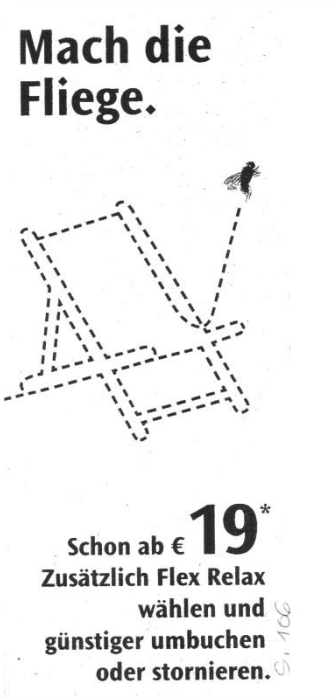
1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	
Eslogan Recursos retóricos	
Imagen Recursos retóricos	
Relación imagen-texto	
Mensaje	

2) ¿Se puede conservar la imagen en el TM? ¿Por qué sí/no?
3) ¿Qué propones para traducir el anuncio? (suponiendo que se conservará la imagen)

Traducción 13. Werbeanzeige einer Fluggesellschaft (2)

Encargo de traducción
Cliente: La aerolínea **Contexto del TF:** Es una publicidad que la aerolínea difunde en Alemania **Destinatarios del TM:** Viajeros que buscan un vuelo desde Cancún/México a Europa **Motivo del encargo:** La aerolínea ofrece vuelos desde Cancún/México a ciudades europeas y quiere publicitar estos vuelos en México



Wir lieben Fliegen.

Fuente: *Stern*, 4/2008, p. 106 (extracto de un anuncio de la empresa Condor)

Actividades:

Las actividades no se refieren a las partes del texto que aparecen en tamaño de letra muy pequeña o ilegibles. Sólo abarcan lo siguiente:

Mach die Fliege.

Schon ab € 19.

Zusätzlich Flex Relax wählen und günstiger umbuchen oder stornieren.

Wir lieben Fliegen.

1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	
Eslogan Recursos retóricos	
Imagen Recurso retórico	
Relación imagen-texto	
Mensaje	

2) ¿Se puede conservar el juego de palabras? ¿Por qué sí/no?
3) ¿Se puede conservar la imagen del TF? ¿Por qué sí/no?
4) ¿Qué propones para traducir el anuncio? (suponiendo que se conservará la imagen)

Traducción 14. Werbeanzeige einer Discount-Einzelhandelskette

Encargo de traducción
Cliente: Una cadena de tiendas de descuento que ofrece una gama de productos limitada, especialmente de alimentos, bebidas y artículos de droguería. **Contexto del TF:** Es una publicidad que la empresa difunde en Alemania **Destinatarios del TM:** Clientes potenciales en México **Motivo del encargo:** La empresa desea abrir filiales en México.

Abrir el siguiente link y ver el anuncio publicitario del año 2015 que aparece bajo el título "Einfachheit ist nicht simpel".

https://christianraetsch.de/marketing-braucht-mehr-einfachheit/

Actividades previas:

4) Rellenar la tabla de descripción

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	
Eslogan Recursos retóricos	
Imagen Recurso retórico	
Relación imagen-texto	
Mensaje	

2) ¿Se puede conservar la imagen en el TM? ¿Por qué sí/no?
3) ¿Qué propones para traducir el anuncio? (suponiendo que se conservará la imagen)

5. La traducción turística con fines promocionales

La promoción turística es un subgénero del texto publicitario, para el que aplica todo lo que se ha comentado en el apartado 4. Predominan de la misma manera las funciones apelativa, referencial y poética. Tiene una gran variedad de presentaciones: videos, audios, páginas web (multimedias o icónico-verbales) y material impreso como catálogos, folletos o volantes. Puede recurrir a los mismos recursos retóricos mencionados arriba: tópicos, figuras retóricas, fraseologismos, juegos de lenguaje, etc., aunque estos no suelen aparecer con la misma frecuencia y concentración que en la venta de productos de consumo.

En cuanto a la relación entre texto e imagen, en los textos de promoción turística –a diferencia de la promoción de productos tangibles– predomina la relación complementaria, en la que la imagen apoya e ilustra el mensaje verbal.

En este subgénero del texto promocional cuya intención es persuadir a los destinatarios de visitar algún lugar específico, cobran mayor importancia otros elementos del texto publicitario:

Gramática y sintaxis

Uso frecuente de

- formas verbales directas, dirigidas al destinatario (para expresar sugerencias y consejos), tales como: imperativos (no olvide visitar…), estructuras con verbos modales (debe probar…)
- infinitivos (admirar el paisaje…)
- secuencias elípticas (oraciones gramaticalmente incompletas; descansar – disfrutar – sol)
- tiempos presente o futuro simple (descripción valorativa atemporal, promesa para un futuro cercano)
- estructuras impersonales (objetividad aparente), no aparece un "yo" autor
- sintaxis sencilla: oraciones cortas, pocas oraciones compuestas y, en dado caso, de poca complejidad
- comparativos y superlativos (es el mejor … del mundo)

Léxico

"El lenguaje del turismo re-inventa la realidad en términos positivos" (Martín Sánchez, 2011: 573). "Todo el vocabulario que se utiliza en los textos turísticos pretende transmitir optimismo, alegría, bienestar, etc." (Durán Muñoz, 2012: 109). Como, por ejemplo:

- sustantivos con una importante carga de subjetividad y de atractivo (tesoro, aventura…)
- adjetivos con significado positivo (pintoresco, *angenehm*, *wunderbar*…), comparativos y superlativos absolutos
- verbos con significado positivo/alentador (se distingue, te va a seducir, *bewundern*, *erobern*…)
- tecnicismos del ámbito arquitectónico, histórico, gastronómico, indumentario, flora y fauna, etc., incluyendo a los realia (véase abajo)

Además del ya mencionado lenguaje poético: figuras retóricas (metáforas, etc.), polisemia (palabras con varios sentidos), estructuras elípticas, eslogans cortos, juegos de palabra, etc. (véase Durán Muñoz, 2012: 108 y s.).

Realia

Dos investigadores búlgaros, S. Vlájov y S. Florin (1980, citados aquí de Wikipedia), definen los *realia* de este modo:

> **Palabras (y locuciones compuestas)** de la lengua popular que representan denominaciones de objetos, conceptos, fenómenos típicos de un ambiente geográfico, de una cultura, de la vida material o de una peculiaridad historicosocial de un pueblo, de una nación, de un país, de una tribu, y que por esto son portadoras de un colorido nacional, local o histórico; estas palabras no tienen correspondencia[s] precisas en otras lenguas.

En el discurso publicitario turístico encontramos numerosos nombres propios (topónimos, comidas, prendas, utensilios, etc.). Muchos no tienen ninguna correspondencia en otras culturas y lenguas, lo que significa que no existen términos que los traduzcan.

Foto 1 de Daniel Schludi en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/pan-integral-en-saco-DzGefKHQA9A?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash

Fotos: 2-6: D.H.G.

Opciones para traducir los realia (solo nombres propios)

Amplificación: introducir precisiones no formuladas en el texto original (informaciones, paráfrasis explicativas, etc.), según la clasificación de Molina y Hurtado Albir (citadas aquí de Olalla Soler & Hurtado Albir, 2014: 14, véase el apéndice a este libro).

1 Conservar el nombre propio en la LM, sin recurrir a la técnica de la amplificación
▪ Siempre y cuando el término se suponga conocido por el destinatario del TM y que no exista una traducción acuñada. Ejemplos: *Dirndl*, *Oktoberfest* ▪ A veces existe una traducción acuñada en la LM, pero por ser poco conocida, por razones de "exotismo", por haberse difundido el uso del término de la LF en la LM, u otras razones (que se desprenden del encargo de traducción) se conserva el nombre original en LF. Ejemplos: *Kindergarten*, ¡Viva México! (cualquier alemán lo entiende)

2 Recurso de la amplificación
▪ Cuando no existe ninguna traducción acuñada o la que existe no es muy conocida entre el público meta. También cuando el nombre propio se asocia con algún acontecimiento conocido entre el público fuente, pero no forzosamente entre el público meta. Ejemplos: *die Vogesen* – la cordillera de los Vosgos, *bodo-Verkehrsbund* – bodo-Verkehrsbund, la unión de transportistas del Lago de Constanza, Solingen – la ciudad de Solingen, lugar de un atentado islamista en agosto de 2024 (solo se da este tipo de amplificación si el contexto lo requiere); huitlacoche – der köstliche Maisparasit namens *huitlacoche*

3 Traducción entre paréntesis
▪ Cuando no existe ninguna traducción acuñada o que esta no es muy conocida entre el público meta. Puede darse primero el nombre propio en LF y la traducción poco conocida entre paréntesis o, al revés, la traducción en LM y el nombre original LF entre paréntesis. Ejemplo: *eine Weindegustation im Blauburgunderland* – una cata de vinos en la tierra del Blauburgunder (Pinot Negro)

4 Usar el término en LM
▪ Cuando existe una traducción acuñada y conocida. Ejemplos: *die Alpen* – los Alpes, *Frankfurt am Main* – Fráncfort del Meno, *VW Käfer* – vocho, *Sauerkraut* – chucrut, *Johann Sebastian Bach* – Juan Sebastián Bach (aunque en relación a los nombres propios de las personas, la tendencia actual es conservarlos en su forma original)

6. Ejemplos de textos de promoción turística y tareas de traducción

Texto ejemplo 16. Touristische Werbung Schaffhauserland

Encargo de traducción
Cliente: Asociación de empresarios turísticos de México **Contexto del TF:** Es una empresa suiza que opera diversas páginas-web en las que promueve destinos turísticos y apps turísticos de forma gratuita. Los textos sobre el Rheinfall y Stein am Rhein forman parte de sus servicios de promoción turística gratuita para el público de habla alemana. **Destinatarios del TM:** Turistas mexicanos que piensan comprar un tour a Europa **Motivo del encargo:** Algunos operadores mexicanos buscan incluir este destino en sus paquetes de viajes a Europa y quieren promoverlo entre su clientela como una excursión opcional (muchos vendedores de paquetes de viajes le ofrecen al turista varias opciones de tours de un día con un pago extra, adicionalemente al itinerario básico del tour). Se hizo un trato con la empresa suiza para mandar traducir la información.

Foto de Himmel S en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/un-castillo-se-encuentra-en-una-pequena-isla-en-medio-de-un-rio-KHxKigXFG88?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash

Foto de Denisa Trif en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/un-edificio-alto-con-un-reloj-a-un-lado-mXsB5M6YL1M?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash

Schaffhauserland - vom Rheinfall bis zum Bodensee

Eingebettet in eine paradiesische Landschaft. Geprägt vom Rhein, endlosen Rebbergen, dichten Wäldern und den Hügeln des Randens, wie gemacht fürs Wandern und Velofahren – das ist das Schaffhauserland. Oder entdecken Sie die 171 Erker der Altstadt Schaffhausen, spüren die feine Gischt des tosenden Rheinfalls auf der Haut, geniessen die fruchtig-frischen Weine des Schaffhauser Blauburgunderlandes oder schlendern durch das Kleinod Stein am Rhein und lassen sich vom mittelalterlichen Charme und den Fassadenmalereien verzaubern.

Das Schaffhauserland ist die perfekte Region für Ihren Gruppen- oder Familienausflug. Eine Wanderung auf dem Randen, eine Bootsfahrt auf dem Rhein, eine Weindegustation im Schaffhauser Blauburgunderland, ein Besuch in den schönen mittelalterlichen Städten Stein am Rhein und Schaffhausen und natürlich einen Abstecher zum Rheinfall - dem grössten Wasserfall Europas.

Cita tomada de www.bergfex.ch/sommer/schaffhauserland/.

Texto ejemplo 17. Touristische Werbung Stein am Rhein

Mismo encargo de traducción que para el texto 17.

Stein am Rhein Eingebettet in eine paradiesische Landschaft liegt Stein am Rhein, dort, wo der Bodensee wieder zum Rhein wird. Der Charme des mittelalterlichen Städtchens zieht den Besucher sofort in seinen Bann. Die Fassaden-Malereien sind weltberühmt, fast ebenso das kulinarische Angebot und das Angebot an Einkaufs-Trouvaillen. Hoch über der Altstadt thront die Burg Hohenklingen mit einem atemberaubenden Weitblick über den Hegau, den Bodensee und die Rheinlandschaft. Die Benediktiner Abtei in Stein am Rhein ist eine der am besten erhaltenen mittelalterlichen Klosteranlagen der Schweiz.

Cita tomada de www.bergfex.ch/sommer/stein-am-rhein/

Descripción de la promoción (TF) (textos 18 y 19)	
Finalidad	Incitar a los destinatarios (los viajeros potenciales) a visitar la región de Schaffhausen y Stein am Rhein
Texto Recursos retóricos	▪ Metáfora: *Kleinod Stein am Rhein, thront die Burg* ▪ Prosopopeya: *Der Charme des mittelalterlichen Städtchens zieht den Besucher … in seinen Bann* ▪ Hipérbole: *paradiesische Landschaft, endlose Rebberge*, etc. ▪ Elipse: Ver Secuencias elípticas (Gramática) ▪ Sinestesia: *atemberaubender Weitblick* (la vista y la respiración son funciones fisiológicas distintas) Tópicos: arquitectura de diferentes épocas históricas, vista al lago, arte y cultura (como puntos de atracción), *Schlendern durch die malerischen Gassen* (descansar durante el tiempo libre en un lugar de ensueño)
Gramática y sintaxis	▪ Secuencias elípticas: *Eingebettet in eine paradiesische Landschaft* (no hay sujeto ni verbo auxiliar), *Eine Wanderung auf dem Randen, eine Bootsfahrt*… (no hay verbo) ▪ Se usa exclusivamente el presente (descripción valorativa atemporal, sensación de cercanía temporal) ▪ Estructuras impersonales: una gran parte de los textos es descriptiva, no aparece el sujeto que hace las afirmaciones, se da la impresión de una aparente objetividad

	(aparente función referencial del texto con función apelativa subyacente). ▪ Sintaxis sencilla, muy pocas subordinadas. ▪ Superlativos: *grössten, am besten erhaltenen, perfekt* Numerosas formas verbales directas en el texto 18: *entdecken Sie, spüren (Sie), geniessen (Sie), lassen (Sie) sich verzaubern…* El texto 19 se dirige personalmente al destinatario, también a través del pronombre posesivo: *für* ***Ihren*** *Gruppen- oder Familienausflug*. El texto 18 usa formas más neutrales (tercera persona).
Léxico	▪ Sustantivos con una importante carga de subjetividad y de atractivo: *Kleinod, Charme, Angebot, Trouvaillen, Städtchen, Weitblick* ▪ Adjetivos con significado positivo: *paradiesisch, endlos, fein, fruchtig-frisch, perfekt, schön, weltberühmt, atemberaubend*, etc. ▪ Verbos con significado positivo/alentador: *entdecken, spüren, geniessen, schlendern, verzaubern, in seinen Bann ziehen, thronen*, etc. ▪ Tecnicismos/Realia: Nombres propios (*Schaffhauser Land, Rheinfall, Randen, Blauburgunder*, etc.), algunos términos arquitectónicos (*Fachwerkhäuser, Fassadenmalereien, Burg, Abtei*, etc.)
Relación imagen-texto	(Nota: Las imágenes que aparecen aquí no pertenecen al texto citado.) Relación complementaria entre la imagen y el texto. Las imágenes apoyan e ilustran el texto verbal. Predomina el texto escrito.
Mensaje	Visitar estos destinos te hará disfrutar de la naturaleza y de la arquitectura medieval, hay múltiples actividades para toda la familia, la comida y el vino son excelentes, son lugares únicos (o, incluso, paradisiacos).

Posibles textos paralelos:

Como textos paralelos pueden ocuparse aquellas promociones mexicanas, destinadas al visitante nacional, que describen un destino turístico con atractivo natural y/o la visita de una ciudad pintoresca.

COMENTARIOS

Una experiencia de traducción con un grupo de estudiantes mostró lo siguiente:

- Hay que evaluar si las imágenes (fotos) son adecuadas para los nuevos destinatarios y, de no ser así, negociar su modificación con el cliente.
- Se conservan los elementos gramaticales y léxicos típicos del texto turístico promocional en ambas lenguas (oraciones cortas, sustantivos, verbos, adjetivos con valoración positiva, superlativos, etc.).
- Se examinan los tópicos (lugares comunes), símbolos o estereotipos, no en cuanto a su veracidad, sino para determinar si tendrán el mismo efecto en el público meta. Promover lugares soleados, por ejemplo, es algo muy valorado entre la mayoría de los alemanes, pero no forzosamente entre la mayoría de los mexicanos.

  En el caso de los textos 18 y 19, los ideales proyectados (disfrutar lugares de naturaleza, historia, arquitectura bonita) pueden funcionar de la misma manera con el público meta. Conviene poner mayor énfasis en los elementos que pueden resultar especialmente interesantes o atractivos para el público meta, por no estar familiarizado con ellos (medieval, fortaleza).
- Figuras retóricas: son relativamente pocas en estos dos textos. En cada caso hay que evaluar si existe un equivalente o una correspondencia o, de lo contrario, si puede introducirse "un sustituto" (otra figura) en otra parte del texto. Algunas no causan ningún problema, mientras que otras no pueden conservarse. Ejemplos:
  Kleinod – joya medieval
  thront die Burg – se alza sobre (se pierde la idea de "trono")
  endlose Rebberge – viñedos hasta donde alcanza la vista (se suprime el adjetivo)
  Der Charme des … Städtchen zieht den Besucher … in seinen Bann – El encanto de esta ciudad medieval cautiva desde el primer momento al visitante.
  La sinestesia *atemberaubender Weitblick* podría traducirse como "te dejará sin aliento". Sin embargo, para conservar la fluidez de la oración se ha optado por mantener la estructura sustantivo + adjetivo: "una panorámica impresionante".
- Pragmática: Es importante tomar una decisión acerca de si dirigirse con "usted" o "tú" al destinatario del TM. Se consultan textos paralelos al respecto.
- Adecuación del contenido a los destinatarios meta: el público mexicano muy probablemente no está familiarizado con todos los nombres geográficos que aparecen en el texto. Por lo tanto, conviene especificar en cada caso de qué tipo de accidente geográfico se trata, por lo menos cuando se menciona por primera vez: el río Rin, las colinas del Randen, etc. En el mismo sentido: *Das Schaffhauserland ist die perfekte Region für Ihren Gruppen- oder Familienausflug*. Debido a que los destinatarios viajarán en el marco de una excursión grupal de un día, conviene adaptarse a la terminología del operador turístico, más que hacer alusión a un "domingo en familia", que sería irreal para ellos. "…la región perfecta para tu excursión de un día". De la misma manera pueden adaptarse las actividades (*wandern, Velofahren, Bootsfahrt, Weindegustation*) a las

ofertas del operador mexicano. Es, por ejemplo, poco probable (aunque no imposible) que se programe una salida en bicicleta.

- También se detectó que los estudiantes tenían problemas para entender o identificar con claridad algunas descripciones o nombres geográficos (realia), tales como
    - *wo der Bodensee wieder zum Rhein wird*: El río Rin entra al lago de Constanza en Austria (este) y vuelve a salir en Suiza (oeste). Se supone que el río atraviesa el lago (dejemos aquí abierta la discusión de si sale la misma agua que entró del otro lado).
    - *die Rheinlandschaft* que se confundió con el estado de "Renania Palatinado" (que no puede verse desde Stein am Rhein). Aquí el documento simplemente se refiere al paisaje aledaño, atravesado por el Rin.
    - Confusión entre región/cadena montañosa y ciudad: … *atemberaubenden Blick über den Hegau* se traducjo como "impresionantes vistas sobre Hegau", se entendería entonces que se trata de una ciudad (las ciudades no llevan artículo). *Der Hegau* = región/paisaje volcánico al sur de Alemania. Agregar la información de que se trata de una región: la región de Hegovia (Hegau), o conservar su artículo masculino (el Hegau).

  De allí la importancia de documentarse sobre los nombres geográficos.

- Realia: *Burg Hohenklingen.* La pregunta es si llamarlo "Castillo" o "Fortaleza" de Hohenklingen (Hohenklingen no tiene una traducción acuñada en español). Queda claramente descartado el término "palacio", no solo porque es inadecuado para este tipo de construcción, sino también porque carece de atractivo para los destinatarios meta (en México hay muchos palacios, un solo castillo y ninguna fortaleza montana medieval). En las fuentes de la red predomina la traducción "castillo", lo que podría deberse a una interferencia del inglés que usa la palabra "castle" para ambos, aunque un castillo también puede llamarse "palace" (Buckingham Palace). En realidad, la delimitación entre castillo y fortaleza no es muy nítida. Según la RAE, castillo es un "lugar fuerte, cercado de murallas, baluartes, fosos y otras fortificaciones" y fortaleza un "recinto fortificado, como un castillo, una ciudadela, etc.". En alemán, *Burg* remite a una construcción amurallada de la época medieval con fines de defensa y vivienda (de eso se trata aquí). Podemos concluir entonces que ambos términos, "castillo" y "fortaleza", son correctos en español. Sin embargo, presumimos que el término "fortaleza", con la amplificación "construida en 1225" (una fortaleza montana se encuentra construida sobre la parte rocosa de la montaña, pero debajo de la cima) le puede resultar más interesante al público mexicano, ya que no existe este tipo de construcción en su país. El principal propósito de esta traducción es llamarles la atención a los posibles visitantes (y compradores), por lo que se dará preferencia al término "fortaleza".

- Asimismo, resulta importante documentarse minuciosamente sobre las construcciones históricas, para tomar decisiones como la que acaba de detallarse, pero también para poder describirlas correctamente (algo que no aplica para el texto presente).

- ¿Qué hacer en caso de una redacción incorrecta o desafortunada del TF? El siguiente extracto parece contener errores o tener una redacción inapropiada, ya que contiene elementos injustificados o innecesarios: *Eingebettet in eine paradiesische Landschaft. Geprägt vom Rhein, endlosen Rebbergen, dichten Wäldern und den Hügeln des Randens, wie gemacht fürs Wandern und Velofahren – das ist das Schaffhauserland. Oder entdecken Sie…*. Entre *Landschaft* y *geprägt* debería ir una coma, y el conector *oder* exige un paralelismo de estructura inexistente aquí. El traductor no es esclavo de la forma en que está redactado del original. El propósito principal de esta traducción requiere de un texto fluido, natural y bien redactado que logre sus propósitos (impacto en el destinatario). Entonces se pueden (o deben) reestructurar algunas oraciones, por ejemplo, unirlas o separarlas. Propuesta de alumnos: "Schaffhauserland, enclavado en un paisaje paradisíaco, se conforma por el río Rin, interminables viñedos, densos bosques y las colinas del Randen, perfectos para practicar senderismo y ciclismo. Descubre también los 171 miradores…".
- Cuestiones gramaticales:

  Una muy conocida particularidad de la lengua alemana son sus declinaciones. Sin embargo, se olvida a menudo que en la traducción, si se usa el nombre original, generalmente no se conserva la forma declinada, sino que se usa el nominativo. Ejemplo: *eine Weindegustation im Schaffhauser Blauburgunderland*. Se trata de una zona productora del vino Blauburgunder (Pinot Negro). Si la traducción conserva el nombre en lengua fuente, de todas formas debería ponerse "la tierra del vino Blauburgunder de Schaffhausen" (y no "Schaffhauser").
- Evitar interferencias. Por ejemplo, la primera oración del texto 18 se tradujo de la siguiente manera: "Inmerso en un paisaje paradisiaco, moldeado por el Rin, interminables viñedos, bosques frondosos y las colinas del Randen, las cuales son perfectas para hacer senderismo y ciclismo se encuentra Schaffhauser", reproduciendo la estructura alemana que nombra el lugar a visitar hasta el final. Suena más natural la siguiente versión de alumnos: "Schaffhauserland, enclavado en un paisaje paradisíaco, se conforma por el río Rin, interminables viñedos, densos bosques y las colinas del Randen, perfectos para practicar senderismo y ciclismo".

Propuesta de traducción del texto 17:

De las cataratas del Rin al lago de Constanza: descubre Escafusa (Schaffhausen) y su región

En medio de un paisaje paradisiaco, modelado por el río Rin y cubierto hasta donde alcanza la vista de extensos viñedos y frondosos bosques, podrás realizar agradables caminatas y disfrutar de la naturaleza en esta maravillosa región enmarcada por las colinas del Randen. Atrévete a explorar el casco histórico de Escafusa, con sus 171 balcones voladizos, y siente en tu piel la suave brisa de las ensordecedoras cataratas del Rin. Disfruta de una cata del Blauburgunder, ese vino fresco y afrutado que es el orgullo de Escafusa, o pasea por el increíble pueblo de Stein am Rhein, una auténtica joya medieval con fachadas cubiertas de coloridos frescos.

La región de Escafusa es el destino perfecto para una excursión de un día: prepárate para realizar una hermosa caminata por los cerros del Randen y un romántico crucero sobre el Rin, para degustar los exquisitos vinos de la región, explorar las intrigantes callejuelas de Stein am Rhein y descubrir el encanto medieval de Escafusa, sin olvidar, por supuesto, el salto de agua más grande de Europa: las cataratas del Rin.

Propuesta de traducción texto 18:

Stein am Rhein

Stein am Rhein ("peña junto al Rin") es una pequeña ciudad histórica situada en medio de un paisaje paradisiaco. Es aquí donde el río Rin –que en los Alpes austriacos desemboca en el lago de Constanza– vuelve a separarse del lago.

El encanto de esta ciudad medieval cautiva desde el primer momento al visitante. Los frescos de sus fachadas son famosos en todo el mundo; también se distingue por su oferta culinaria y la variedad de souvenirs en sus tiendas. La fortaleza de Hohenklingen se alza sobre el casco antiguo con impresionantes vistas sobre la cadena volcánica del Hegau, el lago de Constanza y los pintorescos parajes que atraviesa el Rin. La abadía benedictina de Stein am Rhein es uno de los monasterios medievales mejor conservados de Suiza.

Tareas de traducción

Traducción 15. Touristische Werbung Bodensee

Encargo de traducción
Cliente: Asociación de empresas turísticas de México **Contexto del TF:** El ayuntamiento de la ciudad alemana promueve este destino para cualquier visitante de habla alemana, por medio de un catálogo que se consigue en la oficina turística local o que esta envía por correo. **Destinatarios del TM:** Turistas mexicanos, para que seleccionen un tour opcional en el marco de un paquete de viaje a Europa **Motivo del encargo:** Algunos operadores mexicanos desean incluir este destino en sus itinerarios de viajes a Europa y quieren promoverlo como una visita opcional adicional (muchos vendedores de paquetes ofrecen al turista la opción de realizar excursiones de un día con un pago extra, adicionalemente al itinerario básico). Se firmó un acuerdo con el ayuntamiento de esta localidad para mandar traducir la información. Los operadores mexicanos la difundirán como archivo pdf entre los clientes interesados en comprar un paquete para Europa (por mail o en las redes sociales).

Fotos: D.H.G.

Nota: El texto es un extracto de una revista turística de 59 páginas que incluye también publicidad para diversos servicios turísticos en la región (hoteles y restaurantes)

Meersburg – die strahlende Perle am Bodensee

Zum Greifen nah – Kulturerlebnis für alle Sinne

Die reizvolle Lage, barocke Bauwerke, herrliche Aussichtsterrassen und romantische Winkel machen Meersburg zu einem besonderen Anziehungspunkt. Und das Beste: Hinter den alten Mauern pulsiert das kulturelle Leben. Hier werden die schönen Künste gepflegt – in Konzerten, bei Ausstellungen, in Lesungen oder im Theater.

[…]

Jetzt entdecken – wahre Schätze reicher Geschichte

Einzigartig am Bodensee ist die barocke Silhouette Meersburgs mit den prachtvollen Schlossanlagen. Diese verdankt die Stadt den Konstanzer Fürstbischöfen und dem berühmten Barockarchitekten Balthasar Neumann. Von hier aus genießen Sie einen überwältigenden Panoramablick über den See.
Auch beim Schlendern durch die malerischen Gassen begegnet man Meersburgs reicher Geschichte auf Schritt und Tritt. So lädt die Museenstadt ihre Gäste ins Mittelalter und zur Droste, ins Barock, in die Welt der Bibel, in Gemäldesammlungen und zur Kulturgeschichte des Weines am See ein.

Eine der ältesten, größten und noch voll funktionsfähigen Weinpressen Europas steht im ehemaligen historischen Heilig-Geist-Spital. Rund um diesen Weintorkel von 1607 ist mit dem veneum bodensee ein Weinmuseum modernsten typs entstanden. Das Haus für Wein, Kultur und Geschichte ist mit seinem innovativen Konzept bislang einmalig in Deutschland.

Als Mitglied der Deutschen Fachwerkstraße liegt Meersburg auch auf einer der großen touristischen Routen Deutschlands.

Gehen Sie auf Entdeckungsreise – gerne auch bei einer spannenden Stadtführung.

Cita tomada de Stadt Meersburg (2024). *Meersburg am Bodensee. Gastgebermagazin 2024*: 3, 10, 14-15.

Actividades previas:

1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción de la promoción (TF)	
Finalidad	
Texto Recursos retóricos	

Gramática y sintaxis	
Léxico	
Relación imagen-texto	(Nota: Las imágenes que aparecen aquí no pertenecen al texto citado.)
Mensaje	

2) Buscar textos paralelos y anotar los elementos que pueden ser útiles para la traducción
3) Proponer una traducción

Traducción 16. Touristische Werbung Ostsee

Encargo de traducción

Cliente: Una empresa turística alemana que promueve viajes a todo el mundo y publica en su página web información sobre sus distintos destinos.
Contexto del TF: La página web da información general sobre el destino turístico (el mar Báltico) para el público de habla alemana; la página contiene links que dan acceso a diversas opciones de viaje a esta región (venta de viajes).
Destinatarios del TM: Público mexicano de todo tipo (agencias turísticas o público en general)
Motivo del encargo: La empresa desea promover el turismo internacional, incluyendo al mexicano. La promoción en español de México (el link se identificará por medio de una bandera mexicana) estará disponible en su página web y se espera que interese tanto a las agencias mexicanas (revendedoras) como al público en general.

Foto de Stephan Glauner en Unsplash, https://unsplash.com/es/fotos/banco-blanco-y-gris-a-la-orilla-del-mar-rItY0Pjv5Po?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash

[Name und Logo]

Die Ostsee - Reisetipps & Informationen

Mondäne Seebäder, kilometerlange flache Sandstrände, malerische Fischerdörfer, prächtige Hansestädte, bewaldete Steilküsten – das sind nur einige der zahlreichen Gründe, die für einen Urlaub an der Ostsee sprechen. Deswegen ist die Ostsee auch seit Jahren das beliebteste Ferienziel der Deutschen – und das zu jeder Jahreszeit. Entdecken Sie gemeinsam mit uns die Vielfalt der deutschen Ostseeküste!

Warum die Ostsee-Region? 8 Highlights, die diese Region so besonders machen

- Beliebt bei Sonnenanbetern: mehr Sonne gibt es nirgendwo in Deutschland!
- Für Ihr Wohlbefinden: Top Badewasserqualität und gesunde Meeresluft
- Perfekt für Familien: Feinsandige und breite Strände
- Entspannte Auszeit: Vielseitige Wellnessangebote
- Natur pur: dramatische Steilküsten und urwüchsige Wälder in den Nationalparks
- Radurlaub, Wassersport oder Wandern: wer Bewegung sucht, ist hier richtig!
- Für Architekturfreunde: ehrwürdige Hansestädte und mondäne Bäderarchitektur
- Perfektes Schlechtwetterprogramm: Kunst, Kultur und Geschichte erleben

Welche Speisen isst man an der Ostsee?

Urlaub an der Ostsee ist selten glamourös oder schick - und das spiegelt sich auch in den kulinarischen Spezialitäten wider. Allgemein schätzt man an der Ostsee vor allem regionale Produkte, die von einigen Köchen inzwischen auch sehr kreativ verarbeitet werden.

In den Restaurants an der Ostseeküste steht natürlich auch vor allem frischer Fisch auf der Speisekarte. Beliebte Fischspezialitäten sind Dorsch, Zander, Barsch und Scholle sowie - insbesondere auf der Insel Rügen - Karpfen und Hering.

Beliebt bei den Einheimischen sind auch süß-saure Zutaten, etwa Rosinen im Grünkohl, Backpflaumen im Gänsebraten oder Honig am Rippenbraten. Zum Nachtisch wird an der Ostsee vielfach die beliebte Rote Grütze mit Vanillesoße angeboten. Der vitaminhaltige Sanddorn, der an der Ostseeküste wild wächst, wird gerne zu Kuchen, Eis oder Likör verarbeitet.

Cita tomada de www.berge-meer.de/info/ostsee.

Actividades previas:

1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción de la promoción (TF)	
Finalidad	
Texto Recursos retóricos	
Relación imagen-texto	(Nota: La imagen que aparece aquí no pertenece al texto citado.)
Gramática y sintaxis	
Léxico	
Mensaje	

2) Buscar textos paralelos y anotar los elementos que puedan ser útiles para la traducción.
3) Proponer una traducción

VI - TAREAS COMENTADAS

En este capítulo se proporcionan respuestas a las actividades previas de las dieciséis tareas de traducción que se encuentran en el cuerpo del texto. También se ofrecen propuestas de traducción para trece de estas tareas (no hay propuesta de traducción para las tareas 4, 5 y 10, se recomienda trabajarlas en clase). Las propuestas deben entenderse como sugerencias, y no como la única traducción posible.

Doce de estas tareas fueron sometidas a estudiantes (todas ellas mujeres) de la Licenciatura en Traducción de la ENES León, Unidad de Extensión San Miguel de Allende, para que realizaran traducciones de prueba y anotaran los problemas encontrados durante el proceso de traducción. Cinco de las estudiantes pertenecían al nivel A2, dos al A2+ y dos al B1 del MCERL. Al final de los comentarios a cada una de las doce tareas se agrega un apartado titulado "Propuestas de las estudiantes", donde se van glosando algunas observaciones sobre las traducciones entregadas. Para cada texto se pidieron dos propuestas estudiantiles. Las estudiantes podían usar todo tipo de obras de consulta (diccionarios, enciclopedias, gramáticas, etc.), pero no podían recurrir a traductores automáticos o inteligencia artificial. Uno de los objetivos era comprobar si las tareas podían realizarse con un nivel A2+/B1 de alemán. Suponiendo que los hallazgos pueden representar a un público estudiantil más amplio, se identificaron logros y desaciertos en las pruebas y se señalaron los aspectos a fortalecer, algunos son tema de este libro y otros no van incluidos aquí.

Traducción 1. Ein komischer Nachbar

Encargo de traducción
Cliente: Un ciudadano alemán que emigró a México hace unas décadas. **Contexto del TF:** El texto fuente forma parte de una biografía más amplia del autor, redactada en forma de episodios biográficos. El autor prefiere redactarla en alemán ya que es la lengua que mejor domina, pero el texto no será ni leído ni publicado en lengua alemana. Su única función es fungir como TF para realizar su traducción al español. **Destinatarios del TM:** Los nietos mexicanos del destinatario (todavía niños) que no entienden el alemán. **Motivo del encargo:** El autor y cliente quiere dejar un testimonio de su vida para sus nietos, por lo que manda traducir este texto al español. Pide que la redacción sea natural y coloquial, pero no infantil, ya que considera que sus nietos lo leerán con más interés cuando sean adultos.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los

- Verbos y partículas en posición final
- Marcadores de causa, finalidad y consecuencia
- Sujetos impersonales

Nota: Adicionalmente se marcan los segmentos que se han traducido con perífrasis verbales y gerundios (color gris), así como la única partícula modal (palabra de condimento) que aparece en el TF (color rojo). En el TM se marcan también algunas comas (azul) que no existen en el TF.

Colores Traducción 1

Segmentos que pueden traducirse por medio de perífrasis verbales y gerundios	"palabras de condimento" (1)	Verbos y partículas en posición final	
Causa, finalidad y consecuencia		Sujetos impersonales	

August 2024

Ein komischer Nachbar

In jenen Tagen Anfang der 80er Jahre des vorigen Jahrhunderts hatte man noch keine Handys. Wenn man auf der Straße Bekannte traf, sprach man miteinander. Man sagte zum Beispiel „Was macht das Studium?“ oder „Ist die Oma noch krank?“ usw.

Wir hatten aber einen Nachbarn, der sehr komisch war. Egal, ob die Sonne schien, ob es regnete oder schneite, immer trug er einen langen schwarzen Mantel und einen altmodischen schwarzen Hut. Das war, um aufzufallen. Wir fanden ihn komisch, weil er sich nie mit uns unterhielt. Es gab kein Thema, über das man mit ihm reden konnte. Er war aber nicht stumm, denn wenn er auf der Straße unterwegs war, redete er mit sich selbst. Dann hörten wir ihn manchmal einen Monolog wie diesen sprechen: „Ich komme gerade vom Friseur, der kann gar nicht richtig Haare schneiden, der ist unfähig und wird das nie lernen. Es ist nicht zu glauben, wie schlecht der arbeitet. Langsam bekomme ich eine Glatze! Deshalb gehe ich da auch nicht mehr hin, das war das allerletzte Mal! Ich werde nie mehr zu ihm gehen!“ Dann merkte er manchmal, dass wir ihn verfolgten. Wir hatten Angst vor ihm, trotzdem verfolgten wir ihn, wir wollten nämlich hören, was er für komisches Zeug redete. Dann schrie er uns manchmal an: „Ich rede überhaupt nicht mit euch, ihr sollt verschwinden!“

Laut den Psychologen ist so ein Verhalten ein deutliches Zeichen für eine neurotische Erkrankung.

Heute, mehr als 40 Jahre später, muss ich jedes Mal an ihn denken, wenn ich Leute alleine auf der Straße sprechen höre. Heute sind die Straßen ja voll mit

solchen “Verrückten”. Aber sie haben ein Handy in der Tasche und einen Knopf im Ohr.

Eben habe ich mit meiner Cousine telefoniert und sie erzählte mir – lachend – dass er immer noch da wohnt und jetzt auch solche Knöpfe in den Ohren trägt, wenn er auf der Straße mit sich selbst spricht.

Propuesta de traducción

Agosto de 2024

Un vecino extraño

En aquellos días, a inicios de los años 80 del siglo pasado, la gente todavía no usaba celulares. Cuando uno se topaba con algún conocido en la calle, solía entablarse una plática. Por ejemplo, se decía: “¿Qué tal tus estudios?” o “¿Sigue enferma la abuela?”, etc.

Pero teníamos un vecino muy raro. Sin importar si hacía sol, si llovía o nevaba, siempre iba vestido todo de negro con un abrigo largo y un sombrero anticuado. Hacía eso para llamar la atención. Lo veíamos raro pues nunca nos sacaba plática. No había ningún tema del cual platicar con él. Pero no era mudo, porque cuando iba caminando por la calle hablaba solo.

A veces le escuchábamos monologar más o menos así: “Acabo de salir de la estética, el tipo no sabe cortar el cabello, ¡es un inepto y nunca va a aprender! Es increíble lo mal que trabaja. ¡Me estoy quedando pelón! ¡No vuelvo con él, esta fue la última vez! ¡Nunca jamás voy a regresar con él!” A veces se daba cuenta de que lo estábamos siguiendo. Nos daba miedo, pero aún así lo seguíamos porque queríamos escuchar las cosas extrañas que decía. Luego, a veces nos gritaba: “No estoy hablando con ustedes, ¡lárguense!”

Según los psicólogos, este tipo de comportamiento es una señal clara de un trastorno neurótico.

Hoy, más de 40 años después, cada vez que escucho a alguien hablar solo en la calle, tengo que pensar en él. Resulta que ahora las calles están llenas de este tipo de “locos”. Pero llevan un celular en la bolsa y unos auriculares en la oreja.

Acabo de hablar con mi prima por teléfono y me dijo, entre risas, que el tipo sigue viviendo ahí y que ahora también lleva auriculares en la oreja cuando anda hablando consigo mismo en la calle.

COMENTARIOS

Este ejemplo permite observar que el binomio traducción-documento – traducción-instrumento no es un criterio suficiente para tomar todas las decisiones con respecto al TM.

Función: la razón de ser del texto en alemán es servir como TF para la elaboración del TM, aunque puede decirse que ambos buscan cubrir la misma función, es decir, dejar un testimonio de vida (documento) a los nietos del autor/cliente.

A primera vista, el TM corresponde al perfil general de una traducción-documento (su función es documentar, no tiene un uso práctico en la cultura meta). Sin embargo, según el encargo, la redacción (registro, estilo, léxico) debe ajustarse al público meta (los nietos hispanohablantes cuando sean adultos). Esto justifica alejarse en algunos segmentos de la secuencia exacta del TF. Sin embargo, no debe caerse en el error de usar una jerga demasiado juvenil o contemporánea, no sólo porque esta habrá cambiado cuando los nietos sean adultos, sino también porque la voz usada debe guardar coherencia con la edad del autor.

En cuanto a los elementos contrastivos, hay que prestar especial atención a las perífrasis verbales y los gerundios que pueden usarse en español, así como a las reglas de puntuación en español. No causarán problemas los verbos y partículas en posición final, siempre y cuando se identifiquen adecuadamente. Desde luego, la redacción del TM debe ajustarse a la sintaxis del español (evitando cualquier interferencia del alemán).

Deben considerarse las diferentes opciones para traducir los sujetos impersonales en alemán. *man*: la gente, uno, construcción con "se". En algunos casos es posible omitirlos por completo o, mejor dicho, convertirlos en sujetos implícitos: *Es gab kein Thema, über das man mit ihm reden konnte.* – "No había ningún tema del cual platicar con él."

La partícula modal *ja* señala aquí que se agrega un elemento explicativo. Se ha traducido como "resulta que", aunque podría omitirse sin mayor pérdida de sentido.

Es innecesaria la traducción del conector *deshalb*, ya que en el TM la relación lógica (de consecuencia) se desprende del contexto.

Propuestas de las estudiantes

Las estudiantes detectaron todos los casos del sujeto impersonal *man*, aunque una de ellas no identificó que el pronombre *es* también funge como sujeto impersonal. Sin embargo, esto no afectó a su traducción, ya que suprimió atinadamente el sujeto *es*, dejándolo como sujeto implícito.

En cuanto a los marcadores de causa, finalidad y consecuencia, se identificaron todos, pero también se marcaron conectores que no pertenecen a esta categoría (como *dann, aber, eben, dass*). Se marcó correctamente la relación de finalidad en la oración *Das war, um aufzufallen*, aunque una de las propuestas no reproduce esta finalidad, tal vez por no identificar el sujeto (el vecino) de la estructura *um… zu*. Esta traducción ("lo cual nos daba

curiosidad”) cambia completamente la perspectiva al hacer desaparecer la (supuesta) intención del vecino. La segunda propuesta reproduce con mayor integridad semántica la idea del segmento original por medio de una reducción: “Así llamaba la atención”.

Una de las estudiantes tradujo *Ich rede überhaupt nicht mit euch, ihr sollt verschwinden* literalmente como “deberían desaparecer”, haciendo patente la insuficiencia del diccionario bilingüe cuando no se toma en cuenta el contexto lingüístico o, mejor dicho en este caso, cuando no se identifica una expresión idiomática. “¡Lárguense de aquí, no estoy hablando con ustedes!” (propuesta 2) es una traducción adecuada.

Una de las propuestas introduce en la última oración un falso sentido: “todavía usa esos botones en la oreja”. El problema de comprensión probablemente se deba a la dificultad de interpretar la palabra *Knopf* que hace referencia a “audífonos inalámbricos”. Tal vez, esto haya ocasionado también la confusión con el adverbio de tiempo, cuando se traduce *jetzt auch* (literalmente “ahora también”, es decir, se hace referencia a algo nuevo) como “todavía” (como si antes ya los hubiera usado). Pero el personaje antes no usaba auriculares inalámbricos, porque estos ni siquiera existían (como lo especifica el mismo texto). El relato deja la puerta abierta a la posibilidad de que el vecino siga hablando solo (con los auriculares en la oreja). La traducción “todavía” rompe la coherencia interna del relato. La segunda estudiante propuso una amplificación explícita, que no deja lugar a malinterpretaciones: “Pero ahora llevan un celular en su bolso y un botón en la oreja”.

Cabe destacar que una de las estudiantes cumplió ampliamente con el encargo estilístico de la traducción, redactando el TM de forma natural y coloquial.

Para lograrlo, recurrió a perífrasis verbales y gerundios, además de agregar interjecciones o formas de hablar propias del lenguaje oral (“la verdad”, “ni nada”). Como técnicas de traducción utilizó, entro otros recursos, la ampliación (“cara a cara”) o la compresión lingüística (“nada” en vez de “ningún tema”). Ejemplos:

“La gente hablaba cara a cara entre ellos y decían, por ejemplo…”

“La verdad también nos parecía raro porque nunca nos hablaba, no había nada de lo que pudiéramos hablar con él; sabíamos que no era mudo ni nada porque cuando iba por la calle siempre hablaba solo.”

“Apenas voy saliendo de la estética, pero se nota que ahí no saben cortar el cabello, ni siquiera pueden aprender a hacer eso bien. No entiendo cómo es que pueden trabajar así, ¡hasta pareciera que cada vez estoy más pelón! No volveré a ese lugar, ¡esta fue la última! No volveré ahí jamás…”

Una estudiante señaló la tensión que existe entre el autor de la tercera edad y el público meta, jóvenes adultos. El reto de la traducción consiste en acercar el lenguaje a este público, “pero sin perder la noción de que quien escribe es una persona adulta de la tercera edad”.

En resumen, las estudiantes lograron en amplia medida identificar los elementos contrastivos estructurales y respetar las instrucciones de redacción inherentes al encargo de traducción. Recurrieron a perífrasis verbales, gerundios, y otros recursos estilísticos de la LM, así como a técnicas de traducción, lo que redunda en una redacción natural y coloquial, que no incurre en modismos demasiado contemporáneos.

Hubo muy pocos problemas de comprensión léxica, aunque algunos de gravedad que condujeron a falsos sentidos en el TM. Esta tarea vuelve a poner de manifiesto **la importancia de entrenar el trabajo con el diccionario bilingüe, ya que esta competencia no debe darse por sentada**. Asimismo, se hace evidente la importancia de estudiar la fraseología de la LE (expresiones idiomáticas, locuciones, proverbios, etc.), ampliamente presente en los textos generales a traducir.

Traducción 2. Ein Tag im Leben von Frauke Pfister

Excepcionalmente no se proporciona una situación de traducción, dado que no se trata de un texto auténtico, sino de un mero constructo con fines didácticos. Su finalidad consiste en identificar y traducir en un contexto (sólo interno, ya que no existe un externo por falta de una situación de traducción) los verbos separables y con prefijo inseparable.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los verbos separables y con prefijo inseparable del texto, anotar su significado en español.

Nota: Aquí se marcan también las palabras compuestas y las "palabras de condimento" (partículas modales).

Colores Traducción 2

Verbos con prefijo inseparable	"palabras de condimento"		Verbos separables
Repetición de la palabra "dann"			Palabras compuestas

Ein Tag im Leben von Frauke Pfister

Frauke Pfister ist eigentlich Schauspielerin, aber zur Zeit ist sie arbeitslos. Wie verbringt sie heute ihren Tag? Sie wacht um sieben Uhr auf, aber dann erinnert sie sich, dass sie ja nicht arbeiten muss. Also schläft sie noch ein Stündchen weiter. Um acht steht sie dann aber auf. Sie zieht das Nachthemd aus und den Morgenmantel an. Sie beantwortet schnell ein paar WhatsApp-Nachrichten, bevor sie ins Bad geht. Sie sieht sich im Spiegel an und fragt sich: "Sehe ich heute gut aus?" Dann kämmt sie sich so lange, bis sie sich gefällt. Ihre Freunde sagen, dass

sie gut aussieht. Warum hat sie dann die Rolle als Medea nicht bekommen? Sie stellt sich vor, wie sie Medea darstellt. Sie liest die Stellenanzeigen durch und findet eine interessante Stelle an einem Theater. Sie entschließt sich, dort anzurufen. „Kommen Sie doch am Nachmittag mal vorbei“, sagt der Verantwortliche, „und bringen Sie Ihre Zeugnisse mit“. Frauke zieht sich also um, kauft noch schnell ein paar Sachen im Supermarkt ein und versucht dann, sich auf das Gespräch vorzubereiten. Aber wie bereitet man sich vor, wenn man gar nicht so genau weiß, um was es geht? Gegen 15 Uhr verlässt sie das Haus. Doch dann stellt sie fest, dass sie ihre Zeugnisse vergessen hat. Also geht sie noch einmal zurück und holt die Unterlagen. Dann geht sie wieder los – jetzt muss sie sich aber beeilen. Weil sie so schnell geht, passt sie nicht auf und rempelt fast einen Mann an. „Passen Sie doch auf!“, schreit er sie an. „Es tut mir leid“, murmelt sie und rennt weiter. Sie steigt in die Straßenbahn ein, die Fahrt wird 40 Minuten dauern, in der Zeit denkt sie nach, wie sie ihre Berufserfahrung zusammenfassen kann. Als sie an der Haltestelle ankommt, wo das Theater ist, steigt sie aus und sieht sich um. Wo ist die Adresse? Sie sieht auf dem Zettel nach, wo sie die Adresse aufgeschrieben hat. „Gehen Sie an der Kirche vorbei“, hatte der Mann gesagt, „das Büro ist dann gleich rechts, Sie müssen die Treppe hinaufgehen. Ich freue mich, Sie kennenzulernen“. Jetzt ist sie angekommen und geht die Treppe hoch. Jemand macht die Tür auf und sagt: „Kommen Sie rein“. Doch was ist das? Was ist das für ein Lärm? Der Wecker klingelt und zerstört alles. Sie wacht auf, es ist schon 10 Uhr. Es gibt kein Büro und niemand empfängt sie. Leider hat sie alles nur geträumt. Gerne möchte sie weiterträumen…

Propuesta de traducción

Un día en la vida de Frauke Pfister

Frauke Pfister ha trabajado como actriz, pero actualmente se encuentra desempleada. ¿Qué hace el día de hoy? Despierta a las siete de la mañana, pero luego recuerda que no tiene que ir a trabajar. Entonces sigue durmiendo otro ratito. Pero termina levantándose a las ocho. Se quita el camisón y se cubre con una bata. Se pone a contestar unos cuantos mensajes de WhatsApp antes de entrar a la sala de baño. Se mira en el espejo, preguntándose: “¿Me veo bien este día? Luego se peina hasta estar satisfecha con su peinado. Dicen sus amigos que es guapa. Pero entonces, ¿por qué no le dieron el papel de Medea? Se imagina a sí misma interpretando a Medea. Recorre los anuncios de empleo y encuentra una oferta interesante en un teatro. Decide hablarles. “¿Qué le parece pasar a verme esta tarde?”, dice el responsable, “y traiga sus certificados y referencias”.

Entonces Frauke se viste, va rápido al súper para comprar algo y luego intenta prepararse a la entrevista. ¿Pero cómo prepararse si no se tiene muy claro de qué se trata? Sale de la casa como a eso de las tres de la tarde. Pero pronto se da cuenta de que ha olvidado sus documentos. Así que regresa a su casa a traerlos. Vuelve a salir, ahora lleva prisa. Por andar caminando tan rápido, no pone atención y casi choca con un señor. "¡Mira por donde vas!, ¿estás ciega?", le grita. "Lo siento", murmura Frauke y continúa corriendo. Se sube al tranvía, el recorrido será de 40 minutos. Aprovecha este tiempo para pensar cómo podría resumir su experiencia profesional. Cuando llega a la parada cerca del teatro se baja y mira a su alrededor. ¿Dónde estará esta dirección? Revisa la hoja donde tiene anotada la dirección. "Hay que pasar por la iglesia", le había dicho el hombre, "luego va a encontrar la oficina a su derecha, de ahí hay que subir las escaleras. Me dará gusto conocerla." Ya encontró el edificio y va subiendo las escaleras. Alguien está abriendo una puerta y dice: "Bienvenida, pásele." ¿Pero qué ocurre? ¿Qué es este ruido? Suena la alarma y lo destruye todo. Frauke despierta, ya son las diez. No hay ninguna oficina y nadie la recibe. Por desgracia, todo fue un sueño. ¡Cómo le gustaría seguir soñando…!

COMENTARIOS

Palabras compuestas

Casi todas tienen un equivalente en español que consiste en una sola palabra, salvo *Berufserfahrung* que se traduce con sustantivo + adjetivo y *Stellenanzeige* = anuncio de empleo.

Verbos separables

Se observan cinco casos:

1) El verbo separable puede traducirse por medio de un solo verbo en español:
   ankommen – llegar
   anrempeln – chocar
   anrufen – hablar (por el contexto se entiende que es por teléfono)
   anschreien – gritar (a alguien)
   aufmachen – abrir
   aufschreiben – anotar
   aufwachen – despertar
   darstellen – representar, interpretar
   einkaufen – comprar
   hinaufgehen – subir
   hochgehen – subir
   kennenlernen – conocer
   losgehen – partir, irse (aquí: salir)
   mitbringen – traer
   nachdenken – pensar

nachsehen – revisar
reinkommen – pasar, entrar
vorbeigehen – pasar por
zurückgehen – regresar
zusammenfassen – resumir

2) En español el verbo es reflexivo, pero no así en alemán:
aufpassen – fijarse
aufstehen – levantarse
aussehen – verse
aussteigen – bajarse
einsteigen – subirse

3) En alemán el verbo es reflexivo, pero no así en español:
sich umsehen – mirar a su alrededor

En algunos casos, los verbos son reflexivos en ambas lenguas:
sich ansehen – mirarse (aquí: en el espejo)
sich anziehen – vestirse (aquí: cubrirse, ya que no se viste realmente)
sich ausziehen – quitarse (ropa)
sich umziehen – cambiarse (de ropa)
sich vorbereiten – prepararse
sich etw. vorstellen – imaginarse algo

4) Se traduce con dos verbos:
feststellen – darse cuenta
vorbeikommen – pasar a ver
weiterrennen – continuar corriendo
weiterschlafen – seguir durmiendo
weiterträumen – seguir soñando
wieder losgehen – volver a salir

5) En la traducción se recurre a otro verbo o se cambia el verbo por una palabra perteneciente a otra categoría gramatical:
aufpassen – literalmente: poner atención, fijarse. Pero aquí se transforma en una pregunta retórica que expresa enojo (¿estás ciega?).
gut aussehen – ser guapa
durchlesen – leer, hojetear, aquí: desplazarse por, recorrer (en un dispositivo electrónico)

bevor sie ins Bad geht: “antes de entrar a la sala de baño” (para peinarse). Y no literalmente “antes de ir al baño”.

Notas: *leid tun* se compone de dos palabras (desde la Reforma Ortográfica)

Verbos con partícula inseparable

Se presentan tres casos:

1) La mayoría de estos verbos corresponden a un solo verbo en español (según el diccionario):
   beantworten – contestar
   empfangen – recibir (una persona, una entrega)
   vergessen – olvidar
   verlassen – abandonar, salir (de algún lugar)
   versuchen – intentar
   zerstören – destruir

2) Verbos reflexivos en ambas lenguas:
   (sich) beeilen – apurarse, llevar prisa
   (sich) entschließen – decidirse
   (sich) erinnern – acordarse (de), también: recordar (transitivo)

3) En la traducción se usa otro verbo o se cambia el verbo por una palabra perteneciente a otra categoría gramatical:
   bekommen – recibir (algo). Por razones estilísticas, aquí se cambió la perspectiva del receptor al otorgante: le dan.
   gefallen – gustar, aquí se optó por: estar satisfecho
   verbringen – pasar (el tiempo). Aquí se optó por simplificar: hacer

"Palabras de condimento" (partículas modales)

La oración con dos partículas modales –*Kommen Sie doch am Nachmittag mal vorbei* (ambas expresan propuesta y énfasis) – se ha transformado en una pregunta: "¿Qué le parece pasar a verme esta tarde?" que rescata el matiz de propuesta.

En cuanto a la oración *Passen Sie doch auf!*, se ha omitido traducir *doch* en el TM (énfasis en el enojo), el enojo se recupera con una pregunta retórica poco cortés.

¡Ojo! En la oración *Doch dann stellt sie fest*…, "*doch"* no es una partícula modal, sino una conjunción adversativa que podría sustituirse por *aber*.

Propuestas de las estudiantes

Las estudiantes de nivel A2+ detectaron casi todos los verbos separables y verbos con partícula inseparable. En términos generales, sus traducciones lograron reproducir el significado (aunque no siempre de manera elegante). Propusieron técnicas de traducción, tales como la ampliación (añadir elementos lingüísticos), la modulación (cambio de perspectiva) o la transposición (cambio de categoría gramatical). En efecto, en los casos en

los que no existe una equivalencia en un solo verbo, es indispensable agregar elementos lingüísticos para reproducir el significado de la partícula: *sehen* – ver, *sich sehen* – verse (mútuamente o en el espejo), pero: *sich umsehen* – mirar **a su alrededor**.

Otros aspectos léxicos y estilísticos

Como punto positivo, una de las propuestas se esforzó explícitamente por naturalizar los discursos directos, alejándose de la traducción literal. Ejemplo: *Kommen Sie doch am Nachmittag mal vorbei* –Dese una vuelta al mediodía (en vez de usar el verbo "pasar"), a pesar del falso sentido que se ha introducido aquí: *Nachmittag* y "mediodía" remiten a diferentes momentos del día.

En una de las propuestas, *Zeugnisse* se tradujo como "certificados de formación", en la otra como "referencias de su trabajo". En alemán, *Zeugnis* puede referirse a certificados escolares o universitarios, pero también a referencias de trabajo. Por lo general, en una entrevista de solicitud de empleo se presentan ambos tipos de documentos, por lo que lo más adecuado sería mencionar ambos.

Una de las estudiantes hizo notar que el TF contiene muchas repeticiones del adverbio *dann*. En efecto, a la hora de redactar el texto fue una flaqueza estilística inconsciente, debido a que en la narración se encadenan secuencias de sucesos. Como no existe un encargo de traducción para este texto, no se dispone de un criterio para tomar una decisión al respecto. Las opciones son: conservar la repetición en el TM o tratar de introducir variaciones (otros adverbios, conectores). En algunos casos incluso puede omitirse la traducción de *dann*. En la oración *Warum hat sie dann die Rolle als Medea nicht bekommen?*, *dann* no tiene una función temporal, sino que remite a las circunstancias. Una posible equivalencia es el adverbio "entonces" (en el sentido de "por tanto, siendo así las cosas"), por el que optaron ambas estudiantes.

"Palabras de condimento"

Passen Sie doch auf! se tradujo por "¡Ten cuidado! / ¡Tenga cuidado!", lo que elimina el matiz de enojo que aporta la partícula modal.

Detalle ortotipográfico

Una estudiante propuso remplazar las comillas del discurso directo por una raya, para adecuarse a las normas ortotipográficas del español. Es una propuesta atinada, aunque en español tanto los guiones largos de diálogo como las comillas se consideran correctos. Si se usan las comillas, la adaptación debe consistir en colocar las de inicio en la parte de arriba (contrariamente a la lengua alemana, donde se colocan abajo).

Resumen

Con la ayuda de listas de verbos separables y verbos con partícula inseparable, las estudiantes de un nivel A2+ de alemán no tienen problemas para identificar estos verbos, buscar un equivalente de traducción o, en ocasiones proponer traducciones creativas que van más allá de los equivalentes del diccionario.

Traducción 3. Franz Hohler: Der Verkäufer und der Elch

Encargo de traducción
Clienta: La docente del seminario "Ventas y ética" que se imparte en el departamento de filosofía económica de una universidad mexicana. **Contexto del TF:** Texto literario del autor publicado en diversas antologías. **Destinatarios del TM:** Los estudiantes del seminario (sin conocimientos de alemán). **Motivo del encargo:** Para ejemplificar un tema del seminario, la docente quiere distribuir este texto en forma de volante en una de sus clases, por lo que lo manda traducir al español. Lo importante para ella es el mensaje, no la calidad literaria del texto.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los sustantivos compuestos y buscar los dos adverbios preposicionales del texto.

Nota: Se marca también la única partícula modal ("palabra de condimento") que aparece en el texto (color rojo).

Colores Traducción 3

	"Palabra de condimento"		
	Adverbios preposicionales		Sustantivos compuestos

Der Verkäufer und der Elch

von Franz Hohler

Kennt ihr das Sprichwort „Dem Elch eine Gasmaske verkaufen"? Das sagt man im Norden von jemandem, der sehr tüchtig ist, und ich möchte jetzt erzählen, wie es zu diesem Sprichwort gekommen ist.

Es gab einmal einen Verkäufer, der war dafür berühmt, dass er allen alles verkaufen konnte. Er hatte schon einem Zahnarzt eine Zahnbürste verkauft, einem Bäcker ein Brot und einem Obstbauern eine Kiste Äpfel.

„Ein wirklich guter Verkäufer bist du aber erst", sagten seine Freunde zu ihm, „wenn du einem Elch eine Gasmaske verkaufst.

Da ging der Verkäufer so weit nach Norden, bis er in einen Wald kam, in dem nur Elche wohnten.

„Guten Tag“, sagte er zum ersten Elch, den er traf, „Sie brauchen bestimmt eine Gasmaske“.

„Wozu?“, fragte der Elch. „Die Luft ist gut hier.“

„Alle haben heutzutage eine Gasmaske“, sagte der Verkäufer.

„Es tut mir Leid“, sagte der Elch, „aber ich brauche keine“.

„Warten Sie nur“, sagte der Verkäufer, „Sie brauchen schon noch eine“.

Und wenig später begann er mitten in dem Wald, in dem nur Elche wohnten, eine Fabrik zu bauen.

„Bist du wahnsinnig?“, fragten seine Freunde.

„Nein“, sagte er, „ich will nur dem Elch eine Gasmaske verkaufen“.

Als die Fabrik fertig war, stiegen so viel giftige Abgase aus dem Schornstein, dass der Elch bald zum Verkäufer kam und zu ihm sagte: „Jetzt brauche ich eine Gasmaske“.

„Das habe ich gedacht», sagte der Verkäufer und verkaufte ihm sofort eine. „Qualitätsware“, sagte er lustig.

„Die anderen Elche“, sagte der Elch, „brauchen jetzt auch Gasmasken. Hast du noch mehr?“ (Elche kennen die Höflichkeitsform „Sie“ nicht.)

„Da habt ihr Glück“, sagte der Verkäufer, „ich habe noch Tausende“.

„Übrigens», sagte der Elch, „was machst du in deiner Fabrik?“

„Gasmasken“, sagte der Verkäufer.

Propuesta de traducción

El vendedor y el alce

de Franz Hohler

¿Conocen la expresión “Vender una máscara de gas a un alce”? En el norte de Europa, es lo que suele decirse cuando alguien es muy hábil, y les quiero contar cómo surgió esta expresión.

Había una vez un vendedor que tenía fama de poder vender cualquier cosa a cualquiera. Un día le había vendido un cepillo de dientes a un dentista, otro día un pan a un panadero y luego también una caja de manzanas a un fruticultor.

“Pero si realmente quieres ser un vendedor de primera», le dijeron sus amigos, “te falta vender una máscara antigás a un alce”.

»Entonces, el vendedor agarró camino rumbo al norte, hasta llegar a un bosque en el que solo vivían alces.

“Buenos días”, le dijo al primer alce que encontró, “estoy seguro de que usted necesita una máscara antigás”.

“¿Para qué?”, preguntó el alce. “El aire es puro por aquí”

“Hoy en día todo el mundo tiene una máscara antigás”, dijo el vendedor.

“Lo siento mucho”, dijo el alce, “pero no necesito ninguna”.

“Ya verá,” dijo el vendedor, “pronto va a necesitar una”.

Poco tiempo después empezó a construir una fábrica, justo en medio del bosque donde vivían los alces.

“¿Te has vuelto loco?” le preguntaron sus amigos.

“No”, dijo, “solo quiero vender una máscara antigás al alce”.

Cuando la fábrica estuvo terminada, salieron tantos gases tóxicos de su chimenea, que pronto el alce buscó al vendedor para decirle: “Ahora sí necesito una máscara antigás”.

“Es lo que pensé”, dijo el vendedor e inmediatamente se puso a venderle una. “Producto de calidad”, dijo con una sonrisa.

“Ahora los otros alces también necesitan máscaras antigás”, dijo el alce. “¿Tienes más?” (los alces desconocen la forma de cortesía “usted”).

“Que suerte tienes”, dijo el vendedor, “me quedan miles”.

“Por cierto”, dijo el alce, “¿qué estás produciendo en tu fábrica?”

“Máscaras antigás”, dijo el vendedor.

COMENTARIOS

Se trata de un texto literario. Según el encargo de traducción, la función de la traducción consiste únicamente en transmitir “el mensaje” o la moraleja del texto para fines didácticos. La clienta no pide que se preste especial atención a la calidad literaria del TM. Sin embargo, debido a que el contenido y la forma de un texto literario están íntimamente ligados, la decisión del traductor consistirá en conservar en el TM, en la medida de lo posible, la calidad literaria del TF, en particular su estilo lacónico y repetitivo (por ejemplo, se repite catorce veces el verbo *sagen*). En palabras del propio autor, estamos frente a una “fábula sobre economía y ecología” (Auchter, 2020).

Interpretación:

Por sencillo que parezca, el texto abarca muchos aspectos que pueden retomarse para la interpretación. En la brevedad de los diálogos se refleja la actitud del protagonista (el vendedor), que busca conseguir ganancias económicas de una manera eficaz y directa (por eso hay poca variación estilística en su discurso). Para lograr su propósito, pasa por alto cualquier consideración de tipo ético o ecológico. Irónicamente, el narrador del cuento hace hincapié en que los alces desconocen el pronombre "usted" (no se hablan de forma cortés), mientras que el vendedor se dirige al alce muy cortésmente (lo que es absolutamente necesario tomar en cuenta para el TM). Pero en realidad su cortesía es un engaño, ya que persigue un fin puramente financiero, que provocará un impacto negativo en el estilo de vida, la salud y la economía de los alces, además de deteriorar el medio ambiente de la región. Y una vez logrado su propósito, deja caer la máscara de la cortesía, usando la forma coloquial *ihr* (*da habt ihr Glück*). He aquí un punto neurálgico para la traducción, ya que en el español de México la forma de cortesía del plural de "tener" (Uds. tienen) es la misma que la forma informal de la segunda persona plural (ustedes tienen). Para reproducir el cambio de actitud del vendedor en este punto se optó por usar el singular (tienes), dándole prioridad a este aspecto por encima del hecho de que el vendedor se dirige a la totalidad de los alces (en plural). La pérdida semántica que esto conlleva se compensa a partir del contexto (los enunciados del alce y del vendedor inmediatamente antes y después del enunciado en cuestión).

El cuento se dirige directamente a los lectores (*Kennt ihr…?*). No hay elementos para saber exactamente quiénes son estos lectores. Sin embargo, la conjugación en segunda persona plural, con el pronombre *ihr*, los coloca del lado de los alces, víctimas de una acción insidiosa.

El desenlace del cuento se conserva para el final. Para lograr su propósito, el vendedor va creando una situación paradójica: genera la necesidad de compra de un producto que no se necesita a través de los efectos negativos de su fabricación.

El inicio con *es gab einmal* hace alusión al inicio habitual de los cuentos de hada (*es war einmal*) y, de esta manera, remite al contenido meramente ficticio de este cuento corto, que también tiene rasgos de una fábula (las fábulas tienen una moraleja).

Si se es consciente de la calidad literaria del TF, el perfil del TM debe apuntar a una traducción literaria (que escapa al binomio documental–instrumental), conservando en el TM, en la medida de lo posible, los rasgos literarios del TF (estilo lacónico, entre otros) que están íntimamente ligados a su contenido semántico. Esto no significa infringir el encargo de traducción (que solo busca rescatar "el mensaje"), sino, por el contrario, cumplirlo, en el sentido de que el TM toma en cuenta todos los elementos que constituyen este mensaje.

Palabras compuestas, dos casos

1) Su equivalente en español consta de una sola palabra:

Zahnarzt – dentista
Obstbauer – fruticultor
Schornstein – chimenea
Sprichwort – dicho, proverbio

2) Corresponden a un conjunto de palabras: ej. sustantivo + preposición + sustantivo

Abgase – gases tóxicos, emisiones tóxicas
Gasmaske – máscara antigás
Zahnbürste – cepillo dental
Qualitätsware – producto de calidad
Höflichkeitsform – forma de cortesía

Adverbios preposicionales

Siempre tienen que traducirse si corresponden a una pregunta:
Wozu? – ¿Para qué? (necesitar algo para algo)
Por el contrario, no es necesario traducir *dafür*, que se suprime en español.

Würzwort *schon*

Sirve aquí para minimizar la importancia de la negativa del alce. Se tradujo como "pronto" (pronto se va a necesitar, lo que invalidará esta negativa).

Adecuación al público meta

Deixis:

Para el público fuente que es europeo, "norte" remite a los países escandinavos. No así para el público meta que es mexicano (y el norte podría referirse también a Canadá o los Estados Unidos donde también existe el alce). El cuento original pretende que *Dem Elch eine Gasmaske verkaufen* es un refrán escandinavo (aunque probablemente no exista tal locución). Por esta razón se recurre a una amplificación y se especifica la ubicación geográfica: *im Norden* – en el norte de Europa".

Aclaración léxica:

Sprichwort literalmente corresponde a un refrán o proverbio, frases hechas que encierran una moraleja. Aquí parece tratarse más bien de una locución que la RAE define como "Grupo de palabras que funcionan como una sola pieza léxica con un sentido unitario

y cierto grado de fijación formal". Para evitar búsquedas e imprecisiones se ha optado por traducir el término por "expresión" (técnica de la generalización) que es suficiente para reproducir la función que el término original tiene en este texto. Según el diccionario de la RAE, "expresión" puede definirse como "Palabra, locución o conjunto de palabras sujetas a alguna pauta".

Propuestas de las estudiantes

Ambas estudiantes identificaron siete de nueve palabras compuestas (casi todas forman parte del vocabulario básico de alemán) y los dos adverbios preposicionales. No se les dificultó la traducción de los sustantivos compuestos (tampoco de los que no habían marcado en la actividad previa).

Ambas tradujeron correctamente *Wozu?* por "¿Para qué?" y omitieron (atinadamente) traducir el adverbio preposicional *dafür*.

Al igual que en la mayoría de las demás tareas de traducción, los aspectos contrastivos en los que se centran las actividades previas no suelen presentar graves dificultades a la hora de traducir, probablemente porque son el centro de atención de la respectiva traducción.

Los problemas son otros, por ejemplo, la falta de análisis previo del TF y del encargo de traducción, cuestiones de interpretación o pragmática (deixis), algunos problemas léxicos o de redacción.

<u>Interpretación/encargo</u>

Aunque este texto se incluye en el presente libro por su (aparente) sencillez lingüística (estructuras y vocabulario A2), no es un texto general. Los estudiantes del curso "traducción de textos generales alemán–español" no están familiarizados todavía con la traducción literaria (ubicada en el 5º semestre del mapa curricular para su L2, mientras que la traducción general de la lengua C se ubica en el cuarto). En este sentido, no es sorprendente que las estudiantes no lleguen a hacer una interpretación literaria del TF, ni a detectar y concretar las implicaciones de esta interpretación en relación con el encargo de traducción.

Se propuso, por ejemplo, sustituir el verbo *sagen* por sinónimos en el TM, con el fin de evitar repeticiones. Sin embargo, sería contrario al propósito literario del texto. También se pasó por alto el cambio en la forma de cortesía por parte del vendedor al final del cuento, conservando en ambas propuestas la forma cortés (y siempre en singular): "tiene suerte", "está de suerte".

Pensamos que trabajar con este cuento corto en el marco de un análisis didáctico ayuda a tomar conciencia de los retos que puede implicar la traducción de un texto aparentemente tan sencillo.

Adecuación al destinatario/deixis

Una propuesta para traducir *im Norden* fue "en el norte de Alemania". Sin embargo, el original no se refiere al norte de Alemania: el autor es suizo, y si hiciera referencia al norte de su país cabría pensar en el norte de Suiza. De ahí la importancia de informarse sobre los autores de los textos a traducir. Por otro lado, ni en Suiza, ni en Alemania hay alces. Por lo tanto, debe inferirse que esta locución se usa (supuestamente) en el norte de Europa, es decir, en Escandinavia. Por consiguiente, lo más adecuado sería recurrir a la amplificación "en el norte de Europa" (en el norte de América también hay alces) o "en los países escandinavos".

La locución ficticia *dem Elch eine Gasmaske verkaufen*

De ninguna manera debe buscarse sustituirla por otra equivalente en español (las estudiantes consideraron esta posibilidad, pero terminaron optando por su traducción literal). Por un lado, porque no parece existir ninguna, y por el otro, porque es central para todo el cuento. Cambiarla provocaría una incoherencia interna en el TM.

Aspectos léxicos

Ambas propuestas omitieron traducir algunos adverbios que aportan un matiz relevante: *Sie brauchen bestimmt* dejó de ser una suposición insinuante para convertirse en una simple afirmación ("usted necesita una máscara…"). En una de las propuestas, *wenig später* se tradujo por "tiempo después", lo que sugiere un lapso de tiempo más largo.

Traducir el adjetivo *tüchtig* por "capaz" es correcto. Pero podría sustituirse por otro adjetivo más específico en este contexto relacionado explícitamente con las ventas (técnica de particularización): por ejemplo, hábil, eficaz, etc.

La palabra *lustig* se tradujo por "con diversión" y "bromeando". Se tomó una equivalencia del diccionario bilingüe, sin tratar de interpretarla en su contexto. Pero el vendedor no está bromeando, su propósito va en serio. En efecto, el significado de este adverbio es ambiguo en el TF. ¿Está contento por haberlo logrado? ¿O hay una alusión a la expresión *sich über jemanden lustig machen* (burlarse de alguien) y se está burlando de la ingenuidad de los alces? En el TM conviene manterner la misma ambigüedad para dar cabida a la interpretación. En la presente propuesta se optó por "con una sonrisa", que deja la puerta abierta a interpretar si se trata de una sonrisa de satisfacción, de malicia o de otro tipó de sonrisa.

Redacción

"El aire es bueno": Se trata de una interferencia léxica del alemán, el aire es puro o la calidad del aire es buena.

Resumen

Los aspectos contrastivos, tema de las actividades previas, no plantearon mayor problema. Sin embargo, tratándose de un texto literario de (aparente) sencillez lingüística, no debe subestimarse su dificultad y es necesario proceder a su análisis minucioso para elaborar las pautas que guiarán su traducción e identificar los retos específicos. Además, se hace patente la importancia de tener información sobre el/la autor/a de cualquier TF, para tener más elementos que permitan su correcta comprensión o interpretación.

Traducción 4. Johann Peter Hebel: Kalendergeschichte

Encargo de traducción
Cliente: Una editorial que publica libros para la educación media superior. **Contexto del TF:** Texto literario de Johann Peter Hebel del año de 1808, publicado en diversas antologías en lengua alemana. **Destinatarios del TM:** Alumnos mexicanos de escuela preparatoria. **Motivo del encargo:** La editorial desea incluir el texto en un manual de literatura para tercer año de escuela preparatoria en México. El lenguaje debe ser entendible para los alumnos de esta edad y la moraleja muy clara.

Actividades previas: Elaborar una tabla con todos los verbos separables del texto.

Notas:

(1) Las respuestas se marcan aquí en el mismo texto.
(2) Para este texto no se presenta una propuesta de traducción.
(3) Siendo el texto de inicios del siglo XIX, contiene algunas palabras anticuadas:
Bub, *Bursche* = forma anticuada de *Junge*, muchacho, joven
Geselle = (de *Handwerksgeselle*: aprendiz de un oficio), también: tipo, personaje
selbdritt = aquí: los tres
(4) Uno de los caminantes se dirige al padre con el pronombre *Ihr* (en vez de *Sie*). Se trata de una forma de cortesía anticuada.
(5) Construcción verbal funcional: *jemandem etwas recht machen* – complacer a alguien

Colores Traducción 4

			Verbos separables
			Sustantivos compuestos

Seltsamer Spazierritt (1808)

von Johann Peter Hebel

Ein Mann reitet auf seinem Esel nach Haus, und läßt seinen Buben zu Fuß nebenher laufen.

Kommt ein Wanderer, und sagt: „Das ist nicht recht Vater, daß Ihr reitet, und laßt Euren Sohn laufen; Ihr habt stärkere Glieder“.

Da stieg der Vater vom Esel herab, und ließ den Sohn reiten.

Kommt wieder ein Wandersmann, und sagt: „Das ist nicht recht, Bursche, daß du reitest, und lässest deinen Vater zu Fuß gehen. Du hast jüngere Beine.“

Da saßen beide auf, und ritten eine Strecke.

Kommt ein dritter Wandersmann, und sagt: „Was ist das für ein Unverstand, zwei Kerle auf einem schwachen Tiere; sollte man nicht einen Stock nehmen und euch beide hinabjagen?“

Da stiegen beide ab, und gingen selbdritt zu Fuß, rechts und links der Vater und Sohn, und in der Mitte der Esel.

Kommt ein vierter Wandersmann, und sagt: „Ihr seid drei kuriose Gesellen. Ist's nicht genug, wenn zwei zu Fuß gehen? Geht's nicht leichter, wenn einer von euch reitet?“

Da band der Vater dem Esel die vorderen Beine zusammen, und der Sohn band ihm die hintern Beine zusammen, zogen einen starken Baumpfahl durch, der an der Straße stand, und trugen den Esel auf der Achsel heim.

So weit kann's kommen, wenn man es allen Leuten will recht machen.

Traducción 5. Persönliche Mail einer Mutter an ihre Tochter

Encargo de traducción

Clienta: La destinataria de la carta.
Contexto del TF: Una madre que se encuentra en Alemania escribe a su hija en México.
Destinatario del TM: El novio de la destinataria de la carta. Se encarga una traducción a la vista (un TF escrito se traduce oralmente).
Motivo del encargo: La clienta quiere compartir las vivencias de su madre con su novio mexicano.

Actividades previas: Buscar y marcar los adverbios preposicionales y las partículas modales ("Würzwörter") en el texto, así como los sustantivos compuestos.

Notas:

(1) Las respuestas que deben ir en la tabla se marcan aquí en el mismo texto.
(2) Para este texto no se presenta una propuesta de traducción.

Colores Traducción 5

	"palabras de condimento"			
	Adverbios preposicionales			Sustantivos compuestos

[Mail-Kopf]

20. September 2021

Liebe Marion,

warum hast du dich denn so lange nicht gemeldet? Ist alles o.k. bei dir? Bei mir ja. Aber die Corona-Pandemie ist ziemlich unangenehm. Stell dir vor: nächste Woche öffnet die Bibliothek wieder. Ich freue mich schon darauf, ein paar neue Bücher ausleihen zu können. Den Friseur gibt es dann auch wieder. Ich habe allerdings erst für Mitte Mai einen Termin bekommen – so viele Leute wollen jetzt zum Friseur. Man kann auch wieder zur Massage gehen, endlich! Aber leider nur mit Mundschutz.

In den Läden und Bussen müssen wir immer Gesichtsmasken tragen, das ist vielleicht nervig. Aber wenn man dazu den Sicherheitsabstand einhält, geht eigentlich alles ganz gut. Die Neuinfektionen haben etwas abgenommen. Todesfälle gibt es vor allem in Alters- und Pflegeheimen. Da bin ich ja froh, dass ich nicht in so einer Einrichtung wohnen muss.

Richtige Sicherheit gibt es natürlich erst dann, wenn ein guter Impfstoff existiert, der gegen alle Corona-Varianten hilft.

Ich habe gestern ein paar Blumen für meinen Balkon gekauft. Da werden Struppi und ich wohl den Sommer verbringen. Hoffentlich wird es nicht wieder so heiß. Davor habe ich Angst, denn ich vertrage ja keine Hitze. Aber stell dir vor, ich bekomme regelmäßig Besuch von einem Eichhörnchen auf meinem Balkon. Dem gebe ich Nüsse, die mag es.

Wie geht es euch mit Corona?

Ich wollte am Sonntag gern bei dir anrufen. Um wieviel Uhr passt es dir?

Für heute schöne Grüße von

deiner Mutti Christiane und Hund Struppi

Traducción 6. Persönlicher Brief: Erneute Kontaktaufnahme

Encargo de traducción

Cliente: El autor de la carta.
Contexto del TF: El autor se encuentra en Alemania y ha perdido sus habilidades de escritura en español. El texto se redactó únicamente para traducirlo al español.
Destinatario del TM: Una antigua compañera de trabajo en México.
Motivo del encargo: El cliente busca retomar el contacto con su antigua compañera mexicana de la cual ha perdido la pista. Quiere que el TM se redacte según las convenciones de un texto coloquial de México y que produzca un efecto de cercanía amistosa.

Actividades previas: Hacer una traducción a la vista del texto y marcar los elementos que presentan dificultades. Reflexionar acerca de las razones de estas.

Nota: Para esta traducción no se pide una actividad específica de marcado. Se marcan algunos de los mismos fenómenos de los textos anteriores, además de las series de adjetivos, es decir, dos o más adjetivos seguidos o adverbio + adjetivo(s).

Colores Traducción 6

	"palabras de condimento"			Verbos separables
	Adverbios preposicionales			Sustantivos compuestos

Serie de adjetivos seguidos o adverbio + adjetivo(s)

Frankfurt, den 10. Januar 2024

Liebe Guadalupe,

als wir uns zum letzten Mal in Mexiko trafen, hatte ich zum Abschied gehofft, dass wir uns bald wiedersehen. Ich dachte, dass mich vielleicht eine Dienstreise bald wieder

nach Querétaro führen würde. Das war vor 10 Jahren und ich konnte seitdem leider nicht wieder nach Mexiko fliegen. Deshalb schreibe ich dir, ich möchte doch wissen, wie es dir geht.

Ich habe versucht, dir auf Spanisch zu schreiben. Aber es ist zu lange her und ich habe keine Übung mehr. Erinnerst du dich daran, was unser Abteilungsleiter Herr Gallegos früher immer zu mir sagte? „Señor Wolf, su español casi es entendible“. Aber heute würde er das sicher nicht mehr sagen. Wenn er überhaupt noch lebt. Die Kollegen haben ja immer Witze über ihn gemacht: „Herr Gallegos ist schon so alt, dass er den König David kannte, als der noch ein Kind war“. Darüber haben wir immer gelacht. Und heute bin ich selbst schon so alt.

Wie Du sicher noch weißt, habe ich seit meiner Rückkehr aus Querétaro die Entwicklungsabteilung hier in München geleitet. Ich war der Vorgesetzte von ungefähr 50 Mitarbeitern. Das war eine große Verantwortung, aber es war auch sehr interessant. Wir haben das Modell „Blitz 3000“ entwickelt, darauf bin ich heute noch stolz. Das war vielleicht ein Erfolg!

Am 1.1. dieses Jahres habe ich aufgehört zu arbeiten. Der Übergang vom Berufsleben zum Ruhestand ist bei vielen Kollegen, besonders bei Führungskräften, meist nicht ganz einfach. Der geregelte Alltag mit seinen Herausforderungen und dem gewohnten Stress fehlt auf einmal und eine genauso erfüllende Alternative ist nicht da. Ich habe meinen Beruf geliebt, die Technik hat mich fasziniert. Ich fand es toll, in diesem Unternehmen arbeiten zu dürfen. Ich hatte wunderbare Mitarbeiter und ich hatte Chefs, die mich gefördert haben. Sicher gab es auch viel Stress – aber die Situationen, in denen wir mit vollem Engagement und Kreativität große Probleme lösen mussten, haben mir besonders gefallen und mich motiviert. Es gab auch einige wenige wirklich schlimme Erfahrungen, aber die gehören wohl wie Chili in der Suppe zum Leben dazu.

Ich habe mich mehrere Monate lang mental auf diesen Tag des Abschieds vorbereitet. Stück für Stück habe ich mich von den Inhalten meines Berufslebens verabschiedet und sie meinem Nachfolger übergeben. Die geplanten neuen Lebensinhalte waren mir immer präsent: Sport treiben und Konzerte besuchen. Am Tag der Verabschiedung gab es eine große Fiesta in unserer Firma, mit vielen Reden und natürlich auch Geschenken. Nach der Feier musste ich heimlich ein paar Tränen vergießen.

Und was mache ich jetzt mit meiner Zeit? Ich gehe regelmäßig in ein Fitnessstudio zum Krafttraining. Keine Angst, ich sehe nicht aus wie Schwarzenegger – und das wird auch nicht passieren. Aber wahrscheinlich kann ich das nicht mehr lange machen, denn ich habe gesundheitliche Probleme.

Die beiden Hunde Hinz und Kunz, die wir damals aus Mexiko mitgebracht haben, leben übrigens auch noch. Aber sie sind jetzt – genauso wie ich – schon ältere Herren.

So, damit hast du einen Überblick über mein jetziges Leben. Demnächst suche ich noch ein paar Fotos heraus und schicke sie dir.

Jetzt hoffe ich jedenfalls, dass du mir antwortest, und mir von deinem Leben erzählst. Ich bin ja so neugierig, was aus dir geworden ist.

Viele liebe Grüße aus dem zur Zeit eisig kalten, sehr dunklen, winterlichen Deutschland

Dein Max, alias “el Ingeniero Maximiliano”

Propuesta de traducción

Múnich, a 10 de enero de 2024

Mi estimada Guadalupe:

La última vez que nos vimos en México, a la hora de despedirnos, tenía la esperanza de que nos volviéramos a ver pronto. Pensé que pronto algún viaje de negocios me iba a llevar de nuevo a Querétaro. Pero han pasado 10 años, y desgraciadamente no he podido regresar. Por eso te escribo, porque deseo saber cómo te ha ido.

He intentado escribirte en español. Pero ha pasado demasiado tiempo y he perdido la práctica. Por eso mandé a traducir esta carta para ti. ¿Te acuerdas de lo que siempre me decía nuestro jefe de departamento, el señor José Gallegos?: “Señor Wolf, su español casi es entendible.” Pues hoy ya no diría esto. Si es que todavía vive.

Los compañeros solían hacer bromas sobre él: “El señor Gallegos es tan viejo que conoció al rey David cuando este todavía era príncipe”. Nos reíamos mucho. Y ahora yo también ya he llegado a esa edad.

Seguramente todavía te acuerdas que a mi regreso de Querétaro fui gerente del departamento de desarrollo aquí en Múnich. Tenía como unos 50 empleados bajo mi mando. Era mucha la responsabilidad, pero también fue muy interesante. En aquel entonces desarrollamos el modelo “Blitz 3000”, todavía me siento orgulloso, ¡fue un enorme éxito!

No lo vas a creer, pero el 1 de enero de este año dejé de trabajar. Para muchos colegas, especialmente para los ejecutivos, la transición de una vida activa a una

vida de jubilado no es nada fácil. De repente, la rutina diaria con sus retos y el estrés acostumbrado, ya no existe. Y no hay nada que pudiera compensar este tipo de satisfacción. Me encantaba mi profesión, me fascinaba la tecnología. Tener la oportunidad de trabajar para esta empresa se me hacía fabuloso. Tenía colegas maravillosos y superiores que me incentivaban. Desde luego, también había bastante estrés, pero las situaciones en las que teníamos que resolver problemas importantes, con entrega total y mucha creatividad, eran las que más me gustaban y alentaban. También tuve que vivir unas cuantas experiencias realmente graves, pero así es la vida, son los altibajos que le dan sazón.

Durante varios meses me preparé mentalmente para aquel día de despedida. Poco a poco me despedí de los contenidos de mi vida profesional, relegándolos a mi sucesor. Siempre tenía muy claro cuáles iban a ser los contenidos de mi nueva vida: hacer ejercicio e ir a conciertos. Cuando finalmente llegó aquel día de la despedida, hubo una gran fiesta en la empresa, con un montón de discursos y, desde luego, regalos. Tengo que admitir que, terminada la fiesta, en secreto derramé unas lágrimas.

¿Y qué estoy haciendo ahora con tanto tiempo? Voy regularmente a un gimnasio para hacer entrenamiento de fuerza. No te preocupes, no me veo como Schwarzenegger, y esto no llegará a pasar. Sin embargo, probablemente no podré seguir con eso por mucho tiempo, ya que tengo problemas de salud.

Por cierto, ¡los dos perros que trajimos de México, Hinz y Kunz, siguen vivos! Pero, al igual que yo, se hicieron “señores ya mayores”.

Bueno, con estos renglones te he dado una idea de cómo es mi vida actual. En los próximos días voy a seleccionar algunas fotos para mandártelas.

Espero entonces que me contestes pronto para contarme algo de tu vida también. Me da tanta curiosidad saber qué ha sido de ti.

Te mando muchos saludos desde la Alemania invernal, que en esta temporada sufre de heladas y de largas horas de oscuridad.

Tu amigo Max, alias “el Ingeniero Maximiliano”

COMENTARIOS

Se trata de una carta informal, cuya redacción es libre y coloquial, aunque el estilo del TF permite entrever que el autor es una persona con un alto nivel educativo. La razón de ser de la carta en alemán es servir como TF para la elaboración del TM, aunque pueda decirse que ambas buscan cubrir la misma función: volver a entablar el contacto con la (única) destinataria. Tal como lo especifica el encargo de traducción, el TM debe asemejarse a las

convenciones a las que la destinataria está acostumbrada para producir un efecto de cercanía amistosa. Sin que por eso deba ocultarse que se trata de una traducción (véase la razón abajo).

Sustantivos compuestos

Se presentan tres casos principales:

1) Su equivalente en español consta de en una sola palabra:
Führungskraft – directivo
Herausforderung – reto
Fitnessstudio – gimnasio

2) En español, sus componentes se unen con la preposición "de":
Dienstreise – viaje de negocios
Entwicklungsabteilung – departamento de desarrollo
Krafttraining – entrenamiento de fuerza

3) Su equivalente en español consta de dos palabras (a menudo sustantivo + adjetivo):
Berufsleben – vida profesional

Adverbios preposicionales
Hay cuatro en el TF.
daran, was…: se tradujo aquí como "de lo que"
darüber: se suprime en español (agregar "de eso" no haría sino volver inútilmente más pesado el estilo)
darauf: mismo caso que el anterior
damit (*damit hast du einen Überblick*): se refiere a todo lo anterior. No se omite en la traducción. Se tradujo como "con estos renglones".

Se observa que, aunque existan algunas pautas de (no) traducción de los adverbios preposicionales, la decisión a tomar varía según el caso, dependiendo de factores lingüísticos contextuales.

"Palabras de condimento"
ja: enfatiza la aclaración, se traducjo como un conector de causa (porque)
vielleicht: expresa aquí insistencia, aumento. Se optó por traducirlo con un adjetivo potenciador: un enorme éxito. No debe confundirse con el adverbio *vielleicht* que expresa suposición.
wohl: expresa aquí la suposición de una ley general, se tradujo como "han de ser".
ja: no se traduce, el énfasis que expresa está implícito en el intensificador "tanto" (tanta curiosidad)

Al igual que en el caso de los adverbios preposicionales, la decisión de cómo traducir las "palabras de condimento" depende en cada caso de factores lingüísticos contextuales.

Serie de adjetivos (o adverbio + adjetivos)

- *eine genauso erfüllende Alternative ist nicht da* se tradujo como "nada que pudiera compensar este tipo de satisfacción". La negación en alemán se vuelve sujeto de la oración en LM (nada), *genauso erfüllend* se transforma en dos verbos (que pudiera compensar) y *Alternative* se vuelve "satisfacción", además de estar presente la idea de alternativa en el verbo "compensar". Como puede verse, se aplicaron varias modulaciones.
- *wenige wirklich schlimme Erfahrungen* se traducjo como "unas cuantas experiencias realmente graves". Adverbios y adjetivo se distribuyen delante y después del sustantivo.
- *Die geplanten neuen Lebensinhalte waren mir immer präsent*: "Siempre tenía muy claro cuáles iban a ser los contenidos de mi nueva vida". Se aplicaron importantes reajustes (modulaciones y transposiciones), transformando el sujeto de este enunciado en LF a una oración relativa. El participio *geplant* se expresa por medio de un futuro próximo (iban a ser), el adjetivo *neu* en el TM se relaciona ahora con "vida" y no con *Inhalte* como en el TF, el adjetivo predicativo *präsent* se transforma en una construcción verbal funcional (tener algo claro) de la oración principal, cuyo sujeto ahora es "yo" (el autor).
- *aus dem zur Zeit eisig kalten, sehr dunklen, winterlichen Deutschland*: "Te mando muchos saludos desde la Alemania invernal, que en esta temporada sufre de heladas y de largas horas de oscuridad." En este caso también el problema se resolvió por medio de modulaciones y transposiciones, lo que resultó en una subordinada relativa en LM.

Otros comentarios importantes (marcados en verde):

Coherencia interna del texto

El autor de la carta explica que ya no puede escribir en español (lo que se especifica también en el encargo de traducción). Sin embargo, la destinataria leerá el TF en español. Para no causar un **problema de coherencia interna**, en la traducción se agrega una explicación al respecto: "Por eso mandé a traducir esta carta para ti" (amplificación).

Nombre propio

El modelo *Blitz 3000* no debe traducirse por tratarse del nombre propio de un producto. A no ser que exista una traducción en español, acuñada por la misma empresa productora.

Despedida

viele liebe Grüße: Podría pensarse en una fórmula coloquial en México como "Te mando un fuerte abrazo". Esta decisión depende mucho de cómo haya sido la relación entre los interlocutores cuando trabajaban juntos y de la personalidad del autor. Se puede consultar al cliente/autor al respecto. En caso de duda es preferible conservar una fórmula más neutral (te mando muchos saludos).

Estilo coloquial en el TF

Se agregaron a veces interjecciones como "no lo vas a creer", "por cierto", "bueno".

Adverbio *überhaupt*

Wenn er überhaupt noch lebt: "Si es que todavía vive." El adverbio *überhaupt* refuerza la duda expresada en la subordinada hipotética con *wenn*.

La locución ficticia *Wie Chili in der Suppe*

Esta locución no existe ni en alemán ni en español. El autor adapta una locución alemana al contexto mexicano. *Wie das Salz in der Suppe* significa que algo no tiene sabor si le falta sal. Transferido al contexto de esta carta, *wie Chili in der Suppe* quiere decir que incluso las malas experiencias son parte de la vida y la hacen más interesante. Se buscó conservar la imagen del TF en la traducción, puesto que da cuenta del carácter ingenioso del autor de la carta y de su apego emocional a la cultura meta. Sin embargo, haciendo la prueba con varias personas hispanohablantes, se encontró que una traducción más o menos literal únicamente es entendible para personas que conocen la locución alemana. Por lo que se optó por una adaptación cuya única referencia alimenticia es la palabra "sazón", usada aquí como metáfora: "Pero así es la vida, son los altibajos que le dan sazón".

Hinz und Kunz

El autor ha puesto nombres humorísticos a sus perros. *Hinz und Kunz* es una locución que significa "Fulano, Zutano y Mengano". Son diminutivos de los nombres Heinrich y Konrad, que en siglos pasados eran muy comunes en las regiones de habla alemana. Por tratarse de nombres propios, no pueden modificarse en la traducción. De la carta se desprende que la destinataria del TM conoció a estos perros (con este nombre).

Propuestas de las estudiantes

Parece que la traducción de este tipo de carta informal causa más problemas a estudiantes de nivel A2+/B1 que otros géneros textuales, tales como la carta formal o las creaciones

didácticas. La presente carta es, en gran medida, auténtica y carece de los elementos más rígidos o estereotipados de otros textos.

Como único problema las estudiantes reportaron dificultades léxicas que intentaron resolver con la ayuda de un diccionario. Destaca, sin embargo, la ausencia de un análisis previo y un plan de pautas generales para la traducción. Esta falta de lineamientos claros, en ambos trabajos, se ve reflejada en interferencias en cuanto a las convenciones de saludo (se deja la coma alemana –seguida por una mayúscula– en vez de poner dos puntos) y despedida (se tradujo literalmente la fórmula alemana: "tu Max").

Falsos sentidos

Uno de los trabajos, en particular, se caracteriza por una serie de falsos sentidos, probablemente debido a problemas de comprensión de las estructuras y del léxico, pero también por pasar por alto determinados elementos lingüísticos del TF.
A continuación, algunos ejemplos:

Wenn er überhaupt noch lebt. – "si aún estuviera vivo".

Se da por hecho que la persona ya ha fallecido, cuando el TF sólo expresa la duda de si sigue con vida. Probablemente el problema de interpretación se debió al adverbio *überhaupt*. Es delicado que el traductor dé por muerta a una persona que, tal vez, todavía vive.

Am Tag der Verabschiedung gab es eine große Fiesta in unserer Firma, mit vielen Reden und natürlich auch Geschenken. – El día de la despedida hubo una gran fiesta en la empresa, todos estaban conversando y también bebiendo. / El día de la despedida hubo una gran fiesta en la empresa con mucha plática y claro que también regalos. El sustantivo *Reden* se refiere a discursos, y no a simples pláticas (el sustantivo *Rede* no debe confundirse con el verbo *reden*: hablar, platicar). Este significado también se desprende del contexto solemne de la despedida. Además, el TF no menciona la actividad de beber. El traductor debe ser muy cauteloso y no insinuar cosas que el TF no menciona en absoluto, como aquí el consumo de alcohol.

Keine Angst, ich sehe nicht aus wie Schwarzenegger – und das wird auch nicht passieren. Aber wahrscheinlich kann ich das nicht mehr lange machen, denn ich habe gesundheitliche Probleme. – "No me da miedo, no me veo como Schwarzenegger ni jamás lo haré pero probablemente ya no podré seguir haciéndolo si tengo problemas de salud.

Esta versión no logró expresar que es la destinataria (y no el autor) la que no debe tener miedo. El verbo "hacer" ("no lo haré") no es congruente con "verse como". Los problemas de salud se tratan como algo hipotético, cuando en el TF se presentan como un hecho (conector de causa *denn*). La segunda propuesta logró reproducirlo adecuadamente: "No te preocupes, no me parezco a Schwarzenegger, y nunca me veré así. Sin embargo, lo más probable es que tenga que dejarlo por problemas de salud."

Omisiones

Se omiten adverbios que sirven para matizar (como *bald* o *leider*), lo que, aparte de modificar el sentido de los segmentos correspondientes del TF, va en contra del encargo de traducción, que exige un texto coloquial que produzca un efecto de cercanía.

Adverbios preposicionales

Ambos trabajos intentaron traducirlos literalmente, cuando no era necesario. "pero de eso ya han pasado 10 años" / "pero eso fue hace ya 10 años" (en vez de "Pero han pasado 10 años"). De ahí la importancia de familiarizarse con la temática.

Würzwörter

Das war vielleicht ein Erfolg! se traducjo por "¡Quizá fue un gran éxito!". La partícula modal (que sirve aquí como potenciador de la exclamación afirmativa) se confundió con el adverbio de suposición, lo que conduce a un falso sentido. Las demás partículas modales se omitieron en las propuestas sin pérdida de sentido.

Serie de adjetivos

Viele liebe Grüße aus dem zur Zeit eisig kalten, sehr dunklen, winterlichen Deutschland: La primera propuesta intentó reproducir literalmente la estructura, en el mismo orden que en el TF. Es una interferencia sintáctica que da como resultado una oración muy poco natural en español: "Te mando muchos saludos desde la actualmente helada, oscura e invernal Alemania".

La segunda propuesta optó por eliminar *eisig*, unir dos adjetivos con "y", para clausurar con una subordinada de causa, lo que resulta en una oración mucho más natural, aunque perdiendo la intensidad del frío: "Te envío muchos saludos desde la fría y oscura Alemania porque ya estamos en invierno".

Chili in der Suppe

La primera propuesta es una traducción literal: "Claro que también hubo algunas malas experiencias, pero pertenecen a la vida como el chile a la sopa". El problema es que la destinataria quizá no la entienda. La segunda propuesta es una adaptación, que va más allá de la traducción literal: "Es verdad que también tuve experiencias malas, pero no importa porque es justamente eso lo que le pone sazón a la vida". Es una buena propuesta, aunque parece afirmar que las malas experiencias tienen más valor que las buenas ("es justamente eso lo que…").

Incoherencia interna

Al buscar seguir de cerca las secuencias del TF, ninguna de las dos estudiantes se percató de la incoherencia que produce la traducción al afirmar que su autor ha perdido la capacidad de escribir en español, cuando, al mismo tiempo, la destinataria recibirá una carta redactada en español. De ahí la importancia de que el traductor no considere el texto como un simple cúmulo de palabras, sino que lo relacione con la "vida real".

Registro y estilo

Para respetar el registro y el estilo que estipula el encargo de traducción, ambas estudiantes recurrieron a interjecciones y elementos del lenguaje oral (propios de la carta informal), como diminutivos ("perritos", "ahorita"), "pues", "bueno", "fue increible", etc. Con el fin de establecer cierta cercanía con la destinataria, la incluyeron en los comentarios ("seguramente te preguntarás qué hago ahora con mi tiempo").

Resumen

Es evidente la importancia de establecer algunos lineamientos antes de iniciar el proceso translatorio, entre otras razones, para evitar interferencias que puedan incumplir el encargo de traducción.

En un contexto didáctico, es importante que los estudiantes tomen conciencia de las implicaciones pragmáticas de cualquier traducción, es decir, de que tanto el TF como el TM se relacionan con el mundo circundante y no se reducen a una sarta de palabras que deben reproducirse. Para lograrlo, desde luego, se requiere experiencia vital y criterio propio. Es precisamente esta capacidad de vincular el texto con el "mundo real" lo que seguirá diferenciando al traductor humano de la máquina. Por ejemplo, detectar que un texto se vuelve incoherente cuando está redactado en un español impecable, pero su autor pretende haber olvidado el español (a menos que se trate de una afirmación irónica, que en este caso deberá respetarse). Es ahí donde el traductor debe intervenir (con una amplificación, por ejemplo) para reconstruir la coherencia interna y externa ante los ojos del público meta.

Se pone de manifiesto la importancia de estar familiarizado con la fraseología de la LF para la traducción de textos generales (una tarea titánica, si se piensa en la infinidad de expresiones idiomáticas, refranes, locuciones, etc., que existen). La fraseología no sólo se presenta en su forma normal (la de los diccionarios), sino también como alusión o adaptación, como es el caso en esta carta (*Chili in der Suppe*). A este respecto, el traductor humano todavía le lleva ventaja a la traducción automática (Google, Deepl, etc.), siempre y cuando sea experto. Sin embargo, la IA sí logra detectar fraseologismos y ofrecer correspondencias en la LM.

Asismismo debemos seguir insistiendo en la importancia de la práctica con el diccionario (monolingüe y bilingüe), ya que es fundamental aprender a seleccionar la opción terminológica que más se ajuste a un determinado contexto o, si ninguna se ajusta, buscar en otras fuentes o recurrir a otras técnicas de búsqueda (sinónimos, por ejemplo).

Traducción 7. Persönlicher Brief: Korrespondez mit einer Zeitzeugin

Encargo de traducción

Cliente: El destinatario de la carta, un historiador mexicano.
Contexto del TF: El historiador pasó varios años en Berlín, donde cursó un doctorado en historia. Durante su estancia entabló amistad con una señora alemana que vivió la Segunda Guerra Mundial. Fue un contacto importante para el académico, ya que le interesa recoger testimonios personales acerca de esta época.
Destinatario del TM: Lectores mexicanos con interés en textos de divulgación histórica. Público en general.
Motivo del encargo: La autora de la carta acaba de fallecer y el cliente está por publicar un libro en una editorial mexicana de divulgación científica. El libro incluirá correspondencia personal con testigos de la época. Esta carta forma parte de una colección de cartas personales a traducir.

Actividades previas: Hacer una traducción a la vista del texto y marcar las partes que presentan dificultades. Reflexionar acerca de las razones de estas.

Nota: Para esta traducción no se pide una actividad específica de marcado. Se marcan algunos de los mismos fenómenos de los textos anteriores.

Colores Traducción 7

Adverbios preposicionales	"palabras de condimento"		Sustantivos compuestos
Causa, finalidad y consecuencia			

Berlin, den 2.12.2010

Lieber Gerardo,

Du hast mir so schnell geantwortet, darüber habe ich mich sehr gefreut. Inzwischen ist es schon Dezember und überall in der Stadt sind kleinere oder größere Weihnachtsmärkte aufgebaut. Leider gibt es da überall dasselbe Zeugs, nichts wirklich Hübsches. Dazu das ewige Gedudel von amerikanischen Schnulzen – White Christmas, Jingle Bells und sowas – das kann ich schon gar nicht mehr hören. Ich mag Weihnachten und Sylvester gar nicht, wegen dem Feuerwerk. Da muss ich immer an die Bomben denken, wie wir im Krieg immer in die Luftschutzkeller gerannt sind.

In der Fußgängerzone sitzt allerdings auch oft ein buddhistischer Mönch, orange gekleidet und mit kahl geschorenem Kopf. Der gibt einen etwas eintönigen Singsang von sich und schlägt dazu ab und zu eine kleine Trommel. Von mir bekommt er immer etwas Obst, denn das Geld muss er ja im Kloster abgeben.

Wir kennen uns schon seit einigen Jahren, können zwar kein Wort miteinander sprechen, lächeln uns aber freundlich an.

Gerardo, ich danke Dir auch für die Fotos, so sehe ich endlich das Gesicht von Deiner Freundin. Es ist ein offenes, freundliches Gesicht. Und Dein Sohn sieht Dir sehr ähnlich, finde ich. Jedenfalls wird er viel von Deiner Kraft brauchen – ein ganzes Leben lang.

Du fragst mich nach dem Philosophen Heidegger – ob er ein Nazi war. Mein Vater studierte 1924–26 in Marburg bei Heidegger, hat ihn danach auch noch mehrmals privat getroffen. Mein Vater war ein völlig unpolitischer Mensch und konnte Heideggers Verblendung nicht ernst nehmen. Er hat ihm empfohlen, Hitlers 'Mein Kampf' zu lesen, denn da stand sehr deutlich drin, was Hitler mit Deutschland vorhatte. Aber Heidegger sagte, dass er keine Zeit für sowas habe. Man hatte meinen Vater 1934 gerade in Dresden an der technischen Hochschule entlassen, weil er viele Kontakte zu jüdischen Freunden und Kollegen hatte. Da ist er dann 1937 in die USA ausgewandert und wurde dort ein berühmter Religionswissenschaftler. Ich habe ihn nie wieder gesehen.

Hier war es in den letzten Wochen sehr heiß. Unsere Wohnung war ziemlich unerträglich, nur auf der Terrasse konnte man es aushalten.

Nach meiner Operation geht es mir jetzt wieder besser. Ich bin so froh, dass das blöde Metall jetzt aus der Schulter raus ist. Ich habe zum Glück keine Schmerzen mehr. Es ist ein solches Glück, endlich laufen zu können und mit beiden Händen Kartoffeln zu schälen! An andere Unternehmungen denke ich noch nicht, alles ist anstrengend. Auch diesen Brief zu schreiben, strengt den Arm an. Deshalb muss ich jetzt auch Schluss machen.

Ich hoffe, bald wieder von Dir zu hören, Gerardo, und grüße Dich ganz lieb.

Deine Dorothea

Propuesta de traducción

Berlin, a 2/12/2010

Estimado Gerardo:

Que gusto que me hayas contestado tan rápido. Ya estamos en diciembre y por doquier en la ciudad se han levantado mercados navideños, algunos pequeños, otros más grandes. Desgraciadamente, todos venden los mismos cachivaches, nada realmente bonito. Además, la eterna contaminación auditiva, estas canciones americanas cursis – White Christmas, Jingle Bells, y cosas por el estilo

– ya me tienen harta. De por sí no me gusta la temporada navideña y menos aún el fin de año. Es por los cuetes, siempre me recuerdan los ataques con bombas y como corríamos a protegernos en los refugios antiaéreos durante la guerra.

Pero en la calle peatonal a menudo veo a un monje budista sentado en el piso, con su traje color naranja y la cabeza rapada. Emite una canturía un tanto monótona, de vez en cuando toca también un pequeño tambor. Siempre le doy algo de fruta porque el dinero que va juntando lo tiene que entregar al monasterio. Llevamos ya varios años conociéndonos, no podemos intercambiar ni una palabra, pero cada vez que nos veamos intercambiamos una sonrisa.

Gerardo, muchas gracias también por las fotos, por fin puedo ver la cara de tu novia. Tiene una cara abierta y amigable. Y tu hijo se parece mucho a ti, por lo que veo. De todas formas, va a necesitar mucho de tu fuerza, durante toda la vida.

Me estás preguntando sobre el filósofo Heidegger – si era nazi. En los años 1924–26, mi padre estudió en Marburgo con Heidegger y después se volvieron a ver en varias ocasiones en privado. Mi padre era una persona totalmente apolítica y nunca pudo tomar en serio la ceguera de Heidegger. Le recomendó leyera 'Mein Kampf' de Hitler porque ahí decía con toda claridad cuáles eran los planes de Hitler para Alemania. A lo que Heidegger le contestó que no tenía tiempo para eso. Mi padre acababa de ser despedido en 1934 de la Universidad Tecnológica de Dresde por tener tantos contactos con amistades y colegas judíos. De allí fue que emigró a los Estados Unidos en 1937 donde después llegó a ser un famoso científico especialista en religiones. Nunca lo he vuelto a ver.

Durante las últimas semanas ha hecho mucho calor por aquí. Ha sido insoportable estar en el departamento, el único lugar donde podíamos aguantarlo fue la terraza.

Ya me operaron y ahora me siento mejor. Estoy tan contenta que me hayan sacado la maldita placa de metal de mi hombro. Afortunadamente se me ha quitado el dolor. ¡Es una suerte poder caminar de nuevo y poder pelar papas con ambas manos! Aún no estoy pensando en otro tipo de actividades, todo me cansa. Escribir esta carta también me cansa el brazo. Por lo que tengo que dejarte ahora.

Espero que vuelvas a escribirme pronto, Gerardo, y te mando muchos saludos.

Dorothea

COMENTARIOS

Según el encargo de traducción, el TM tiene un fuerte carácter documental, por lo que la adaptación a las convenciones de la cultura meta será mínima (interpunción). La función del TF y la del TM no es idéntica: mientras que el primero mantiene un contacto amistoso con

su único destinatario, el segundo documentará esta comunicación para un público más amplio. Se trata de una carta informal, redactada de manera coloquial. Sin embargo, como la autora es una persona de edad, sería un error usar modismos del habla actual. Cabe señalar que todavía escribe con mayúscula inicial el pronombre "du" y sus derivados, de acuerdo con la regla vigente en décadas anteriores (como muestra de respeto hacia el destinatario) y que actualmente ya no se acostumbra. A diferencia de la carta personal de la traducción 6, el margen para hacer adaptaciones o embellecimientos estilísticos es mucho menor aquí, dado el fuerte carácter documental del TM.

Palabras compuestas

Existen las mismas opciones que en los textos anteriores. Predomina la variante sustantivo + adjetivo (mercado navideño, calle peatonal, refugio antiaéreo).

Religionswissenschaftler: científico especialista en religiones. Se usa esta perífrasis, un poco pesada, para evitar las malinterpretaciones a las que podrían dar pie otras traducciones. P.ej., "estudioso de las religiones" podría entenderse como alguien religioso o que estudia las religiones, sin ser científico. Tampoco es adecuado el término "teólogo", ya que no se trata de una persona que desee ingresar al sistema eclesiástico cristiano. En este caso, la palabra base del compuesto (la última) es *Wissenschaftler*, que hace referencia directa a la actividad científica y no implica, de ninguna manera, que dicha persona sea creyente o practicante de alguna religión. Una posible alternativa a "científico especialista en religiones" sería "científico de las religiones comparadas".

En el caso de los adjetivos (*unpolitisch, unerträglich*), el prefijo *un-* indica negación y se puede traducir por adjetivos con prefijos equivalentes: apolítico, insoportable.

Adverbios preposicionales

Hay tres en el TF.
darüber: se suprime en español ("de eso", además de ser innecesario, volvería el estilo más pesado)
dazu (adicionalmente a todo lo anterior): además
danach (tiene un claro sentido temporal aquí – después de todo eso): después

"palabras de condimento"
ja: enfatiza o refuerza aquí el conector *denn* (causa, aclaración), no se tradujo.

Serie de adjetivos
orange gekleidet und mit kahl geschorenem Kopf: "con su traje color naranja y la cabeza rapada". En español, el atributo alemán se transforma en una (doble) oración preposicional (con…).

kahl geschoren: “rapado” comprende ambos adjetivos alemanes (la expresión idiomática alemana en realidad es un pleonasmo).

ein offenes, freundliches Gesicht: los dos adjetivos se coordinaron con el conector “y” (abierta y amigable).

Comentarios adicionales

Dando prioridad al encargo de traducción:

La oración *Man hatte meinen Vater 1934 gerade in Dresden an der technischen Hochschule entlassen* parece presentar una pequeña incoherencia cronológica, ya que el año de 1934 no se menciona ni antes ni después en esta carta, por lo que no se justifica la perífrasis (acaba de). Si el encargo de traducción fuera otro, por ejemplo, embellecer la redacción y el estilo, este pequeño detalle se corregiría en el TM. Sin embargo, dado su carácter documental, decidimos mantenerlo.

Algunas estructuras del alemán exigen el modo subjuntivo en español (marcado en verde), hay que evitar las interferencias estructurales del alemán.

El TF se desarrolla en dos niveles temporales: actualidad y pasado inmediato de la autora versus narración de un pasado más remoto.

Propuestas de las estudiantes

Las dos estudiantes, con nivel A2 de alemán, señalaron dificultades relacionadas con el léxico y buscaron palabras desconocidas en el diccionario.

Al igual que en la traducción anterior, no elaboraron pautas generales para la traducción, por lo que ambas propuestas presentan una interferencia ortotipográfica del alemán en el saludo inicial (coma en vez de dos puntos) y una de las dos una interferencia léxica en la despedida (tu Dorothea); estos dos elementos eran de los pocos que tenían que adaptarse a las convenciones de la cultura meta para acercar el TM al público meta.

La propuesta uno se distingue por una comprensión adecuada del TF, lo que se refleja en una redacción muy clara y elegante:

> Mientras tanto, ya es diciembre y por toda la ciudad han instalado mercados navideños, tanto grandes como pequeños. Es una lástima que en todos lados haya lo mismo, nada realmente bonito. Además, no puedo seguir escuchando la tediosa música estadounidense – *White Christmas, Jingle bell, etc.* — Ya no puedo más. No me gusta la Navidad ni el Año Nuevo por culpa de los fuegos artificiales, siempre me hacen pensar en las bombas y en como corríamos a los refugios antiaéreos durante la guerra.

Sin embargo, esta traducción presenta tres falsos sentidos:

Und dein Sohn sieht Dir sehr ähnlich, finde ich. Jedenfalls wird er viel von deiner Kraft brauchen – ein ganzes Leben lang se traducjo como "Creo que tu hijo y tú se parecen mucho. De cualquier forma espero que haya heredado tu fuerza – la necesitará durante toda su vida".

Se está hablando de la fuerza del papá, la que el papá necesita tener durante toda su vida para darla al hijo (para educarlo, escucharlo, acompañarlo, aconsejarle, etc.), y no de las fuerzas del hijo.

Religionswissenschaftler: "un célebre erudito religioso". Debido a que no se analizó correctamente la palabra compuesta, se transformó al científico en un religioso. Ver el comentario anterior.

El falso sentido más grave es el siguiente:

Du fragst mich nach dem Philosophen Heidegger – ob er ein Nazi war. – "Me preguntaste sobre el filósofo Heidegger – era nazi."

Se trata aquí de un tema delicado ya que existe toda una controversia sobre la relación de Heidegger con el nazismo durante el régimen nacionalsocialista en Alemania (1933-1945). Omitir en la traducción la palabra *ob* que introduce una pregunta indirecta (¿era o no era?) y optar por una afirmación en el TM (sí era) constituye una injerencia indebida del traductor en esta discusión. El error es especialmente grave, ya que se pretende publicar el TM en una colección de divulgación científica para un público que tiene especial interés en los temas históricos.

Especulando sobre el origen del error, se podría pensar que se trata de un simple descuido, aunque no puede descartarse que la traductora (todavía) no esté familiarizada con la estructura de la pregunta indirecta.

Sea como fuera, este ejemplo muestra claramente cómo la simple omisión de dos letras del TF (*ob*) en una traducción puede poner en entredicho el trabajo en su conjunto.

De ahí la importancia de revisar siempre las traducciones realizadas y, si es posible, que la revisen también terceros (competentes).

Además, este ejemplo y otros presentes en las propuestas de las estudiantes ponen de manifiesto la importancia de que el futuro traductor esté familiarizado con la teoría de los actos de habla de Austin (1962) y Searle (1965, 1975), especialmente con lo que estos autores llaman "actos ilocutivos". Se trata de entrenarse en la clasificación de estos actos para no caer en errores respecto a la intención comunicativa a la hora de traducir.

El presente link (desgraciadamente sin fecha) da un resumen del tema:

https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/4326/1/Pragm%c3%a1tica_T4_Actos%20de%20habla.pdf

Para regresar a la controversia en torno a Heidegger y en vista del carácter documental del TM, que exige una máxima cautela para evitar que el traductor tome una posición que

vaya más allá de la que asume la autora de la carta, es prudente no traducir *Heideggers Verblendung* como "los disparates de Heidegger" o "los delirios de Heidegger", tal como lo proponen las estudiantes, que sobreinterpretan el concepto de *Verblendung*. *Verblendung* se refiere aquí a *Verblendetsein* como un estado, "Unfähigkeit zur Einsicht" según el Duden, es decir, señala la incapacidad de ver o comprender algo. Por lo tanto, conviene buscar una correspondencia muy cercana al término original, como podría serlo la palabra "ceguera" en sentido figurado (ceguera mental, no fisiológica).

Esta pequeña precisión terminológica sirve para ilustrar en qué consiste la competencia intercultural del traductor, tan a menudo evocada: se trata de conocimientos o, en su defecto, de la competencia para documentarse sobre el contexto de la cultura meta – a veces únicamente para tomar una decisión sobre cómo traducir una sola palabra.

La propuesta dos descuidó las connotaciones al traducir, por ejemplo, "dasselbe Zeugs" como "las mismas cosas", y "das ewige Gedudel von amerikanischen Schnulzen" simplemente como "villancicos", pasando por alto las connotaciones muy negativas que tienen estos términos en alemán.

Resumen

Se advierte la relevancia de establecer algunas directrices generales a las que deberá atenerse el TM antes siquiera de empezar el proceso translativo, es decir, de tomar decisiones previas acerca de las pautas que deberán seguirse. Es importante documentarse sobre cualquier contenido desconocido que pueda aparecer en un texto (como aquí Heidegger) y revisar las traducciones minuciosamente antes de entregarlas. Asimismo, es fundamental identificar los actos ilocutivos presentes en cada enunciado para no alterar su intención comunicativa.

Traducción 8. Halbformeller Brief: Dankschreiben an eine Kuratorin

Encargo de traducción

Clienta: La destinataria de la carta, una curadora austriaca de exposiciones de pintura.
Contexto del TF: Los autores desean expresarle su agradecimiento por un trabajo que ha realizado para ellos.
Destinatarios del TM: Potenciales clientes mexicanos de la curadora.
Motivo del encargo: La clienta quiere publicar este agradecimiento en su página web para promocionar su trabajo en México.

Actividades previas: Marcar todos los genitivos

Colores Traducción 8

Genitivos			

[Briefkopf]

Salzburg, 30. Jänner 2024

Liebe Frau Erlwanger,

wir möchten uns noch einmal melden und Ihnen für die ausgezeichnete Betreuung bei unserer Ausstellung in Wien danken.

Es hat ja alles ganz wunderbar geklappt! Dank der umfassenden Werbung war die Ausstellung bestens besucht. Die dezente Beleuchtung unserer Bilder war optimal. Und wie Sie natürlich wissen, konnten wir unser Lieblingswerk „Yeti und Ötzi auf der Couch von Siegmund Freund“ zu einem sehr guten Preis an einen Kunstsammler verkaufen.

Darüber hinaus waren wir beeindruckt von der Freundlichkeit und Professionalität Ihrer Mitarbeitenden. Sie waren so hilfsbereit und aufmerksam, wenn wir etwas brauchten. Der Kaffeeservice hat ebenfalls einwandfrei funktioniert, die Gäste verweilen ja gewöhnlich länger, wenn es Kaffee und Kekse gibt.

Nicht unerwähnt bleiben soll auch die Pünktlichkeit, mit der alles stattgefunden hat, angefangen mit der Eröffnung mit der Einweihungsansprache des Bürgermeisters (eine fabelhafte Idee von Ihnen, ihn einzuladen) bis hin zum Ehrenwein und den musikalischen Einlagen. Da hatten wir bei früheren Ausstellungen ganz chaotische Erfahrungen gemacht.

Wir freuen uns, in Ihnen eine so kompetente Kuratorin gefunden zu haben und hoffen, auch bei künftigen Ausstellungen wieder auf Ihre Unterstützung zählen zu können.

Ganz herzliche Grüße aus Salzburg,

Nelly und Fréderic
Ihr Künstlerehepaar

Propuesta de traducción

Referencias de mi trabajo

A continuación, se reproduce, traducida al español, la carta de agradecimiento de mis clientes Nelly y Fréderic, dos famosos pintores de la ciudad de Salzburgo:

Salzburgo, a 30 de enero 2024

Estimada señora Erlwanger:

Queremos agradecerle una vez más la excelente atención que nos brindó en ocasión de nuestra exposición en Viena.

¡Todo salió de maravilla! Gracias a la gran difusión de la promoción, la afluencia de visitantes fue muy alta. La discreta iluminación de nuestros cuadros fue óptima. Y como bien sabe, pudimos vender nuestra obra favorita “Yeti und Ötzi auf der Couch von Siegmund Freund” (Yeti y Ötzi en el diván de Siegmund Freund) a un coleccionista de arte – y a muy buen precio.

Además, nos impresionó la amabilidad y profesionalidad de sus colaboradores. Estuvieron tan atentos y siempre pendientes cuando necesitábamos algo. El servicio de café también funcionó sin contratiempos. Y es sabido que los visitantes suelen quedarse más tiempo si se ofrecen café y galletas.

Finalmente, cabe mencionar la puntualidad con la que todo se llevó a cabo, desde el evento de inauguración con el discurso del alcalde (fabulosa idea la suya de invitarlo) hasta el vino de honor y los interludios musicales. Hemos tenido experiencias muy caóticas con exposiciones anteriores.

Estamos muy contentos de haber encontrado una curadora tan competente y esperamos poder volver a contar con su apoyo para futuras exposiciones.

Le mandamos muchos saludos desde Salzburgo.

Nelly y Fréderic
Su pareja de artistas

Nelly y Fréderic: Yeti und Ötzi auf der Couch von Siegmund Freud, 2022. Técnica: óleo.

Fuente: Cuadro generado con IA el 14 de noviembre de 2024.

COMENTARIOS

Se trata de una carta semiformal. Las fórmulas de saludo y despedida, aunque son más bien informales, hacen uso del pronombre "*Sie*/usted" de cortesía. El estilo se asemeja al registro formal (estilo nominal, genitivos) pero –contrariamente a este– no excluye la expresión de los sentimientos.

Este es un ejemplo de cambio de función entre el TF y el TM. El TF tiene como finalidad subrayar el agradecimiento de los autores a la única destinataria de la carta (la curadora), mientras que el TM tendrá como escopo publicitar el trabajo de la clienta (la destinataria del TF) ante un público extranjero (mexicano).

Implicaciones del encargo para el TM

Las convenciones para la carta semiformal son prácticamente idénticas en la cultura fuente y la cultura meta, por lo que no tiene que hacerse ningún tipo de ajuste al contenido. Sólo se cambiará el formato del saludo inicial (dos puntos, seguidos por una mayúscula).

El cambio de función (escopo) implica que no se deben incluir datos personales (nombres completos, direcciones postales, etc.), ni de los remitentes, ni de la destinataria del TF. No es necesario para el nuevo escopo y puede infringir derechos personales, ya que el TM se publicará en una página web, accesible a un público amplio. Estos datos sólo se publicarán si las personas involucradas así lo desean. Se elimina el encabezado de la carta original y se agrega una breve introducción que justifique la reproducción de la carta traducida (como referencia de trabajo). Para mayor credibilidad, el TM se presenta explícitamente como traducción (otra opción sería una nota de pie).

El nombre del cuadro se conserva en alemán (es el nombre propio de una obra de arte), se puede agregar una traducción entre paréntesis o en una nota de pie de página.

Adaptación al público meta

Un detalle menor, que no influye sustancialmente en la función comunicativa del texto, es el siguiente: Yeti y Ötzi son conocidos por la destinataria de la carta (público fuente). Se puede suponer que el público meta conoce a Yeti, el “abominable hombre de las nieves” que vive en el Himalaya, pero no forzosamente a Ötzi, el “hombre de hielo” que es la momia humana más antigua de Europa, encontrada en 1991 en los Alpes.

Hay dos opciones: la primera es recurrir a la técnica de “**sustitución**: cambiar elementos lingüísticos por paralingüísticos o viceversa” (Molina y Hurtado Albir, citadas aquí de Olalla Soler & Hurtado Albir, 2014: 14, tabla en el apéndice al final de este libro), lo que en este caso podría consistir en incluir una imagen del cuadro en cuestión (previo acuerdo con la clienta y/o los autores del cuadro). Otra opción sería agregar una nota al pie de página.

Genitivos

Tres de los genitivos pueden traducirse conectando los sustantivos con la preposición “de”. En el caso de *dank der*, el caso genitivo depende de la preposición (como caso fijo) y en español corresponde a “gracias a”.

Propuestas de las estudiantes

El registro de las traducciones es adecuado (semiformal). El formato de saludo y despedida se adaptó a las convenciones de México. Salvo en un caso, no se detectaron problemas en la identificación y traducción de los genitivos.

Ninguna de las dos estudiantes reflexionó sobre las **implicaciones del encargo**, es decir, el nuevo escopo. Conservaron el encabezado, omitieron agregar una breve explicación o introducción para contextualizar el TM en el marco de la página web de la clienta, y no señalaron que se trataba de una traducción.

Comprensión /léxico

Una de las propuestas habla de una exposición de fotografías, lo que constituye un falso sentido, ya que el tema del TF es una exposición de pinturas. Esto se desprende del encargo de traducción, así como del nombre del cuadro ("Yeti und Ötzi auf der Couch von Siegmund Freud"–una foto que todavía nadie ha podido tomar–). De ahí la importancia de leer con detenimiento todas las instrucciones y buscar información sobre cualquier elemento del TF que no quede completamente claro. De no ser así, la persona que encarga la traducción podría perder clientes potenciales.

Gäste (*der Ausstellung*) se tradujo en un caso como "invitados" y, en el otro, como "clientes". Si bien es cierto que "*Gäste*" puede tener estas correspondencias en determinados contextos (en una fiesta, en un hotel), no es el caso tratándose, como aquí, de una exposición de arte. Los *Gäste* en cuestión no son propiamente invitados (aunque en todas las exposiciones también los hay), ya que la misma carta menciona que se hizo una campaña publicitaria para atraer al público en general. Quienes acuden a una exposición de arte son "visitantes", "asistentes" o el "público". También en alemán, *Besucher* hubiera sido una palabra más adecuada que *Gäste*, pero no hay ninguna razón para reproducir en el TM la expresión algo impropia del TF.

Es común encontrar todo tipo de errores en los TF. La consigna general es corregirlos en el TM, a no ser que estos tengan algún propósito, por ejemplo, en un texto literario, para evidenciar el bajo nivel de alfabetización de algún personaje. Es el caso del cuento "Leopoldo (sus trabajos)" de Augusto Monterroso, donde el aspirante a escritor comete un montón de errores. También puede existir alguna razón que se derive del encargo de traducción, si este sugiere que se reproduzcan los errores en el TM (véanse, por ejemplo, los comentarios a la traducción 7, donde esto ocurre).

Otro problema de comprensión /léxico ocurrió en la frase *wir möchten uns noch einmal melden*, que una de las voluntarias tradujo como "Nos gustaría informarle nuevamente", modificando de esta manera la intención comunicativa del TF (al transformar una frase vacía, destinada simplemente a reanudar el contacto, en el anuncio de una información). El error se

atribuye a que la estudiante seleccionó una traducción del diccionario bilingüe (*etw. melden* = informar algo) sin revisar si era pertinente en el contexto.

Culturema

Interesante es la interpretación que hizo una de las estudiantes de la oración alemana *Nicht unerwähnt bleiben soll auch die Pünktlichkeit, mit der alles stattgefunden hat, angefangen mit*…. Decidió adaptar la oración, con el siguiente argumento: "Si se mantenía la traducción literal, la 'puntualidad' daba un sentido de que algo se realizó en el momento y tiempo determinado. En este caso, lo que quiere decir es que el evento se realizó de una forma positiva, por eso 'precisión' es más adecuada". La estudiante no pudo imaginar que *Pünktlichkeit* en el TF refería exactamente a eso: puntualidad (en el tiempo). Hacer las cosas a la hora convenida se considera una virtud entre muchos grupos sociales del centro o norte de Europa y es algo muy apreciado. De esto puede deducirse que, según el conocimiento empírico (que también se refleja en la argumentación de la estudiante), en México la puntualidad no tiene el mismo valor que en la cultura fuente, por lo que la traducción del término *Pünktlichkeit* por "precisión" (en la versión de la estudiante) –irónicamente– puede considerarse como adecuada: "Tampoco hay que olvidar mencionar la precisión con la que se organizó todo…".

Resumen

El formato y las estructuras gramaticales de la carta no plantearon problemas. Hubo algunas dificultades puntuales con el léxico. Es importante entrenarse en el manejo del diccionario bilingüe, verificando para cada propuesta de equivalencia o correspondencia si encaja realmente en el contexto de la oración o del texto en su conjunto.

Los estudiantes deben entrenarse para identificar el escopo de una traducción (según el encargo de traducción) y evaluar sus posibles implicaciones para el TM a producir. Es decir, deben aprender a ir más allá de la simple traducción "palabra por palabra", tomando en cuenta las circunstancias que rodean el TM a elaborar.

Traducción 9. Formeller Brief: Motivationsschreiben

Encargo de traducción
Cliente: El mismo interesado que firmó la carta original. No la redactó él mismo en alemán por sus insuficientes conocimientos lingüísticos, sino que encargó su redacción a un amigo suizo. **Contexto del TF:** El interesado y supuesto autor de la carta busca conseguir una visa ante el Consulado de Alemania en México para estudiar un curso intensivo de alemán en Berlín, Alemania. La carta de motivación forma parte de los requisitos para poder obtener la visa de estudiante. **Destinatarios del TM:** Administrativos del área de Servicios Escolares de la universidad mexicana del cliente. **Motivo del encargo:** Para poder tramitar una baja temporal en su universidad mexicana, se le pide entregar, entre otros requisitos, la carta de motivación traducida al español por un perito traductor.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los verbos en futuro, las estructuras con "zu" y los genitivos.

Colores Traducción 9

Genitivos	Estructuras verbales con "zu" y "um… zu"		
Futur 1			

Además, se marcan los conectores de causa, finalidad (salvo las estructuras con "um… zu") o consecuencia y los adverbios preposicionales.

Subrayado: estructura nominal compleja

Deutsche Botschaft in Mexiko-Stadt

Zu Händen der zuständigen Person

Puebla, den 7. Mai 2024

Motivationsschreiben

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit möchte ich mich vorstellen: Mein Name ist Federico Hernández, ich bin 22 Jahre alt und gegenwärtig im siebten Semester des Studiengangs Ingeniería Automotriz an der Universidad Tecnología de Punta, Campus Puebla, eingeschrieben. Darüber hinaus besuche ich zur Zeit einen Deutschkurs der Stufe A1 am Sprachenzentrum meiner Universität.

Ich wende mich an Sie, weil ich einen Antrag auf ein Visum stellen möchte, zu dem Zweck einen Intensivkurs der deutschen Sprache am Institut für

Internationale Kommunikation in Berlin zu nehmen. Dieser Kurs erstreckt sich über den Zeitraum vom 4. Januar bis zum 30. Juni 2024, der Nachweis meiner Einschreibung liegt diesem Schreiben bei.

Den geplanten Deutschlandaufenthalt sehe ich als große Chance für mich, denn viele der wichtigsten Firmen der Automobilbranche kommen aus Deutschland. In Puebla sind mehrere davon ansässig. Mein größter Wunsch ist es, später in einer dieser Firmen zu arbeiten. Die Beherrschung der deutschen Sprache wird sehr hilfreich sein, dieses Ziel zu erreichen. Dabei denke ich, dass man eine Sprache am besten erlernt, wenn man das in dem Land tut, in dem sie gesprochen wird. Neben der Sprache habe ich auch großes Interesse an der deutschen Kultur, insbesondere der deutschsprachigen Popmusik. Dieser Aufenthalt wird mir die Gelegenheit geben, neue Leute kennenzulernen und Erfahrungen zu machen, die mich in vielerlei Hinsicht bereichern werden.

Ich versichere Ihnen, dass ich mich sehr bemühen werde, gute Leistungen bei dem Kurs zu erbringen, um ein gutes sprachliches Niveau zu erreichen und eine Zertifizierung ablegen zu können. Auf diese Weise möchte ich noch vor Abschluss meines Universitätsstudiums einen Wettbewerbsvorteil für meine berufliche Zukunft erlangen.

Ich hoffe, Ihnen mit diesem Schreiben gezeigt zu haben, wie groß mein Interesse ist, ein Studentenvisum zu erhalten, und bin zuversichtlich, dass mein Antrag genehmigt wird. Der besagte Intensivkurs bedeutet für mich eine große Chance für meinen beruflichen und persönlichen Werdegang.

Mit freundlichen Grüßen

Federico Hernández

Propuesta de traducción

Puebla, Pue., a 7 de mayo de 2024

Embajada de la República Federal de Alemania
Ciudad de México, México

A QUIEN CORRESPONDA

Carta de motivación

Por medio de la presente le mando un cordial saludo. Mi nombre es Federico Hernández, tengo 22 años y soy estudiante del séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Automotriz en la Universidad Tecnología de Punta, Campus Puebla. Así mismo estoy cursando el nivel A1 del idioma alemán en el Centro de Lenguas de mi universidad.

Me dirijo a ustedes con el objeto de hacer una solicitud de visa para estudiar un curso intensivo del idioma alemán en el Institut für Internationale Kommunikation en Berlín, Alemania. Este curso se impartirá en el período del 4 de enero al 30 de junio del 2024. Anexo a la presente mi comprobante de inscripción.

Veo esta estancia como una gran oportunidad para mí, ya que varias de las principales empresas automotrices de Puebla son alemanas y algunas tienen su sede en esta ciudad. Mi mayor sueño es trabajar algún día en una de ellas. Llegar a dominar el idioma alemán sería de gran ayuda para lograr este objetivo. Considero que estudiar un idioma en un país donde este se habla es la mejor manera de aprenderlo. Además del idioma, me interesa mucho la cultura alemana, especialmente la música pop en lengua alemana, y la estancia en Alemania me brindará la oportunidad de conocer a gente nueva y vivir experiencias enriquecedoras en múltiples aspectos.

Mi compromiso ante todo, es poner mi mejor empeño en el estudio para alcanzar un buen nivel de idioma y poder certificarme. De esta manera pienso obtener una ventaja competitiva para mi futuro laboral desde antes de terminar mi carrera universitaria.

Espero haberle demostrado por medio de la presente el gran interés que tengo en conseguir la visa de estudiante y quedo en espera de que mi solicitud sea aprobada, ya que este curso intensivo representa una oportunidad muy importante para mi superación, tanto profesional, como personal.

Atentamente,

Federico Hernández

COMENTARIOS

Se trata de una carta formal. Es un caso de cambio de función entre el TF y el TM. La función del TF (obtener una visa) ha perdido vigencia en el momento de redactar el TM, que solo apunta a documentar este acto administrativo anterior frente a un nuevo público que tiene que tomar una decisión administrativa diferente, a saber, otorgar una baja temporal.

Por consiguiente, se requiere una traducción-documento abierta (realizada por un perito traductor). Sin embargo, para garantizar que se consiga el nuevo escopo (la baja) con mayor eficacia, la traducción debe adoptar algunas características de traducción-instrumento, es decir, conviene adaptar el TM a las convenciones a las que están acostumbrados los nuevos

destinatarios (formato, fórmulas, registro). Los cambios formales comprenden, por ejemplo: cambio del lugar de la fecha, renglón vacío entre destinatario y fórmula "A quien corresponda", dos puntos después del saludo inicial, seguido por una mayúscula, fórmula de inicio ("Por medio de la presente"…).

Genitivos

Casi todos pueden traducirse conectando los sustantivos con la preposición "de".

Firmen der Automobilbranche puede simplificarse, traduciendo como "empresas automotrices", es decir, sustantivo + adjetivo en vez del genitivo.

Beherrschung der deutschen Sprache: se recurre a una transposición, es decir, el sustantivo se transforma en verbo + COD en español – "llegar a dominar el alemán".

Construcción nominal

..noch vor Abschluss meines Universitätsstudiums einen Wettbewerbsvorteil für meine berufliche Zukunft erlangen: aquí se juntan cuatro sustantivos con genitivo y preposiciones. En español, se puede reducir a tres sustantivos, el cuarto se transforma en una subordinada temporal (transposición): "…obtener una ventaja competitiva para mi futuro laboral desde antes de terminar mi carrera universitaria".

Futur 1

En el texto alemán se encuentran cinco verbos en futuro. No es necesario conservar este tiempo verbal en todos los casos en español. Para aligerar la redacción, solo se conserva un futuro simple (brindará), uno se vuelve tiempo condicional (sería), ya que al momento de redactar el TF todavía no se había obtenido la visa, y un tiempo presente (…es poner mi mejor empeño), ya que el sustantivo "compromiso" deja claro que se refiere al futuro. Las formas *gesprochen wird* y *genehmigt wird* (marcadas en rojo) son voz pasiva (presente) en alemán y no corresponden al futuro. En la traducción se transforman en pasiva impersonal (se habla) y en subjuntivo presente (sea aprobada). Es fácil de distinguir estos dos tiempos verbales: el futuro siempre se construye con un infinitivo, mientras que la voz pasiva requiere un participio pasado.

Causa, finalidad o consecuencia

Causa (*weil, denn*): se pueden usar los recursos del español para expresar la causa. Sin embargo, por razones estilísticas se ha sustituido el conector de causa *weil* por uno de

finalidad en español: “con el objeto de” (modulación), considerando que en este caso no representa un cambio sustancial del sentido del mensaje.

“Palabras de condimento”

La primera (*hiermit*) corresponde a una fórmula típica en alemán para iniciar una carta formal. Según las conclusiones que se han sacado del encargo de traducción, conviene adaptar la redacción a los usos del español: “Por medio de la presente…”. La segunda (*darüber hinaus*) puede traducirse como “además” o “así mismo”. La tercera (*davon*) desaparece en el TM por no ser necesaria, quedando solo el determinante “algunos” como sujeto. La cuarta (*dabei denke ich…*) se omite por ser innecesaria en español, dejando solo el verbo “considero”.

Construcciones verbales funcionales

Gelegenheit geben – brindar la oportunidad

Erfahrungen machen, die mich bereichern – vivir experiencias enriquecedoras (la relativa puede reducirse a un adjetivo)

einen Wettbewerbsvorteil erlangen – obtener una ventaja competitiva

Otras expresiones

sehr hilfreich sein – ser de gran ayuda

beruflicher Werdegang – superación profesional, desarrollo profesional

Propuestas de las estudiantes

Durante las actividades previas, las estudiantes no identificaron todos los genitivos ni todos los verbos en futuro (confundieron la voz pasiva con el futuro). Las estudiantes no están familiarizadas con la estructura verbal con “zu”, por lo que marcaron también la preposición “zu” (zu Händen) y el adjetivo “zuversichtlich”. Sin embargo, estas faltas en el análisis gramatical no se reflejan en las propuestas de traducción que demuestran una comprensión detallada, además de estar redactadas con elegancia estilística.

Faltó una reflexión previa sobre las implicaciones del encargo de traducción. Probablemente sin tomar una decisión consciente, las estudiantes optaron por adaptar el TM, al menos parcialmente, a las convenciones de la cultura meta. Sin embargo, no realizaron estas adaptaciones de forma consecuente, es decir, que no respetaron las reglas de la carta formal en todos los detalles (por ejemplo, pusieron una coma después del saludo en vez de

dos puntos; no reubicaron ciertos elementos, como la fecha o la fórmula “a quien corresponda”).

Registro: recurrieron a un saludo inicial inapropiado para la carta formal (“estimada o estimado”). Como puntos positivos, ambas propuestas decidieron corregir el elemento informal presente en la carta original, restableciendo el nombre oficial de la embajada: “Embajada de la República Federal de Alemania” (en vez de “Embajada alemana”). Identificaron y tradujeron adecuadamente todas las relaciones de causa, finalidad y consecuencia. Omitieron traducir los adverbios preposicionales o propusieron una traducción adecuada que no interfiere en la fluidez de la redacción del TM. La estructura nominal compleja (*noch vor Abschluss meines Universitätsstudiums einen Wettbewerbsvorteil für meine berufliche Zukunft erlangen*) no presentó dificultades de comprensión y traducción.

El nombre de la escuela alemana se tradujo al español. Tratándose de un nombre propio, debe dejarse en lengua fuente, seguido eventualmente de su traducción entre paréntesis.

Resumen

Aunque el análisis formal de los elementos gramaticales presentó cierta dificultad, esto no afectó a la comprensión del TF en su conjunto, ni a la redacción del cuerpo del texto en LM.

Las principales deficiencias residen en la falta de un perfil previo claramente delimitado para el TM a elaborar. En el contexto didáctico es muy importante insistir en el análisis del encargo de traducción y en las implicaciones o decisiones que este conlleva. En el caso de la carta formal, es importante revisar los usos convencionales de formato, fórmulas y registro en la cultura meta, así como recurrir a textos paralelos.

Es igualmente importante reunir y observar pautas generales para la traducción de nombres propios.

Traducción 10. Formeller Brief: Berufspraktikum

Encargo de traducción
Cliente: El destinatario de la carta. **Contexto del TF:** En el marco de su formación técnica en una empresa alemana, el cliente realizará unas prácticas profesionales en la Ciudad de México y ha estado intentando negociar las condiciones de su estancia con los directivos de la empresa. En respuesta a estas negociaciones, se le manda el presente oficio de aclaración de las condiciones. **Destinatarios del TM:** El departamento de Recursos Humanos de la filial mexicana del consorcio. **Motivo del encargo:** En México, se le pide al cliente entregar la carta traducida al español para integrar su expediente en Recursos Humanos.

Actividades previas: Marcar con diferentes colores los verbos en futuro y los genitivos.

Notas:

(1) Para este texto no se presenta una propuesta de traducción.
(2) *zur Verfügung stellen* = poner a disposición

Colores Traducción 10

Genitivos			
Futur 1	Adverbios preposicionales		

[Logo der Firma]
SCHENKER GmbH

Schenker GmbH, Bayernstraße 537, Dortstadt

Bayernstr. 537
3000 Dortstadt
Deutschland

Herrn
Norbert Kayser
Berliner Str. 5
1000 Hierstadt

[Telefon, Fax]
www.schenker.de

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
XY	773	herbert.schenker@schenker.de	12.09.2024

Ihr Einsatz in Mexiko

Sehr geehrter Herr Kayser,

bezüglich Ihres Ausbildungsvertrags und in Anlehnung an die Gespräche, die Sie mit Herrn Schneider und Herrn Hernández über Ihren geplanten Aufenthalt in Mexiko geführt haben, teilen wir Ihnen hiermit Folgendes mit:

Im Rahmen Ihrer dualen Berufsausbildung als Elektriker am Benz-Institut in Hierstadt werden Sie ein Berufspraktikum bei unserer Tochtergesellschaft SCHENKER de México S.A. (nachfolgend SdM) ableisten, das sich über sechs Monate erstreckt und den Zeitraum vom 1.9.2024 zum 28.02.2025 umfasst.

Ihr Ausbildungsvertrag bleibt während dieses Zeitraums gültig. Während Ihres Aufenthalts in Mexiko werden Sie weiterhin so wie bisher eine Ausbildungsvergütung beziehen. Für diesen Zeitraum wird der Betrag auf 1200 € monatlich erhöht. Seitens SdM werden Sie keine Bezahlung erhalten.

SCHENKER GmbH Deutschland wird als einmalige Unterstützung die Flugkosten München–Mexiko-Stadt hin und zurück übernehmen, ebenso die Zahlung Ihrer Krankenversicherung mit Auslandsdeckung. SdM wird Ihnen eine Unterkunft in Mexiko zur Verfügung stellen.

Für Nachfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Sichtvermerk
[Unterschrift]

[Unterschrift]
i.A. Herbert Schenker

[Unterschrift]
Frank Müller

[Bankverbindungen und Steuerzahlernummer der Firma.]

¡Ojo! *wird erhöht* (marcado de amarillo) es voz pasiva (presente), no Futur 1.

Traducción 11. Formeller Brief: Geschäftsanfrage

Encargo de traducción
Cliente: Una empresa alemana que se dedica a importar productos internacionales y distribuirlos entre revendedores en Alemania, Austria y Suiza. **Contexto del TF:** La empresa distribuidora alemana quiere establecer un contacto comercial con una empresa mexicana. **Destinatarios del TM:** El destinatario del escrito (Dpto. de distribución internacional de la empresa mexicana). **Motivo del encargo:** Se trata de un encargo de traducción interno. Se pide al traductor de la empresa alemana traducir la carta al español de México. Se pone énfasis en que la carta debe estar redactada de forma muy formal y cortés.

Actividades previas: Ninguna

Nota: Se marcan las construcciones nominales y los deícticos.

Colores Traducción 11

Construcciones nominales (preposicionales, genitivos, atributos, etc.)			
Deícticos			

Internationale Lebensmittelimporte GmbH • Einkaufsabteilung • Hamburg

La Abeja, SA de CV
Abteilung Internationaler Vertrieb
Zu Händen der zuständigen Person
Tampico
México

Hamburg, 12. September 2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

unsere Firma gehört zu den ältesten Handelshäusern vor Ort und zählt auf einen großen Kundenstamm. Ihre Adresse verdanken wir unserem gemeinsamen Kunden Friedrich Müller der Firma Allkauf GmbH, Berlin. Dieser empfiehlt Ihre Produkte und teilte uns mit, dass Ihr Unternehmen an der Belieferung des deutschen Großhandels mit Honig mexikanischer Herkunft interessiert ist.

Bisher haben wir hauptsächlich mit argentinischer Ware gearbeitet. Nun möchten wir jedoch unserer Sortiment erweitern und auch mexikanische Waren einführen. Wegen ihrer hohen Qualitätsstandards haben wir dafür insbesondere Ihre

Produktlinie ins Auge gefasst. Vorrangig sind wir natürlich an der regelmäßigen Belieferung mit Ihren Sortenhonigen interessiert, möchten aber in den Wintermonaten auch Gelée Royale anbieten können. Bitten teilen Sie uns mit, ob Sie das ebenfalls in Ihrem Sortiment führen.

Da wir kurz vor dem Weihnachtsverkauf stehen, möchten wir möglichst bald mit der Einfuhr der mexikanischen Ware und dem Vertrieb hier beginnen. Deshalb bitten wir Sie, uns umgehend Ihr Angebot einschließlich möglicher Liefermengen, Preise, Lieferfristen und Zahlungsbedingungen zukommen zu lassen. Ich weise darauf hin, dass unsere übliche Zahlungsform die Banküberweisung ist.

In Erwartung eines günstigen Angebots und in der Hoffnung auf eine langjährige Geschäftspartnerschaft verbleiben wir

mit freundlichen Grüßen

Frank Schneider
Head Officer Einkauf

Propuesta de traducción:

Internationale Lebensmittelimporte GmbH, Einkaufsabteilung, Hamburg

Hamburgo, Alemania, a 12 de septiembre 2023

La Abeja, SA de CV
Departamento de Distribución Internacional
Tampico
México

A QUIEN CORRESPONDA

Muy señoras y señores nuestros:

Nuestra empresa es una de las casas comerciales más antiguas de la ciudad de Hamburgo y contamos con una amplia cartera de clientes. Un cliente en común, el señor Friedrich Müller, de la empresa Allkauf GmbH, Berlín, nos hizo el favor de facilitarnos sus datos de contacto. Nos recomendó ampliamente sus productos y nos informó que su empresa busca comercializar miel de origen mexicano en el mercado mayorista alemán.

En cuanto a las mieles selectas, hasta la fecha hemos trabajado sobre todo con mercancía argentina. Pero estamos planeando ampliar nuestra gama de productos y nos hemos fijado especialmente en las mieles de su producción, ya que son de muy alta calidad. Primordialmente nos interesa contar con un suministro constante de los tipos de miel monofloral que ustedes manejan. Sin embargo, para los meses de invierno nos gustaría importar también ciertas cantidades de Jalea Real. Por lo que les agradeceríamos que nos indiquen si también exportan este producto.

Se está acercando la temporada navideña, por lo que quisiéramos empezar lo más antes posible con la importación de las mieles mexicanas y su distribución entre los menoristas alemanes. Sírvanse enviarnos a la mayor brevedad posible su oferta, incluyendo las posibles cantidades de suministro, la lista de precios, los plazos y las condiciones de pago. Hago la aclaración que nuestra forma de pago habitual es la transferencia bancaria.

En vista de una relación comercial a largo plazo, esperamos recibir una propuesta competitiva de su parte.

Sin más por el momento, les mandamos un saludo cordial y quedamos atentos a su respuesta.

Atentamente,
Frank Schneider
Head Officer Einkauf

COMENTARIOS

Se trata de una típica traducción-instrumento, que no tiene que ser marcada como traducción. Para cumplir con su escopo, debe funcionar en la cultura meta como si fuera un original. El encargo de traducción dice: “Se pone énfasis en que la carta debe estar redactada de forma muy formal y cortés.” Esto implica que el TM debe recurrir a las convenciones de la carta comercial mexicana (fórmulas de cortesía, etc.), es decir, no tiene que seguir a la letra el tenor del original. También implica que hay que prestar mucha atención a la redacción (evitar repeticiones, redacción ambigua o torpe) para no causar una mala impresión al potencial socio comercial.

Fórmulas típicas usadas en esta carta comercial:

Alemán (texto fuente)	Español (texto meta)
Hamburg,… (anteriormente: *Hamburg, den…*)	Hamburgo, Alemania, a… Agregar el país (Alemania) es opcional, pero ayuda al destinatario a identificar más rápidamente el origen del mensaje. Nota: En México se suelen agregar más datos junto al nombre de la ciudad, tales como estado, país, en ocasiones incluso el día de la semana. No es usual en alemán.
Zu Händen der zuständigen Person (se coloca en el encabezado junto a la dirección)	A QUIEN CORRESPONDA (se suele dejar un renglón en blanco antes de esta fórmula)
Sehr geehrte Damen und Herren,	Muy señoras y señores nuestros: Según el encargo de traducción, se opta por una fórmula muy cortés y formal.
Ihre Adresse verdanken wir…	…nos hizo el favor de facilitarnos sus datos de contacto
Bitten teilen Sie uns mit, ob…	les agradeceríamos que nos indiquen si…
Deshalb bitten wir Sie, uns umgehend … zukommen zu lassen.	Sírvanse enviarnos a la mayor brevedad posible…
(No existe en alemán)	Sin más por el momento les mando un saludo cordial y… Otra opción: Sin otro particular…
Mit freundlichen Grüßen	Atentamente

Hasta cierto grado, el reto consiste en desintegrar las construcciones nominales, típicas del alemán formal.

…dass Ihr Unternehmen an der Belieferung des deutschen Großhandels mit Honig mexikanischer Herkunft interessiert ist.	…que su empresa busca comercializar miel de origen mexicano en el mercado mayorista alemán. (El sustantivo *Belieferung* + Genitivo se cambió por el verbo "comercializar" + COD)
an der regelmäßigen Belieferung mit Ihren Sortenhonigen	un suministro constante de los tipos de miel monofloral que ustedes manejan (el posesivo *Ihren* se transforma en oración relativa)
Ihr Angebot einschließlich möglicher Liefermengen, Preise Lieferfristen und Zahlungsbedingungen (*einschließlich* es una preposición con genitivo)	su oferta, incluyendo las posibles cantidades de suministro, la lista de precios, los plazos y las condiciones de pago (gerundio más enumeración de objetos directos)
In Erwartung eines günstigen Angebots und in der Hoffnung auf eine langjährige Geschäftspartnerschaft verbleiben wir…	En vista de una relación comercial a largo plazo, esperamos recibir una propuesta competitiva de su parte. (*Erwartung* no se traduce como "esperar", sino por una preposición, véase la razón aquí abajo) La primera estructura preposicional se transforma en oración principal en español. La fórmula (*verbleiben wir…*) se transforma en una fórmula separada en español.
(No viene en el TF)	quedamos atentos a su respuesta (evitar el verbo "esperar" para no repetirlo)

Otros detalles

Construcción verbal funcional: *zukommen lassen* = hacer llegar, traducido aquí por "enviar"

Polisemia en español: *in Erwartung/in der Hoffnung*: ambos pueden traducirse como "esperar", aunque tienen significados muy distintos (esperar algo que debe llegar y tener la esperanza). La traducción debe esforzarse por evitar la repetición del verbo "esperar".

Adecuación al público meta: en lugar y fecha se agrega "Alemania". Deixis: *vor Ort* se vuelve "de la ciudad de Hamburgo", *hier* se vuelve "en Alemania".

Propuestas de las estudiantes

Comprensión

No se identificaron problemas de comprensión de las construcciones nominales.

Léxico

Se detectaron algunas dificultades en cuanto al léxico formal y técnico.

- *Sortenhonig* se tradujo como "mieles varietales" sin realizar una búsqueda exhaustiva de este concepto (se trata de "miel monofloral"). Este término representa el objeto principal de la carta (importación de miel monofloral), por lo que el error puede entorpecer gravemente la comunicación. La traducción "diversos tipos de mieles" es mejor, por ser más general. Sin embargo, lo adecuado es recurrir al tecnicismo "miel monofloral" (ya que pueden existir también mezclas que no son monoflorales).
- *Weihnachtsverkauf* se tradujo como "rebajas de Navidad", lo que es un contrasentido, ya que en la temporada de ventas navideñas se suelen ofrecer determinados productos estacionales a un precio elevado.

Sintaxis

Las estudiantes propusieron adaptar algunos aspectos sintácticos, recurriendo a técnicas como la modulación y la ampliación y procediron a reformular y reestructurar los enunciados.

Pragmatica

Las estudiantes no contemplaron la posibilidad de facilitar la lectura al destinatario adaptando ciertos elementos deícticos, como *vor Ort* o *hier*.

Registro

El encargo de traducción impide una redacción informal, por lo que no es apropiado iniciar la carta con "Estimada o estimado". Tampoco es apropiado iniciar con "Estimados miembros de La Abeja, SA de CV", ya que la carta no va dirigida a los miembros de una asociación, ni a todos los trabajadores de "La Abeja", sino al o a la responsable del departamento de distribución internacional de la empresa (cuyo nombre se desconoce). Hay que recurrir a los usos apropiados en español.

Nombre propio de la empresa alemana

Se tradujo el nombre propio de la empresa alemana. Los nombres propios de empresas (o personas) no deben traducirse en la correspondencia comercial, ya que la empresa está registrada en el Registro Comercial con su nombre en LF. Además, una traducción del nombre propio le impide al destinatario realizar una búsqueda sobre la empresa (o la persona).

Formato

Se conservaron los detalles del formato alemán (dejando, por ejemplo, la fórmula "a quién corresponda" en el mismo lugar que en alemán). Por otro lado, las estudiantes usaron correctamente las fórmulas de despedida, propias del contexto mexicano. Lo importante es trazar un perfil general del TM a elaborar antes de iniciar el proceso translativo (este perfil incluirá las pautas a seguir en relación al formato, según el encargo de traducción) y consultar textos paralelos.

Redacción

El encargo de traducción pide explícitamente una redacción muy formal y cortés. Por lo tanto, hubiera sido de suma importancia revisar la redacción para suprimir repeticiones y algunas expresiones torpes ("A causa de que estamos por iniciar…" o "Debemos nuestro conocimiento sobre ustedes…"). "Unser gemeinsamer Kunde" se tradujo como "nuestro cliente mutuo". Sin embargo, "mutuo" significa "recíproco, bilateral" (RAE), lo que aquí resulta inexacto. Mejor: "un cliente en común".

Resumen

Se desprende que la dificultad de esta tarea no reside principalmente en la comprensión de las construcciones nominales, sino en la **adaptación del TM a los usos en lengua fuente**, atendiendo las instrucciones del encargo de traducción. Es importante trazar lineamientos para la traducción antes de iniciar el proceso translatorio, así como consultar textos paralelos para cuestiones de formato. Siempre hay que documentarse sobre los tecnicismos clave de un TF.

Traducción 12. Werbeanzeige einer Fluggesellschaft

Encargo de traducción

Cliente: La aerolínea Beach Airline (Nota: Se trata de un nombre ficticio.)
Contexto del TF: Venta de vuelos económicos desde Alemania a destinos de playa europeos
Destinatarios del TM: Viajeros de México que van a destinos de playa
Motivo del encargo: La aerolínea planea asociarse con una aerolínea mexicana que ofrece vuelos económicos en el interior de México.

Actividades previas:

Rellenar la tabla de descripción

Nota: Para esta tarea no hay propuestas de estudiantes.

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	Incitar al público meta a comprar anticipadamente sus vuelos para las vacaciones de invierno.
Eslogan Recursos retóricos	**Tópico**: mar, sol, vacaciones = felicidad **Personificación**: El invierno llega, el sol llama. **Oximoron:** *Der Winter naht, die Sonne winkt.* Se juntan los conceptos opuestos de invierno y sol (en el invierno europeo suele haber poco sol). El sol te llama, pero en otro país. Hay que comprar un vuelo. **Elipse/ estilo nominal**: *jetzt buchen und … sparen* **Anglicismo**: *Get it now!* (Si compras un vuelo con esta empresa vas a formar parte de una comunidad global.) *Begrenzte Anzahl Sitzplätze:* Se trata de dar la impresión de una oferta limitada (y por lo tanto muy valiosa), cuando en realidad es una oferta económica para un público masivo. Se sugiere decidirse rápido para alcanzar un lugar.
Imagen Recursos retóricos	Se usa el **tópico** del mar azul, que evoca vacaciones, descanso y calor. La pareja está pasando unas vacaciones felices, brindando con copas. El público meta puede proyectarse en ellos. Los colores son **azul claro** (confianza y tranquilidad), la playa es de color beige claro (sencillez, calor), los personajes llevan **ropa azul claro y amarillo** (alegría y calor).

	El color **rojo** de las **letras** (dinámica, fuerza) sugiere la fuerza de decisión (para realizar la compra). El cuadro de texto que anuncia el ahorro está colocado **en medio del sol**. Ahorro = sol, mar y felicidad. Los personajes felices están dominando la escena desde el ángulo derecho, todo lo demás (mar, playa, ahorro) parece estar a su disposición.
Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se conjugan para constituir el mensaje.
Mensaje	Compra un vuelo a un destino de playa y serás tan feliz como los personajes de la foto. Cómpralo anticipadamente y ahorrarás mucho dinero.

¿Se puede conservar la imagen en el TM? ¿Por qué sí/no?

Habrá que realizar un estudio de mercadotecnia sobre el consumidor mexicano. Argumentos en contra: probablemente los motivos de "pareja solitaria" y "brindar" no tendrán la misma efectividad con el público meta. Las vacaciones en México suelen ser familiares. Además, el tópico del sol tiene otro valor en la cultura fuente que en la meta. El europeo del centro y centro-norte suele buscar el sol especialmente en invierno (porque hay poco), en México se tiende a evitarlo para protegerse de él (porque hay mucho durante todo el año).

En México también existe el invierno como estación del año, pero las condiciones climáticas no se comparan con las del invierno en los países de habla alemana. Por lo que en el TM conviene insistir más en las vacaciones de fin de año, en vez de la estación del año como tal (algo que puede hacerse en el texto escrito).

Argumento para conservar la imagen: proyecta bienestar y descanso vacacional en un entorno de belleza natural.

¿Qué propones para traducir el anuncio? (solo texto, sin propuesta de imagen)

Jetzt Winterflüge buchen und sparen	Compra tus vuelos con antelación para ahorrar Haz un ahorro comprando tus vuelos ya **Tus vuelos de fin de año a un precio increíble**

	Nota: El eslogán debe ser breve. Por esta razón, en las primeras dos propuestas se omite la referencia a la temporada de fin de año, considerando que esta información viene a continuación. En la tercera propuesta se omite la información sobre la compra anticipada, algo que también se aclara a continuación. En el TM la forma impersonal del TF (infinitivos) se cambia a un llamado directo dirigido al destinatario (tus vuelos).
Get it now!	**¡No esperes más!** ¡Antes de que se acaben! ¡Aprovecha la oferta! Nota: Se puede suponer que los clientes potenciales de la aerolinea, en su mayoría, pertenecen a la clase media (alta y baja) y que muchos de ellos no están familiarizados con el inglés, por lo que conviene evitar el anglicismo.
Der Winter naht, die Sonne winkt!	¡Para este fin de año te llama la playa! Se acerca el fin de año, asegura tus vacaciones. El año se acaba, empiezan tus vacaciones. Notas: Eliminando las referencias a invierno y sol (por las razones arriba expuestas), se pierde el oximoron. Según la propuesta, también puede perderse la personificación. Puede introducirse el contraste (acabar – empezar) como figura retórica. La dificultad reside en encontrar un eslógan muy conciso.
Begrenzte Anzahl Sitzplätze.	¡Quedan pocos asientos!
Beach Airline	(Nombre propio, no puede cambiarse)

Traducción 13. Werbeanzeige einer Fluggesellschaft (2)

Encargo de traducción
Cliente: La aerolínea **Contexto del TF:** Es una publicidad que la aerolínea difunde en Alemania **Destinatarios del TM:** Viajeros que buscan un vuelo desde Cancún/México a Europa **Motivo del encargo:** La aerolínea ofrece vuelos desde Cancún/México a ciudades europeas y quiere publicitar estos vuelos en México

Texto:

Mach die Fliege.

Schon ab €19.

Zusätzlich Flex Relax wählen und günstiger umbuchen oder stornieren.

Wir lieben Fliegen.

Actividades:

5) Rellenar la tabla de descripción

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	El cliente debe comprar un vuelo y adicionamente adquirir la opción *"Flex Relax"* (que le permite reagendar o cancelar su vuelo con mayor facilidad).
Eslogan Recursos retóricos	Se recurre a un **fraseologismo** alemán: *Mach die Fliege* significa *verschwinden, weggehen*, es decir, largarse, alejarse. Del fraseologismo deriva un **juego de palabras humorístico** que descansa también sobre la polisemia de *Fliegen* con mayúscula. *Fliegen* puede referirse al plural de *Fliege* (mosca) y puede ser la forma sustantivada de *fliegen* (volar) – *das Fliegen*.
Imagen Recurso retórico	La imagen ilustra el fraseologismo y el juego de palabras que se usa en el eslógan. La mosca vuela (al igual que el público meta debe volar con esta aerolinea). La silla de playa hace alusión a un destino de playa. El juego entre la imagen y el texto verbal sólo puede esclarecerse si se sabe que el anuncio proviene de una aerolinea.
Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se conjugan para constituir el mensaje.

Mensaje	Compra un vuelo con esta aerolinea, tal vez a un destino de playa, compra también la opción *Flex Relax* que te da ventajas.

6) ¿Se puede conservar el juego de palabras? ¿Por qué sí/no?

No puede conservarse porque no existe una locución equivalente en español y tampoco una polisemia equivalente. *Fliege* (insecto) = mosca, *fliegen/das Fliegen* = volar, (el) volar

7) ¿Se puede conservar la imagen en el TM? ¿Por qué sí/no?

A primera vista no puede conservarse, ya que hace referencia directa al fraseologismo y al juego de palabras en alemán, que no pueden reproducirse en el TM.

8) ¿Qué propones para traducir el anuncio?

Propuestas (suponiendo que la imagen se conservará):

¡Te mandamos a volar! Desde € 19. Por si las moscas, escoge la opción adicional Flex Relax, lo que te permite cambiar o cancelar tu vuelo con mayor facilidad. A nosotros nos gusta mandarte a volar.

¡No esperes a que se te vaya el avión! Ya desde € 19. Por si las moscas, escoge la opción adicional Flex Relax, lo que te permite cambiar o cancelar tu vuelo con mayor facilidad. ¡Ahuecando el ala!

Propuestas de las estudiantes

- Comprensión/aspectos léxicos: Las estudiantes opinan atinadamente que no pueden conservarse fácilmente ni el juego de palabras ni la imagen y que sería mejor mandar el anuncio con especialistas en transcreación. Dan, entre otros, los siguientes argumentos: "En México las moscas no son un buen referente, por la mala fama que tienen". Pero, naturalmente, por ningún lado se tiene mucho amor a las moscas, tampoco en los países

de habla alemana. El problema de fondo consiste en que las estudiantes no logran (o logran sólo en parte) identificar el doble juego de palabras humorístico que contiene el anuncio an alemán (*Mach die Fliege. Wir lieben Fliegen*). Desde luego, es mucho pedir a estudiantes de A2/B1 identificar este tipo de locución y la polisemia de *Fliegen*, por lo que será necesario el apoyo de un hablante L1 de la lengua fuente para identificarlos.

- Las estudiantes proponen locuciones mexicanas ("date una escapada", "haz lo mismo que un águila"), que no guardan relación con la imagen de la mosca.
- La oración *Zusätzlich Flex Relax wählen und günstiger umbuchen oder stornieren* se tradujo como "Elige la tarifa Flex Relax para cambiar tu vuelo a uno más económico o cancelarlo", es decir, el adverbio "günstiger" (pagando una "cuota de castigo" menor en caso de que se necesite reagendar el vuelo) se interpretó como adjetivo (un vuelo más económico). *Flex Relax* se refiere a un pago extra que funge a manera de un seguro, dando mejores condiciones en el caso de que deban hacerse cambios al vuelo, ya que este tipo de cambios siempre tiene un costo. Pero no significa que después pueda cambiarse el vuelo por otro más económico. He aquí un ejemplo de como la experiencia vivencial (estar acostumbrado o no a comprar vuelos) puede influir en la comprensión de un texto.

En resumen, se desprende la importancia de enseñar fraseología de la LF a los estudiantes de traducción y sensibilizarlos al hecho de que la fraseología es omnipresente en los textos fuente (no solo publicitarios, sino también periodísticos, literarios y otros).

Traducción 14. Werbeanzeige einer Discount-Einzelhandelskette

Encargo de traducción
Cliente: Una cadena de tiendas de descuento que ofrece una gama de productos limitada, especialmente de alimentos, bebidas y artículos de droguería. **Contexto del TF:** Es una publicidad que la empresa difunde en Alemania **Destinatarios del TM:** Clientes potenciales en México **Motivo del encargo:** La empresa desea abrir filiales en México.

Actividades previas:

4) Rellenar la tabla de descripción

Descripción del anuncio (TF)	
Finalidad	Promover las compras en las tiendas de descuento.
Eslogan Recursos retóricos	**Anáfora:** paralelismo, repetición (*einfach einkaufen*) **Elipse**: *Mehr Schönes. Mehr entspannen. Mehr vom Samstag*. Mensajes contundentes y apremiantes. Se omite el sujeto y el verbo (*Wenn Sie bei uns kaufen, haben Sie mehr vom Samstag*). **Ambigüedad/juego de palabras**: *einfach* puede interpretarse como adjetivo (sencillo, *Einfachheit* = sencillez) y como adverbio (simplemente, sencillamente). Para muchos, la sencillez es una virtud. En vez de decir que los productos son "básicos" o "económicos", se promueve su sencillez, presentada como una virtud. **Antítesis**: Menos es más. La idea de lo sencillo, en vez de asociarse con un valor menor (sólo lo básico), se asocia con una ventaja (más: más dinero para productos de mayor valor, más descanso, más tiempo). "Menos es más" es un **lema** que proviene del estilo minimalista en la arquitectura y que hoy se usa en muchos ámbitos de la vida. **Aliteración:** *ein**k**aufen – **k**ein – **K**opfzerbrechen*
Imagen Recurso retórico	La imagen se divide en **cuatro partes** y muestra cuatro tipos de productos (alimentos frescos, ropa, alimentos empaquetados, productos para el tiempo libre) lo que sugiere **diversidad**. Los objetos simbolizan o representan: comida sana, descanso (sillón y galletas), ropa bonita y fútbol (ver un partido comiendo palomitas) Cada objeto representado es un montaje realizado con alimentos y se relaciona con la segunda oración del cuadro respectivo: *Kopfzerbrechen* – cerebro (lechuga)

	Schönes – vestido (col morada) *entspannen* – sillón (galletas) *Samstag* – fútbol (palomitas) Nota 1: La primera imagen abarca otro juego de palabras (aunque solo en forma de imagen). A la lechuga se le dice también *Kopfsalat*, un componente es entonces *Kopf*, representado en forma de cerebro y haciendo referencia a *Kopfzerbrechen*. Nota 2: El fútbol representado en la imagen 4 simboliza el fin de semana y el tiempo libre. Nota 3: La ropa no forma parte de la gama principal de los productos que vende la empresa, la imagen del vestido de fiestas sugiere que, comprando en esta cadena de descuentos, al comprador le sobra dinero para adquisiciones ocasionales más costosas (solo algunas de las filiales manejan también gamas de ropa).
Relación imagen-texto	Relación de dependencia. Texto e imagen se entrelazan íntimamente para constituir el mensaje.
Mensaje	En estas tiendas puedes comprar con mucha facilidad productos básicos y económicos. Ahorrarás tiempo y dinero.

4) ¿Se podrán conservar las imágenes en el TM? ¿Por qué sí/no?
A primera vista, no existe un conflicto entre la cultura fuente y la cultura meta, por lo que podrían conservarse. Desde luego, se pierde la alusión a *Kopf (Kopfsalat)* en la primera imagen, ya que la palabra "lechuga" no guarda ninguna relación con "cabeza". También podría contemplarse la posibilidad de sustituir *Rotkohl* por otro alimento de mayor consumo en México (¿chile?).

5) ¿Qué propones para traducir el anuncio? (solo texto, sin propuesta de imagen)

La dificultad consiste en conservar la polisemia de *einfach einkaufen* que puede entenderse como "es sencillo comprar en estas tiendas" y "comprar cosas sencillas en estas tiendas" (virtud de la sencillez). Esta sencillez debe reflejarse en el contenido y la forma.

Einfach einkaufen. Kein Kopfzerbrechen.	Comprar con sencillez. Sin dolor de cabeza. (Se alude a la virtud de la sencillez, se introduce la antítesis entre lo sencillo y lo complicado. Elipse: se rompe aquí el paralelismo de los cuatro textos por no dirigirse directamente al comprador.

	También en la imagen 1 del TF se rompe el paralelismo, ya que es el único eslogan que no usa la palabra "más".)
Einfach einkaufen. Mehr Geld für Schönes.	Comprar lo sencillo. Tendrás para más. (Se introduce la idea de "productos sencillos", se opone "lo sencillo" a "más".)
Einfach einkaufen. Mehr entspannen.	Sencillamente comprar. Relajarte mejor. (La facilidad de la compra se relaciona con un mejor descanso.)
Einfach einkaufen. Mehr vom Samstag.	Es sencillo comprar. Se alarga tu fin de semana. (Sigue el juego con las diferentes acepciones de "sencillo". Aquí: la facilidad.)
[Link de la empresa en alemán.]	Es el link para abrir una página de la empresa, no puede ser modificado por no existir un link en LM y, por lo tanto, no podrá abrirse el link traducido. Sólo se traducirá si la empresa configura un link especial para México y solicita expresamente un nombre en español.

COMENTARIOS

La propuesta recurre a cuatro formas de la misma familia léxica: con sencillez, lo sencillo, sencillamente, es sencillo. De esta manera se reproduce la polisemia del original, aunque se pierde, hasta cierto grado, el paralelismo.

Se busca conservar el elemento lúdico del anuncio fuente. Se busca aprovechar todas las acepciones de "sencillo", especialmente la alusión a la sencillez como virtud.

Se busca conservar la antítesis contenida en el lema "menos es más", adaptado aquí (en el TF) como "lo sencillo es más". En el TM se asocia lo sencillo/sencillamente/es sencillo con más y mejor.

Este proceder puede clasificarse como “técnica de compensación”: introducir en otro lugar del texto un elemento de información o un efecto estilístico que no ha podido reproducirse en el mismo sitio que en el texto original (clasificación de Molina y Hurtado Albir, citada aquí de Olalla Soler & Hurtado Albir, 2014: 14).

Las formas impersonales con infinitivos del TF, en el TM se personalizan (tú) en tres de los textos, dirigiéndose directamente al consumidor.

Propuestas de las estudiantes

En la tabla descriptiva, ambas propuestas logran descifrar el lenguaje de las imágenes (objetos hechos de algún tipo de alimento que vende la cadena).

Una de las propuestas no reproduce la ambigüedad de *einfach einkaufen* (adverbio o adjetivo, alusión a “facilidad” y “sencillez” a la vez), al traducir *einfach* en las cuatro imágenes por “facilidad” (“La facilidad de comprar”). De esta manera se pierde un aspecto importante del mensaje (la sencillez). Por otro lado, se proponen eslogans mucho más extensos que los del TF. Y se traduce el link de la empresa, dejando así al lector hispanohablante en la imposibilidad de encontrarlo y abrirlo (ver comentario anterior).

El segundo trabajo se distingue por haber detectado una amplia gama de recursos retóricos en el texto y las imágenes, tratando, además, de plasmar los hallazgos en la traducción. Se hace una reflexión acerca de la técnica de traducción a emplear (compensación) y se presenta una estrategia de traducción. Para esta estudiante, “El mensaje central podría entenderse como la importancia de reducir las cosas a lo esencial”. Su propuesta es como sigue:

Compras sencillas. Sin romperse la cabeza.	Compras sencillas. Más dinero para gustitos.
Compras sencillas. Menos cansancio.	Compras sencillas. Más finde.

<u>Resumen</u>

Para el estudiante de alemán y para todos los que no somos especialistas en publicidad y transcreación, el análisis y la traducción de anuncios icono-verbales no puede tener como objetivo producir traducciones profesionales, listas para difundirse. La virtud de este tipo de ejercicios consiste en la sensibilización lingüística (tanto en la LF como en la LM), es decir, en el descubrimiento de la variedad de recursos lingüísticos (verbales e icónicos) que confluyen en la configuración de un mensaje. Representan una oportunidad para desarrollar la capacidad de idear soluciones creativas, que tomen en cuenta las diferencias culturales y lingüísticas (sintácticas, léxicas, fraseológicas, etc.) entre el público fuente y el público meta, así como para argumentar las soluciones propuestas.

Traducción 15. Touristische Werbung Bodensee

Encargo de traducción

Cliente: Asociación de empresas turísticas de México
Contexto del TF: El ayuntamiento de esta ciudad alemana promueve este destino para cualquier visitante de habla alemana, por medio de un catálogo que se consigue en la oficina turística local o que esta envía por correo.
Destinatarios del TM: Turistas mexicanos, para que seleccionen un tour opcional en el marco de un paquete de viaje a Europa
Motivo del encargo: Algunos operadores mexicanos desean incluir este destino en sus itinerarios de viajes a Europa y quieren promoverlo como una visita opcional adicional (muchos vendedores de paquetes ofrecen al turista la opción de realizar excursiones de un día con un pago extra, adicionalemente al itinerario básico). Se firmó un acuerdo con el ayuntamiento de esta localidad para mandar traducir la información. Los operadores mexicanos la difundirán como archivo pdf entre los clientes interesados en comprar un paquete para Europa (por mail o en las redes sociales).

Actividades previas:

1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción de la promoción (TF)	
Finalidad	Incitar al público meta (los viajeros potenciales) a visitar esta ciudad turística
Texto Recursos retóricos	▪ Metáfora: *die strahlende Perle*, la ciudad se equipara con una perla (no se reccurre a la comparación, se afirma que esta ciudad **es** una perla). También: *Wahre Schätze reicher Geschichte*, las construcciones se equiparan con tesoros. ▪ Personificación: *Stadt lädt ein, begegnet man Meersburgs reicher Geschichte* ▪ Prosopopeya: *(Kulturerlebnis) zum Greifen nah* – Kulturerlebnis; pulsiert das Leben ▪ Elipses: títulos, *Und das Beste* ▪ Contrastes: *alte Mauern* versus *pulsiert das Leben; ältesten, historischen – modernsten, innovativen* (ambos lados son valorados de forma positiva) ▪ Tópicos: arquitectura de diferentes épocas históricas, vista al lago, arte y cultura (como puntos de atracción), *Schlendern durch die malerischen Gassen* (descanso en el tiempo libre en un lugar de ensueño)
Gramática y sintaxis	Los extractos presentan todos los fenómenos mencionados en el capítulo sobre el tema: ▪ infinitivos ▪ enumeraciones

	▪ se usa casi exclusivamente el presente (descripción valorativa atemporal, sensación de cercanía) ▪ estructuras impersonales (marcadas en amarillo en el texto): man, voz pasiva (objetividad aparente) ▪ sintaxis sencilla, pocas subordinadas. ▪ superlativos: *ältesten, größten* ▪ formas verbales directas: son pocas en este texto, pero sí las hay (marcadas en verde). *Gehen Sie auf Entdeckungsreise* (imperativo). *Von hier aus genießen Sie* (inclusión del destinatario, como si ya estuviera ahí).
Léxico	Los extractos presentan todos los fenómenos mencionados en el capítulo sobre el tema: ▪ sustantivos con un alto grado de subjetividad y de atractivo: *Kulturerlebnis, Aussichtsterrassen, Anziehungspunkt, Leben, Schätze, Künste, Panoramablick, Schlendern, Entdeckungsreise*, etc. ▪ adjetivos con significado positivo: *reizvoll, herrlich, romantisch, wahr, reich, einzigartig, prachtvoll, berühmt, überwältigend, malerisch, berühmt, funktionsfähig, groß, spannend* ▪ verbos con significado positivo/alentador: *pulsieren, pflegen, entdecken, verdanken, genießen, schlendern* (aquí como sustantivo), *begegnen* ▪ tecnicismos/realia: *Barock, Romantik, Schlossanlagen, Fürstbischöfe, Mittelalter, Droste, Spital, Weinpresse, Weintorkel, Deutsche Fachwerkstraße*
Relación imagen-texto	(Nota: Las imágenes que aparecen aquí no pertenecen al texto citado) Relación complementaria entre la imagen y el texto. Las imágenes ilustran el texto verbal. Predomina el texto verbal.
Mensaje	Visitar esta ciudad te permitirá disfrutar de tu tiempo libre en medio de la belleza histórica (arquitectura de diferentes épocas), la cultura (museos, eventos culturales) y la naturaleza (lago, vista panorámica)

2) Buscar textos paralelos

Posibles textos paralelos: un texto de promoción turística que describe, de manera muy general, alguna ciudad colonial (de México u otra parte) con múltiples atractivos culturales. El público meta de los textos paralelos debe ser mexicano, es decir, que deben buscarse textos publicados en México para turistas nacionales o textos publicados en el extranjero, dirigidos al turista mexicano.

Propuesta de traducción

Meersburg, la perla del lago de Constanza

Cultura a tu alcance: experiencias para los cinco sentidos

Su ubicación privilegiada, sus edificios barrocos, sus magníficas terrazas mirador y sus rincones románticos hacen de Meersburg un destino tan especial. Y lo mejor de todo es que detrás de los viejos muros palpita la vida cultural. Aquí se cultivan las bellas artes en todas sus facetas: conciertos, exposiciones, lecturas u obras de teatro.

[…]

Verdaderos tesoros históricos, ¡descúbrelos!

La silueta barroca del casco de la ciudad donde se perfilan los majestuosos complejos de sus castillos es única alrededor del lago. Es gracias a los príncipes-obispos de Constanza y al famoso arquitecto barroco Balthasar Neumann que Meersburg cuenta con esta maravilla. Desde aquí puedes disfrutar de una vista panorámica espectacular del lago.
Recorriendo los pintorescos callejones, a cada paso te encuentras con la rica historia de esta ciudad. Y para que la conozcas mejor, los museos locales te invitan a sumergirte en la Edad Media, en la época barroca y en el mundo de la Biblia, a admirar colecciones de pinturas, a conocer la morada de Annette von Droste-Hülshoff, destacada escritora del siglo XIX, y a familiarizarte con la historia cultural del vino a orillas del lago.

En el antiguo hospital Heilig-Geist-Spital se encuentra una de las prensas de vino más antiguas y grandes de Europa, aún plenamente funcional. Data de 1607 y en torno a ella se ha creado el Veneum Bodensee, un museo del vino muy moderno. Gracias a su concepto innovador, la “casa para vino, cultura e historia” es única en Alemania.

Como integrante del programa Deutsche Fachwerkstraße, Meersburg se encuentra sobre la famosa ruta turística que une las ciudades alemanas con casas de entramado de madera.

Lánzate a este viaje de exploración, individualmente o en uno de nuestros apasionantes tours.

COMENTARIOS

La promoción turística tiene, a grandes rasgos, las mismas características en la cultura fuente y la cultura meta. En este caso, el texto fuente se encuentra publicado en un catálogo y el texto meta se difundirá de forma electrónica y personalizada entre las personas interesadas en comprar un paquete de viaje con el cliente de la traducción.

Como prácticamente toda traducción publicitaria, el TM será una traducción encubierta que no admite notas del traductor. Es una traducción instrumento, cuya función es promocionar la ciudad entre el público meta. En cuanto a su extensión, al tratarse de un archivo pdf que se difunde entre un público restringido, el TM podría ser quizá un poco más largo que el TF (previo acuerdo con el cliente), aunque no por ello deba volverse muy extenso.

En la medida de lo posible se usarán los mismos recursos léxicos, sintácticos y retóricos que en el TF. Asimismo, la relación entre texto e imagen será complementaria: la imagen solo servirá para ilustrar el texto verbal.

Recursos léxicos, sintácticos y retóricos

Se usan sustantivos, verbos y sobre todo adjetivos con significado positivo:

- terraza mirador, rincón, tesoro, maravilla, etc.
- palpitar, cultivar, descubrir, disfrutar, invitar, admirar, etc.
- privilegiado, magnífico, majestuoso, romántico, especial, verdadero, único, famoso, espectacular, etc.

En cuanto a gramática y sintaxis, se han conservado las características del TF (enumeraciones, tiempo presente, sintaxis sencilla, etc.). Se ha procurado introducir en el TM algunos contrapesos al estilo impersonal del TF, con el fin de involucrar directamente al lector: ¡cultura a tu alcance", "¡descúbrelos!", "para que la conozcas mejor", "te invitan" (en vez de "invitan").

En cuanto a los recursos retóricos, estos se conservan en gran medida: por ejemplo, las métaforas (ciudad = perla, construcciones = tesoros), la personificación (en el TM son los museos los que invitan), una prosopopeya (palpita la vida), antítesis/opuestos (viejo – palpita la vida, antiguo – moderno), así como los tópicos de lugar de ensueño.

Tecnicismos/realia

Los tecnicismos relacionados con las épocas, los títulos históricos o los edificios tienen equivalentes en español (Barroco, Edad Media, Príncipes-Obispos, castillo…), al igual que los términos técnicos de la producción vinícola (prensa de vino). Sin embargo, evitamos el uso del técnicismo "lagar" por *Weintorkel*, ya que es probable que solo lo entiendan muy pocas personas del PM. Hemos conservado los nombres propios de *Heilig-Geist-Spital* y *Deutsche Fachwerkstraße*, agregando, con el primero, la información de que se trata de un antiguo hospital, y, con el segundo, la información de que se trata de un programa turístico relacionado con las ciudades alemanas que tienen casas de entramado de madera (técnica de la amplificación).

El legado literario forma parte del patrimonio cultural de un pueblo. En el TF, el nombre de Droste se entremezcla con las épocas históricas, la Biblia, las pinturas y el vino. Para el público del texto fuente, es fácil identificar que se trata de un personaje histórico, ya que Annette von Droste-Hülhsoff fue una escritora del siglo XIX que vivía en el castillo de Meersburg y cuya obra sigue estudiándose en las clases de literatura. No así para el público

meta, que probablemente nunca habrá oído hablar de ella. Por este motivo, en la traducción no sólo se le ha cambiado de lugar dentro de la enumeración, sino que también se ha agregado una amplificación explicativa.

Adaptación a las convenciones de la cultura meta y los destinatarios del texto meta

De la revisión de los textos paralelos se desprende que la promoción turística en México prefiere usar el pronombre "tú" en vez de "usted". Este hecho se toma en cuenta para redactar la propuesta de traducción.

Una buena selección de textos paralelos revela también que en México el texto turístico promocional tiende a establecer una relación amistosa y relajada con el turista. Mientras que el texto promocional en alemán suele recurrir a un estilo impersonal (man, es, voz pasiva), en la promoción mexicana estas formas impersonales son menos frecuentes. Por esta razón, la presente propuesta de traducción ha buscado incluir más formas directas para dirigirse al destinatario meta. En tanto que el texto fuente solo se dirige dos veces (marcadas en verde) directamente al turista, nuestra propuesta de traducción lo hace en ocho ocasiones (también marcadas en verde).

Propuestas de las estudiantes

De la tabla descriptiva se desprende que las estudiantes identificaron parte de los recursos retóricos, así como las características léxicas y sintácticas del TF. Asimismo, lograron plasmar gran parte de estos hallazgos en el TM, especialmente los adjetivos y otras palabras positivas.

Como "textos paralelos" propusieron textos que, en su mayoría, eran de utilidad limitada por no estar dirigidos a un público meta mexicano y pertenecer a otro subgénero del texto turístico (blogs, artículos de revista o itinerarios de tours por alguna ciudad). No obstante, estos textos sirvieron para identificar adjetivos y otro tipo de palabras con una valoración positiva, un rasgo común a varios subgéneros del texto turístico.

Los textos que propusieron (blogs, artículos, etc.) son útiles como textos de referencia, es decir, como fuentes adicionales sobre el lugar promovido. Proporcionan información sobre la historia, los museos, la *Deutsche Fachwerkstraße* o la escritora Droste, lo que debería ayudar a comprender el TF.

Esta riqueza informativa no se aprovechó del todo en las propuestas, que presentaron al público meta varios enigmas sin resolver (como el nombre propio "Droste", que en una de las propuestas se convirtió incluso en "el Droste"). Sólo una de las propuestas introdujo (entre paréntesis) una amplificación explicativa sobre la *Deutsche Fachwerkstraße*.

Como punto positivo, ambas estudiantes decidieron usar el pronombre "tú" en el TM, dando argumentos para este cambio. Sin embargo, una de ellas no aplicó este cambio a todo el texto. He aquí otra máxima válida para cualquier traducción:

Las decisiones generales tomadas por el traductor deben aplicarse a todo el TM y no abandonarse a medio camino.

Inclusión del lector

Como ya se ha mencionado anteriormente, el TF se caracteriza por su estilo impersonal. Una de las propuestas ha conservado este estilo en el TM, mientras que la otra ha introducido un total de cinco lugares (incluyendo los originales) donde el texto se dirige directamente al lector del TM (imperativos, posesivo "tú", etc.), aunque, desgraciadamente, sin justificar este procedimiento.

Necesidad de revisar la traducción

Como en otras tareas anteriores, se hace patente la importancia de revisar minuciosamente cada traducción antes de entregarla. Repetir un error ortográfico en el nombre de la ciudad promovida (Meerburg en vez de Meersburg) no es una buena carta de presentación.

Para concluir, presentemos el título que escogió una de las estudiantes para este folleto y que, definitivamente, nos gusta más que el título de nuestra propia propuesta: "Al alcance de tu mano: una experiencia cultural para todos los sentidos".

Resumen

Esta tarea revela la importancia para el traductor de estar familiarizado con el concepto de "texto paralelo" y de saber seleccionar este tipo de textos. De ellos se extrae información lingüística y pragmática que debe usarse para trazar un perfil de la traducción a realizar, es decir, para tomar una serie de decisiones sobre el TM.

También se pone de manifiesto la crucial importancia para el traductor de documentarse sobre los lugares que le toca promocionar en LM y de consultar textos de referencia. A toda costa debe evitarse proponer términos incomprensibles o enigmas al público meta (aunque esto puede ser necesario en algunos casos), a menos que sea con conocimiento de causa, y no por no haber omitido realizar la investigación pertinente.

Como último punto cabe subrayar la necesidad de estar familiarizado con el público meta (que en materia de promoción turística suele diferenciarse claramente del público fuente) y de proceder a las adaptaciones necesarias (por ejemplo, amplificaciones para aclarar conceptos que no le son familiares al público meta).

Traducción 16. Touristische Werbung Ostsee

Encargo de traducción

Cliente: Una empresa turística alemana que promueve viajes a todo el mundo y publica en su página web información sobre sus distintos destinos.
Contexto del TF: La página web da información general sobre el destino turístico (el mar Báltico) para el público de habla alemana; la página contiene links que dan acceso a diversas opciones de viaje a esta región (venta de viajes).
Destinatarios del TM: Público mexicano de todo tipo (agencias turísticas o público en general)
Motivo del encargo: La empresa desea promover el turismo internacional, incluyendo al mexicano. La promoción en español de México (el link se identificará por medio de una bandera mexicana) estará disponible en su página web y se espera que interese tanto a las agencias mexicanas (revendedoras) como al público en general.

Actividades previas:

1) Rellenar la tabla de descripción

Descripción de la promoción (TF)	
Finalidad	Incitar a los destinatarios (los viajeros potenciales) a visitar destinos junta al mar Báltico
Texto Recursos retóricos	Son relativamente pocos: ▪ Perífrasis: *Sonnenanbeter* ▪ Hipérbole: *dramatische Steilküsten* ▪ Antítesis: *Perfektes Schlechtwetterprogramm* ▪ Tópicos: *Mondäne Seebäder, kilometerlange flache Sandstrände, malerische Fischerdörfer, prächtige Hansestädte, bewaldete Steilküsten usw.* Lugares de ensueño.
Gramática y sintaxis	Los extractos presentan varios de los fenómenos mencionados en el capítulo dedicado a este tema: ▪ secuencias elípticas (8 Highlights) ▪ uso exclusivo del presente (descripción valorativa atemporal, sensación de cercanía temporal) ▪ estructuras impersonales: man, voz pasiva (objetividad aparente): *isst man, schätzt man, beliebt sind…* ▪ sintaxis sencilla, pocas subordinadas. ▪ superlativos: *beliebteste, nirgendwo mehr, perfekt* Formas verbales directas: *Entdecken Sie gemeinsam mit uns* (imperativo). *Für Ihr Wohlbefinden* (inclusión del destinatario, como si ya estuviera presente en el destino turístico).

Léxico	Los extractos presentan todos los fenómenos mencionados en el capítulo dedicados a este tema: ▪ sustantivos con una importante carga de subjetividad y de atractivo: *Vielfalt, Highlights, Sonnenanbeter, Wohlbefinden, Auszeit usw.* ▪ adjetivos con significado positivo: *mondän, malerisch, prächtig, zahlreich, beliebt, gesund, perfekt, entspannt, ehrwürdig, kreativ u.a.* ▪ verbos con significado positivo/alentador: *sprechen für, entdecken, erleben u.a.* tecnicismos/realia: *Hansestädte, Steilküsten,* nombres propios de pescados y otros alimentos
Relación imagen-texto	(Nota: La imagen que aparece aquí no pertenece al texto citado) Relación complementaria entre la imagen y el texto. La imagen ilustra el texto verbal. Predomina el texto verbal.
Mensaje	Si vistas esta región encontrarás mucha variedad para disfrutar tu tiempo libre (playa, cultura, naturaleza, deportes, etc.), además de una rica cocina regional. Busca algún paquete de viaje en uno de los links que se encuentran en esta página.

2) Buscar textos paralelos

Como textos paralelos pueden ocuparse aquellas promociones mexicanas que buscan promover una región en su conjunto, de preferencia costera.

Propuesta de traducción

[Logo de la empresa turística]

Destino de viaje mar Báltico: consejos & información

Balnearios extravagantes, kilómetros de playas de arena, pintorescos pueblos pesqueros, magníficas ciudades hanseáticas, acantilados boscosos… son solo algunas de las muchas razones para pasar unas vacaciones en el mar Báltico. No por nada esta región se encuentra entre los destinos turísticos más atractivos de Alemania, sin importar la estación del año. ¡Ven a descubrir con nosotros la diversidad de la costa alemana del mar Báltico!

¿Por qué visitar la región del mar Báltico? Te damos 8 razones que la hacen tan especial

- La favorita de los amantes del sol: ¡ningún otro lugar de Alemania es más soleado!

- Para tu bienestar: aguas muy limpias y brisa marina saludable
- Ideal para toda la familia: amplias playas de arena fina
- Descanso total: gran oferta de cuidados de bienestar
- Encuentro con la naturaleza: acantilados espectaculares y bosques nativos en los parques nacionales
- Salidas en bici, deportes acuáticos o senderismo: si lo tuyo es la actividad física, estás en el lugar indicado
- Para los aficionados a la arquitectura: ciudades históricas de la Liga Hanseática y sofisticadas construcciones balnearias
- Alternativas perfectas en caso de mal tiempo: disfruta del arte, la cultura y la historia

¿Qué se come en el mar Báltico?

Las vacaciones en el mar Báltico no suelen ser glamorosas o lujosas, lo que también se refleja en las especialidades culinarias. Por lo general, los productos predilectos de la región son los locales, y actualmente hay chefs que saben utilizarlos con mucha creatividad.

Por supuesto que el pescado fresco es la principal especialidad de los restaurantes costeros del Báltico, ¡te invitamos a descubrir nuevos sabores! Los platillos más populares son el bacalao, la lucioperca, la perca y la solla, y sobre todo en la isla de Rügen el arenque y la carpa.

Los ingredientes agridulces también son populares entre los lugareños, como las pasas mezcladas con col rizada, el relleno de ciruela pasa en el ganso asado o la miel en las costillas asadas. Un postre típico del norte de Alemania a base de frutillas rojas es la Rote Grütze que suele servirse con salsa de vainilla. El espino amarillo, rico en vitaminas, es una planta silvestre de la costa báltica, que se usa para elaborar pasteles, helados y licores regionales.

COMENTARIOS

Nota: A diferencia de las propuestas de traducción anteriores que fueron elaboradas por los autores de este libro, la propuesta para la traducción 16 es una síntesis de dos trabajos estudiantiles, elaborados por las voluntarias de este proyecto en el marco de un taller de traducción turística alemán-español, impartido en la Escuela Nacional Estudios Superiores Unidad León (ENES León), Unidad de Extensión San Miguel de Allende (UESMA) de la Universidad Nacional Autónoma de México, en los meses de abril y mayo de 2024. Esta síntesis fue sometida a algunos ajustes y cambios. Los siguientes comentarios se relacionan con los trabajos estudiantiles y los cambios posteriores. No se presentan comentarios por separado sobre las propuestas de las estudiantes para la traducción 16.

La promoción turística a través de una página web tiene, a grandes rasgos, las mismas características en la cultura fuente que en la cultura meta. Por lo tanto, el TM será una traducción encubierta, sin notas del traductor. Se trata de una traducción instrumento, cuya función es promover la región entre el público meta, lo que puede requerir algunos ajustes

debido a que las características y necesidades del público meta difieren eventualmente de las del público fuente. El TM debe ser compacto, de preferencia no mucho más extenso que el TF (en caso de que no pueda cumplirse este requisito, será necesario acordar los detalles con el cliente). En la medida de lo posible deberán usarse los mismos recursos léxicos, sintácticos y retóricos que en el TF. De la misma manera, la relación entre el texto ~~e~~ y la imagen será complementaria, es decir, que la imagen solo servirá para ilustrar el texto verbal.

Recursos léxicos, sintácticos y retóricos

Se usan sustantivos, verbos y sobre todo adjetivos con significado positivo:

- diversidad, favorita, bienestar, descanso, encuentro, creatividad, vitaminas, etc.
- descubrir, disfrutar, etc.
- extravagante, pintoresco, magnífico, atractivo, limpio, saludable, espectacular, ideal, etc.

Pueden ser equivalentes directos de las palabras usadas en el TF, aunque también pueden introducirse en otro pasaje del texto (técnica de la compensación).

En cuanto a gramática y sintaxis, se han conservado las características del TF (secuencias elípticas, tiempo presente, sintaxis sencilla, etc.). Es discutible la conservación del estilo impersonal, ya que –como se ha visto en los dos anuncios de turibús– el texto turístico promocional de México tiende más a crear una relación amistosa y relajada. Sin embargo, ajustar la redacción del TM a estos usos de la cultura fuente, en este caso, supondría una modificación profunda de la estructura del TF. Se ha procurado introducir en el TM algunos contrapesos al estilo impersonal del TF (véase abajo).

En cuanto a los recursos retóricos se conserva la antítesis (perfecto – mal) y los tópicos de los lugares de ensueño.

Tecnicismos/realia

Son relativamente pocos. Se trata sobre todo de los nombres de pescados. Aunque todos tienen una traducción en español, esta no necesariamente le resultará familiar al público meta como, por ejemplo, el arenque (común en el norte de Alemania). Las limitaciones de espacio no permiten recurrir a amplificaciones (explicar, por ejemplo, cuáles de los peces poco conocidos en México son de agua salada y cuáles de agua dulce, cuáles de pesca y cuáles de crianza). Por tanto, se agregó una breve oración destinada a subrayar el encanto de lo desconocido y, además, dirigida directamente al público meta: "¡te invitamos a descubrir nuevos sabores!".

Otros realia en el ámbito alimenticio son la *Rote Grütze* y el *Sanddorn*: la primera carece de equivalente en español, por lo que se conserva su nombre en alemán mientras que el segundo se designa mediante su nombre botánico en español. Se recurrió a una amplificación para explicar en qué consiste la *Rote Grütze* ("postre típico del norte de Alemania, a base de frutillas rojas"), mientras que la definición del espino amarillo, una

planta probablemente poco conocida entre el público meta, ya aparece en el texto fuente y no requiere otras técnicas explicativas en el TM.

El tecnicismo más problemático es *Hansestädte*. Aunque tiene una traducción en español (ciudades hanseáticas), gran parte del público meta (con un perfil muy variado) probablemente no sabrá qué significa. La palabra aparece dos veces en el TF, en la introducción y en los 8 Highlights. En ninguno de estos dos lugares se puede introducir una amplificación lo suficientemente completa como para explicar de qué se trata. Independientemente de las limitaciones de espacio, agregar una explicación supondría romper el ritmo del texto (una serie de enumeraciones). En una traducción encubierta tampoco es posible poner una nota de traductor. No queda otro remedio que dejar al público meta con la duda, a no ser que se coloque un hiperlink que lleve a una página web que ilustra este concepto. En el segundo lugar decidimos recurrir a la paráfrasis "ciudades históricas de la Liga Hanseática", omitiendo la traducción del adjetivo *ehrwürdig*. Consideramos que el adjetivo "histórico" puede llamar la atención de un aficionado a la arquitectura. Desde luego, esta paráfrasis no explica el concepto de *Hanse*, pero sí permite entrever de qué tipo de ciudades se trata.

Adaptación a las convenciones de la cultura meta y a los destinatarios del texto meta

La revisión de textos paralelos pone de manifiesto que la promoción turística de México prefiere usar el pronombre "tú" en vez de "usted". Es algo que se ha tenido en cuenta en esta propuesta de traducción. También nos hemos esforzado por incluir de forma más directa al destinatario, por lo que hemos agregado (como contrapeso al estilo impersonal) la oración "¡**te** invitamos a descubrir nuevos sabores!" y modificado la oración *wer Bewegung sucht, ist hier richtig!* a "si **lo tuyo** es la actividad física, **estás** en el lugar indicado".

En la parte de las 8 razones, en vez de escribir "naturaleza pura" consideramos, aunque sin poder comprobarlo, que no tendrá el mismo impacto en el público meta que *Natur pur* en el público fuente. Por lo que que pusimos "Encuentro con la naturaleza", considerando que "encuentro" toma la perspectiva del público meta y lo incluye, al igual que la mayoría de los demás puntos de esta enumeración.

Una adaptación importante consistió en cambiar la oración *Deswegen ist die Ostsee auch seit Jahren das beliebteste Ferienziel der Deutschen* por "No por nada esta región se encuentra entre los destinos turísticos más atractivos de Alemania". Para el lector mexicano tiene poca relevancia el hecho de que (según afirma el anuncio) se trate del destino favorito de los alemanes. Es probable que este lector tenga otros criterios y preferencias que los alemanes para elegir los lugares que desea conocer en Alemania. Si el objetivo del encargo de traducción es atraer el turismo mexicano a esta región, será más efectivo sugerir que este destino es de los más atractivos del país.

Otras consideraciones léxicas

- *Flache Sandstrände* – playas de arena

  Propuestas de las estudiantes: playas de arena plana (según el TF, lo que es plano es la playa y no la arena), playas de fina arena (aunque esta traducción no recupera la carga

semántica de *flach*, esta información se introduce en otro pasaje del texto). Se pensó también en "playas planas de arena", lo que estilísticamente suena poco elegante. Por lo tanto, se decidió omitir la traducción del adjetivo *flach*, considerando que no agrega información importante y que, además, las imágenes muestran la naturaleza de estas playas (técnica de la sustitución, texto verbal por imagen). Playa de arena parece ser un pleonasmo, aunque también existen playas de piedras.

- *Badewasserqualität* – aguas limpias

  Los trabajos estudiantiles propusieron: "agua de la mejor calidad", "agua de baño de primera calidad". Incluso en alemán la expresión es ambigua. ¿A qué agua se refiere?¿El agua del mar, el agua de los balnearios o el agua de la tina de baño? Intentamos mantener la ambigüedad en el TM, evitando de todas formas la palabra "calidad" porque deja pensar en la calidad del agua potable o de uso doméstico.

- *Ehrwürdige Hansestädte* – ciudades históricas de la Liga Hanseática

  Se propuso: "antiguas ciudades hanseáticas" y "venerables ciudades hanseáticas". En un contexto arquitectónico, el adjetivo "antiguo" evoca las ciudades de la antigüedad (griega y romana); sin embargo, las ciudades hanseáticas surgieron en la Edad Media. Por otro lado, el adjetivo "venerable" no es congruente con "ciudad" (no se venera a una ciudad).

<u>Consideraciones acerca de la redacción y la ortografía</u>

- Evitar repeticiones en este TM es todo un reto, ya que muchos conceptos son recurrentes (región, especialidades, ingredientes, popular, arquitectura, etc.).
- Según el diccionario de la RAE, "los nombres comunes que categorizan los accidentes geográficos se escriben con minúsculas: *el mar Mediterráneo, el río Ebro, el golfo de México, el valle del Indo*". Por consiguiente, debe escribirse: "el mar Báltico".

En la primera oración, para indicar que la enumeración podría continuar, se optó por poner tres puntos de suspensión (acantilados boscosos…), en vez de la raya, más típica del alemán.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aristóteles (2010). *Retórica.* Buenos Aires: Ediciones Libertador.

Aristóteles (2010). *Tópicos.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Traducción y estudio de Juan Felipe González Calderón.

Auchter, Joseph, "Als hätten wir auf eine Jeanne d'Arc gewartet", en *Seniorweb*, Suiza, 03/05/2020. Disponible en https://seniorweb.ch/2020/05/03/als-haetten-wir-auf-eine-jeanne-darc-gewartet/

Austin, John Langshaw (1962): *Cómo hacer cosas con palabras.* Barcelona: Paidós.

Consejo de Europa (2021). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Volumen complementario* [MCERL].

Durán Muñoz, Isabel, "Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones", en *Revista de lingüística y lenguas aplicadas*, nº. 7, 2012, pp. 103-114. Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4778780

Fernández López, Justo (1999-2019). *Portal de lenguas y culturas hispanas. Español – alemán.* Disponible en http://hispanoteca.eu/

García Álvarez, Ana María (1993). Didáctica del alemán comercial a través de la traducción. En Alfredo Rodríguez López-Vázquez (ed. lit.), *Simposio "Didáctica de Lenguas y Culturas"*, Coruña: Universidade da Coruña (pp. 149-157).

Hennecke, Angelika, "Desafíos en un contexto laboral cambiante: el papel y la importancia de textos multimodales en la práctica de traducción", en *Nueva ReCIT. Revista del área de traductología*, 2, 2019, pp. 1-27. Disponible en https://revistas.psi.unc.edu.ar/index.php/ReCIT/article/view/24559

Hennequin, Jean (1999). *En busca de la piedra traductorial. Introducción al análisis pragmático de la situación de traducción.* Puebla: El Colegio de Puebla, A.C.; Tlaxcala: Universidad Autónoma de Tlaxcala.

House, Juliane (2018). *Translation: The Basics*. London: Routledge.

House, Juliane, "Translation Quality Assessment: Linguistic Description vs. Social Evaluation", en *Meta* XLVI, 2001, 243-257.

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

Jacobson, Roman (1974). *Ensayos de lingüística general.* Barcelona: Seix Barral. Trad. de Josep M. Pujol y Jem Cabanes.

Jiménez Ivars, Amparo; Hurtado Albir, Amparo, "Variedades de traducción a la vista. Definición y clasificación", en *Trans: Revista de Traductología*, 7, 2003, pp. 47-57.

Koller, Werner (2011). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft.* Tübingen: A. Francke UTB

Martín Sánchez, Teresa (2011). Dificultades de traducción en los textos turísticos. En Francisco Javier de Santiago-Guervós, Hanne Bongaerts, Jorge Juan Sánchez Iglesias, Marta Seseña Gómez(coord.), *La aplicación de los textos a la enseñanza-aprendizaje del español L2-LE*, Vol. 1, 2011 (pp. 571-584). Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5420172

Nord, Christiane (2011). *Funktionsgerechtigkeit und Loyalität.* Berlin: Frank & Timme.

Nord, Christiane (2010a). *Fertigkeit Übersetzen. Ein Kurs zum Übersetzungslehren und – lernen*. Berlin: BDÜ Fachverlag.

Nord, Christiane, "La intertextualidad como herramienta en el proceso de traducción", en *Puentes* n° 9, 2010b, 9-18.

Nord, Christiane, "El funcionalismo en la enseñanza de la traducción", en *Mutatis Mutandis*, vol. 2, n° 2, 2009, pp. 209-243.

Olalla Soler, Christian & Hurtado Albir, Amparo, "Estudio empírico de la traducción de los culturemas según el grado de adquisición de la competencia traductora. Un estudio exploratorio", en *Sendebar*, vol. 25, 2014, pp. 9-38.

Prieto Castillo, D. (1994). *Retórica y manipulación masiva.* México, D.F.: Ediciones Coyacán. 5ª reimpresión de 2009.

Reiß, Katharina & Vermeer, Hans (1984/1991). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie.* Tübingen: Niemeyer.

Rossell, Ibern, Ana María (1996). *Manual de traducción. Alemán – Castellano*. Barcelona: Gedisa.

Sánchez Hernández, Paloma (2017). *Aspectos de lingüística contrastiva alemán-español.* Madrid: Guillermo Escolar.

Searle, John (1965): ¿Qué es un acto de habla? En Valdés Villanueva, L.M. (ed.), *La búsqueda del significado*. Madrid: Tecnos y Universidad de Murcia. 1991.

Searle, John (1975): Una taxonomía de los actos ilocucionarios. En Valdés Villanueva, L.M. (ed.), *La búsqueda del significado.* Madrid: Tecnos y Universidad de Murcia. 1991.

Siever, Holger (2015). *Übersetzungswissenschaft. Eine Einführung.* Tübungen: Narr.

Stolze, Radegundis (2013). *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis.* Berlin: Frank & Timme.

Ueding, Gert (1984). *Rhetorik des Lesens*. Kurseinheit 1. Studienbrief der FernUniversität – Gesamthochschule in Hagen.

Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad León: *Programa: Traducción de Textos Generales C-A (Alemán – Español)*. Documento interno.

Vlájov, Serguéi; Florin, Síder (1980). Непереводимое в переводе [Neperevodimoe v perevode (Lo intraducible en la traducción)]. Moscú: Mezhdunarodnie otnoshenia. Fuente tomada de Olalla & Hurtado (2014).

APÉNDICE

Clasificación de las técnicas de traducción según Molina y Hurtado Albir (2011), citada aquí de Olalla Soler, Christian, y Amparo Hurtado Albir (2014: 14)

La clasificación de Molina y Hurtado Albir (2011), citada aquí de Olalla Soler, Christian, y Amparo Hurtado Albir (2014)

1. • Adaptación: reemplazar un elemento cultural por otro propio de la cultura receptora.
2. • Ampliación lingüística: añadir elementos lingüísticos.
3. • Amplificación: introducir precisiones no formuladas en el texto original (informaciones, paráfrasis explicativas, etc.).
4. • Calco: traducir literalmente una palabra o sintagma extranjero.
5. • Compensación: introducir en otro lugar del texto un elemento de información o un efecto estilístico que no ha podido reflejarse en el mismo sitio en que está situado en el texto original.
6. • Compresión lingüística: sintetizar elementos lingüísticos.
7. • Creación discursiva: establecer una equivalencia efímera totalmente imprevisible fuera de contexto.
8. • Descripción: reemplazar un término o expresión por la descripción de su forma y/o función.
9. • Equivalente acuñado: utilizar un término o expresión reconocido (por el diccionario, por el uso lingüístico) como equivalente en la lengua de llegada.
10. • Generalización: utilizar términos más generales o neutros.
11. • Modulación: realizar un cambio de punto de vista, de enfoque o de categoría de pensamiento en relación con la formulación del texto original.
12. • Particularización: utilizar términos más precisos o concretos.
13. • Préstamo: integrar una palabra o expresión de otra lengua sin modificarla; puede ser puro (sin ningún cambio) o naturalizado (transliteración de la lengua extranjera).
14. • Reducción (elisión): no formular elementos de información del texto original.
15. • Sustitución: cambiar elementos lingüísticos por paralingüísticos o viceversa.
16. • Traducción literal: traducir palabra por palabra un sintagma o expresión.
17. • Transposición: cambiar la categoría gramatical.
18. • Variación: cambiar elementos lingüísticos (o paralingüísticos) que afectan a aspectos de la variación lingüística (tono, estilo, dialecto social, dialecto geográfico, etc.).

LA TRADUCCIÓN ALEMÁN>ESPAÑOL DE TEXTOS GENERALES

Los autores son Dorit Heike Gruhn y Christof Thomas Sulzer.
El cuidado de edición y la selección tipográfica
son de Agustín Antonio Huerta Ramírez.
Peso: 4.35 MB. Última modificación: julio de 2025.