

Mesa redonda de InTradES-Apuntes con los medios de difusión: El español en las comunicaciones en Estados Unidos

El 4 de octubre de 2004 tuvo lugar la mesa redonda de InTradES-Apuntes con los medios de difusión, en el auditorio del Centro Rey Juan Carlos I de España (New York University), con la participación de Christopher Crommett (CC), de *CNN en Español*; Armando Varela (AV) del diario *Hoy*, de Nueva York; Hernán Guaracao (HG) director del diario *Al Día*, de Filadelfia y presidente de la Asociación Nacional de Publicaciones Hispánicas, y Leticia Molinero (LM), directora de *Apuntes* y presidenta de InTradES. Además, la velada contó con la participación muy animada de un gran número de asistentes, entre los cuales había periodistas, educadores, lingüistas, funcionarios de entidades municipales y, por supuesto, traductores e intérpretes.

Sigue en la página 3



Leticia Molinero, Hernán Guaracao, Armando Varela, Christopher Crommett

III Congreso Internacional de la Lengua Española: Primera Jornada - Bogumila Michalewicz © 2004 Apuntes

Del 17 al 20 de noviembre se celebró en Rosario, Argentina, el III Congreso Internacional de la Lengua Española, cuyo eje principal fue "Identidad lingüística y globalización".

El I Congreso tuvo lugar en Zacatecas (México) en 1997 con el tema específico de "El español y los medios de comunicación". El II Congreso se realizó en Valladolid (España) en 2001 y estuvo centrado en "El español en la sociedad de la información".

En Rosario, la demora de más de dos horas del presidente Kirchner obligó a retrasar el acto inaugural. Abrió la ceremonia un mensaje grabado por Televisión Española, en el que aparecía el escritor Francisco Ayala, de 98 años, con 80 años en el oficio, quien mencionó enfáticamente que "los diccionarios ofrecen promesas incalculables a los que se animan a abrir sus páginas".

Sigue en la página 7

Apuntes, Otoño de 2004

Volumen 12, Número 4
<http://intrad.es>

ISSN 1547-7231 (print)
ISSN 1548-9299 (online)

ÍNDICE

.Mesa redonda de InTradES-Apuntes con los medios	1
III CILE - Primera jornada.....	1
Nota de la redacción.....	2
III CILE - El español estándar y sus variedades en los medios.....	9
III CILE - Diccionario Panhispánico de Dudas.....	9
El Centro Rey Juan Carlos I.....	10
Spanish in the USA: Growing or Waning?.....	11
El español de España y de América.....	13
Kaiser Permanente y la traducción al español, Testimonio personal	13
Quality Translation in Health Care: Kaiser Permanente - Meeting the Challenge.....	14
Geovariantes léxicas del español.....	16
Jornadas Jeronimianas en Xalapa.....	17
Jeronymian Conference 3 at Xalapa.....	18
Las comas que olvidamos.....	19
Book Review: Beginning Translator's Survival Kit.....	20
Las variedades lingüísticas del español en la enseñanza de la traducción.....	20
Cartas de los lectores.....	22
Novedades de InTradES-Apuntes.....	23

COMISIÓN DIRECTIVA DE INTRADES- APUNTES, INC.:

Leticia Molinero, *Directora de Apuntes y Presidenta de InTradES-Apuntes, Inc.*
Cristina Bertrand, *Grupo Editorial*
Osvaldo Blanco, *Vocal—Socio Fundador*
Rosa Codina, *Vocal*
María Cornelio, *Proyectos Especiales*
Francis (Frank) Gómez, *Relaciones Públicas*
Elena Mackenzie, *Tesorera*
Carmen Medina, *Vocal*
Andrés Palomino, *Grupo Editorial, Secretario, Gestión de Socios*
Carlos Rivera, *Proyectos Especiales*
Joaquín (Jack) Segura, *Asesor Editorial*

GRUPO EDITORIAL DE *Apuntes*

DIRECTORA: Leticia Molinero

DISEÑO Y AUTOEDICIÓN: Sergio Graciano

REDACTORES Y CORRECTORES:

Cristina Bertrand ♦ Frank Gómez ♦
Leticia Molinero ♦ Andrés Palomino
Jack Segura

WEBMASTERS:

Cristina Márquez Arroyo
Leticia Molinero

CORRESPONSALES EXTRANJEROS:

María Calzada Pérez - España
Ignacio Luque - Argentina
Silvia Peña-Alfaro - México
Pere M. Romà - Unión Europea

COLABORADORES EN ESTE NÚMERO:

Cristina Bertrand - España/EE.UU.
María Cornelio - Rep. Dominicana/EE.UU.
Frank Gómez - EE.UU.
Alberto Gómez Font - España
Alex Gross - EE.UU.
Ignacio Luque - Argentina
Bogumila Michalewicz -
Ucrania/Argentina/EE.UU.
Leticia Molinero - Argentina/EE.UU.
Andrés Palomino - España/EE.UU.
Silvia Peña-Alfaro - México

La responsabilidad de los artículos de Apuntes recae exclusivamente en sus autores, y los que se acepten estarán sujetos a revisión y corrección. Los artículos que se envíen para publicación deben dirigirse por correo electrónico a: apuntes@intrad.es. El formato preferido es RTF for Windows, pero podemos convertir otros formatos, incluidos los de Macintosh.

El formato debe ser sencillo y observar estas reglas: Excluir sangrías, listas con formatos automatizados con números u otras marcas, tabulaciones, tablas, dos espacios después de un punto, doble espacio entre párrafos. Las notas de pie de página deben incluirse en archivo aparte. Este número se ha confeccionado con Quark Express 5.0.

Todos los derechos reservados. Para reproducir información publicada en Apuntes, ya sea de manera parcial o total, los interesados deberán solicitar permiso por escrito al grupo editorial de Apuntes/Intrad.es: apuntes@intrad.es o en <http://intrad.es>.

Nota de la redacción

Conclusión de un año importante para la cultura traductoril

Terminamos el año con una plétora de informes e iniciativas que se enmarcan entre dos polos: la diversidad del español y la afirmación de una forma de expresión unitaria, común a la mayoría de los hispanohablantes de todo el mundo. Y en todos los foros importantes del último trimestre de 2004, la mirada de escritores, periodistas, profesores, investigadores y traductores se ha dirigido al fenómeno único que es el español de los Estados Unidos y su expresión en los medios de comunicación.

Éste fue uno de los temas recurrentes del III Congreso Internacional de la Lengua Española, y también se debatió en nuestra propia mesa redonda con los medios de difusión, y en las Jornadas Jeronimianas Internacionales celebradas en Xalapa, México.

Ante la diversidad se busca la normatividad y el respeto por la integración cultural. Asimismo, el impulso arrollador de la globalización se hace sentir en las nuevas investigaciones de geovariantes léxicas y en el énfasis que pone la industria de la publicidad en caracterizar segmentos demográficos por las particularidades del habla.

Nos enorgullece presentar la iniciativa de Kaiser Permanente de crear un glosario fundamental para el sector de atención médica, esfuerzo en el cual ya empezamos a participar activamente. La importancia de este proyecto no se limita a la producción de un cuerpo terminológico que aspira a ser un referente normativo para el español estadounidense, sino que constituye el reconocimiento del valor del traductor y del lingüista en un sector de servicios sumamente complejo en el que inter-

vienen muchos actores ajenos a la complejidad de las comunicaciones en otro idioma. Esto abre una brecha nueva para la cultura de traducción que tanto nos interesa.

Frank Gómez refuta brillantemente las conclusiones de un estudio reciente de la Universidad del Estado de Nueva York que cuestiona el crecimiento del español en este país basándose en el censo del año 2000, sin tener en cuenta el extraordinario aumento de la publicidad y las publicaciones informativas en español.

Dos reseñas de libros y una nota gramatical completan este panorama traductoril, que concluye con un par de interrogantes planteados por una lectora.

Esperamos que a nuestros lectores les resulte todo esto tan fascinante como a nosotros, y que nos sigan comunicando, con toda franqueza, sus inquietudes y preferencias.

¡Feliz Año Nuevo!



Miami # 6/Brickell Ave.
© Cristina Bertrand, 2004

Encuentros mensuales de InTradES:

El segundo lunes de cada mes en
Spring Natural Restaurant
Lafayette y Spring, New York, New York
desde las 18 hasta las 20 horas.

Mesa redonda... viene de la página 1

En su introducción, Leticia Molinero dijo que esta mesa redonda era una invitación de los traductores a los medios de difusión, para iniciar un diálogo sobre el uso del español en las comunicaciones. Hizo hincapié en el hecho de que los periodistas comparten con los traductores y los intérpretes la tarea de traducir e interpretar y la responsabilidad de dirigirse al público hispanohablante en un idioma que se encuentra en continuo cambio.

Asimismo, dirigió la atención a lo que denominó "carencia de cultura de traducción" en Estados Unidos, a tal punto que, en el caso del español, cunde la noción errónea de que cualquier persona bilingüe puede traducir o interpretar. Este error asume visos trágicos en situaciones que afectan la vida y la libertad de las personas que no pueden desenvolverse bien en inglés. El problema es acuciante en las áreas de asistencia de salud y asuntos judiciales, y es cada vez más frecuentemente un tema que se hace noticia.

Otro aspecto insidioso de esta situación es que los trabajos de traductores profesionales muchas veces son sometidos a las "correcciones" y los criterios de personas de origen hispano que ya han perdido el dominio del español y se guían ciegamente por la subordinación al inglés o al nivel del lenguaje hablado, donde la contaminación es inevitable.

Apeló a los medios de difusión, sugiriendo que podrían poner en marcha una campaña de concienciación de la opinión pública y de las entidades gubernamentales, los políticos y las organizaciones de apoyo comunitario, que apunte a entender el valor de los profesionales de la lengua y contribuya a corregir estas deficiencias.

Notación numérica

El primer tema específico que se planteó a los medios fue el de la notación numérica

LM: ¿Por qué los periódicos escriben las cifras monetarias de acuerdo con la notación estadounidense, pero cambian a la notación tradicional española para todas las demás cifras?

Christopher Crommett: Hemos continuado con la práctica de la modalidad que no es la estadounidense en el uso de las cifras. Es tema de debate interno. Yo creo que en nuestra programación para Estados Unidos vamos a tener que usar la notación del país, y en la programación para México y América Latina... o para América Latina, seguir con la notación que estamos utilizando.

No es que no lo cambiaremos nunca. Tratamos de no ser dogmáticos. Pero por el momento tenemos que tener continuidad.

Armando Varela: Nosotros encontramos los mismos desafíos, pero los enfocamos de manera distinta. Tenemos tres mercados: Los Angeles, Chicago y Nueva York. Estamos tratando de llegar a acuerdos lingüísticos para que se entiendan todos los grupos, no sólo en las cifras, sino en todo el lenguaje del periódico. Eso nos hace ser flexibles. Lo importante es cuidar el lenguaje y buscar la comprensión de nuestro público.

En las cifras tendemos a utilizar el punto para las unidades de mil, dado que la gran mayoría de los latinoamericanos lo usan, pero aún navegamos en esas cuestiones. Estamos creando nuestro manual de estilo. Hemos venido trabajando en ello a partir de este año, con la ayuda de varias instituciones, entre ellas el Instituto Cervantes acá en Nueva York.

En respuesta a la pregunta concreta, tratamos de usar una notación común a todos.

LM: El tema de la notación común en el mundo hispano es complejo, porque hay países que lo utilizan de una u otra manera. La primera vez que me enfrenté con este problema fue en 1983, cuando me contrató una agencia de publicidad aquí en Nueva York que tenía la cuenta de Con Edison. El dueño de la agencia era un señor puertorriqueño, Rafael Infante, de quien aprendí muchísimo, y sobre todo aprendí a bajarme del caballo blanco de San Martín en el que venimos montados muchos argentinos a este país, y

a prestar atención a las modalidades de expresión de los demás latinoamericanos.

En Con Edison tenían muy en claro que no hay que confundir al usuario, y el caso de la notación numérica se había resuelto no sólo para no contradecir al referente nacional, a los precios de las cosas que el hispano encuentra en todas partes, sino también en reconocimiento de las propias pautas de la población hispanohablante que, en su mayoría, provenía de Puerto Rico, Santo Domingo y México, donde se utiliza la misma notación numérica que en Estados Unidos.

Entonces, el empleo del doble criterio en el uso de las cifras en realidad sólo se entiende cuando el redactor proviene de un país de uso español tradicional, pero no se justifica frente a la población local.

Creo que aquí, en consenso con los medios, hay que tener en cuenta a la mayoría, pero también al condicionante o referente del país. Para lograr este consenso en los medios y en las traducciones dirigidas al gran público, hay que tener en cuenta también los referentes que impone el medio en que se vive, y la notación numérica es un referente muy importante que afecta a la vida diaria de todos los habitantes.

CC: Propongo escribir el 1000 sin punto, ni espacio ni coma. Si bien no queremos que nadie nos imponga cómo hay que decir las cosas, hay que decir las de manera que el público las entienda, como las expresiones idiomáticas locales, etc. En el caso de los medios en español, en general hay que ser más universales, menos localistas, y hay que atenuar el influjo del inglés. Hace falta un lenguaje claro, simple, de alcance general. No existe un español universal para los medios, y en esto somos diferentes de los medios en inglés, que usan el mismo inglés para todo. Yo estoy de acuerdo en que necesitamos una orientación. Creo que estos manuales son un primer intento de tener al menos un marco de referencia, con premisas que nos permitan comunicarnos.

Necesidad de encontrar unidad en la diversidad

El tema de la notación numérica tomó un viso imprevisto cuando tomó la palabra Hernán Guaracao.

Hernán Guaracao: Yo no vengo de la Academia sino de la *real life*, la vida verdadera. Tenemos aquí 500 publicaciones en español. Varios millones de personas hablan ese idioma en Nueva York, y lo cambian, lo enriquecen, le dan vida.

Partamos de que la lengua es un sistema de signos completamente arbitrario: ente vivo, corregible. Hay que estandarizar la práctica de llevar un periódico, pero no hay por qué llevar a la Academia en ello. En Nueva York hay más de 4 millones de hispanohablantes, y cada uno lo habla a su manera.

Estamos en EE.UU. Todos hablamos inglés, con o sin acento, con orgullo. También se habla diferente en distintos sitios de EE.UU. Y existe una diversidad en la forma del lenguaje: el Daily News usa un idioma directo, distinto al del New York Times. Hay una copulación permanente; el idioma se ve así enriquecido; y creo que hay que llegar a una salida en cuanto a crear un estándar.

LM: Aquí no intentamos negar el valor cultural y patrimonial de la diversidad del habla. Esta diversidad del español, inevitable debido a su difusión en grandes áreas geográficas, le da una gran riqueza, pero hay que entender que existe una diferencia muy importante entre la comunicación verbal entre grupos de contacto directo, y la comunicación escrita dirigida a grandes masas humanas. El habla tiene valor literario, pero en las comunicaciones en español en Estados Unidos buscamos los términos más comunes.

Sobre el Manual de estilo de la NAHJ

LM: El manual de estilo de la NAHJ es importante porque es el primer manual dirigido a los medios de comunicación, que se ofrece al mismo tiempo al público, y los traductores tene-

mos mucho interés en esto.

Los manuales indican la necesidad de llegar a acuerdos. Sirven para unir, evitando la división. Tanto los traductores como los medios tenemos que apuntar a lo que une. Propongo que, como hacen algunas empresas, se use la notación numérica que es la preponderante en el país, y que también es la que usan los países que están representados aquí en forma mayoritaria.

Ahora bien, parecería que los directores de los diarios hispanos de aquí proceden de países donde se usa la notación española tradicional, que no representa a la mayoría de los hispanos que viven en Estados Unidos.

A Gómez Font le preguntamos sobre lo que está pasando en EE. UU., y dijo que hay que decidirse por una nota-

Quien desee unir, más que dividir a los hispanohablantes, tendrá que ajustarse a un mínimo de pautas y orientaciones, de lo contrario se corre el peligro de propiciar una Babel. En todos los ámbitos de la existencia diaria se necesitan reglas y disposiciones, que son como semáforos que encauzan y facilitan el intercambio y tráfico lingüístico.

ción igual para todas las expresiones numéricas, en los periódicos en español, se trate de cifras monetarias o no monetarias.

Creo que es un tema importante para tratar en la próxima edición del manual de estilo, y espero que se recomiende adoptar la notación estadounidense.

HG: Estoy de acuerdo en reforzar y afianzar lo que nos une. Lo que nos une no es el número de vocablos correctos, sino aquello en lo que nos parecemos los varios millones de latinos de Nueva York y los chilenos, colombianos, argentinos. Lo que nos une no es la cantidad de vocablos bien definidos, sino que es la expresión por nuestro amor, sentimiento, música: lo que hay en el corazón. Es algo personal, algo emocional. Si en un momento dado no doy con la palabra que busco, la creo, la invento. No voy a martillarle la cabeza. Si mi fuero interno me dice que esa palabra es la buena, sigo adelante con ella. Son como las notas musicales que representan el senti-

miento. Son palabras que ponemos entre comillas para que nadie se ofenda, para que sepan que es inventada. La lengua no se expresa en el habla: la lengua es la expresión clásica del idioma, mientras que el descamisado se expresa en el habla.

LM: No es cuestión del nivel de lo hablado o lo poético, sino del lenguaje común. Necesitamos superar lo subjetivo y afianzarnos en lo objetivo. Apuntamos a lo comunicable y nos basamos en lo que tenemos en común: el idioma español.

Jack Segura: Con respecto a la puntuación, la Academia española, además de aceptar el uso de la coma y el punto, en función decimal y para los millares, considera válida y preferible una tercera opción para los miles, de la que no se ha hablado aquí: la de un espacio en blanco, sin coma y sin punto. La Academia tendrá sus temporadas de subidas y bajadas, como todo organismo multicentenario, pero creo

que deben tenerse en cuenta sus pautas y orientaciones para la elaboración de libros de estilo regionales. Como han señalado ya varios colegas, debemos buscar lo que nos une, no lo que nos aparta y confunde. En tiempos recientes, la RAE ha publicado una Ortografía y la vigésima segunda edición del DRAE; está ahora a punto de sacar a la luz el Diccionario Panhispánico de Dudas; tiene muy avanzados sus trabajos para una nueva Gramática; y acaba de emprender la recopilación del Diccionario Académico de Americanismos. Todas estas realizaciones van a incidir de manera importante en la preparación de manuales de estilo, si no como normativa, por lo menos como orientaciones importantes.

Por otra parte, los hispanohablantes de Estados Unidos no son, como a veces creen muchos estadounidenses, un grupo homogéneo, sino que hay entre ellos importantes diferencias lingüísticas: no hablan igual los mexica-

nos del suroeste de EE.UU. que los cubanos de la Florida, o que los puertorriqueños y dominicanos de Nueva York, o que los mexicanos y puertorriqueños de Chicago. Los puertorriqueños de Nueva York y Chicago no usan siempre las mismas palabras que los de Puerto Rico. Y en general, por todo el país, hay cada día más gente de Centroamérica y de América del Sur, cada cual con su propio dialecto hablado. Pero en el fondo, en el habla y en la escritura, se entienden mejor cuando usan el castellano internacional, que es más o menos el español culto o medianamente culto. Quien desee unirse, más que dividir a los hispanohablantes, tendrá que ajustarse a un mínimo de pautas y orientaciones, de lo contrario se corre el peligro de propiciar una Babel. En todos los ámbitos de la existencia diaria se necesitan reglas y disposiciones, que son como semáforos que encauzan y facilitan el intercambio y tráfico lingüístico.

HG: Necesitamos normas y libertad. Todos somos iguales y libres. Tenemos derecho a la libertad de expresión. No queremos que nos digan que "hay que decirlo de esta manera", y no queremos criterios de autoridad al estilo español: no queremos reglas.

Fernando Lepé (UPI): Nuestro manual de estilo es de 1981, en español. Estamos actualizándolo; para nosotros. El manual es como cuando alguien compra un televisor y necesita aprender su funcionamiento. Nosotros tenemos que usar un español sin modismos ni regionalismos para que llegue a más gente. Damos el máximo de sinónimos para aclarar conceptos y orientar a la comunidad. La función del periodista no es meramente informar, sino también educar. Obviamente, hay que combatir cosas como "te llamo para atrás".

CC: Para lograr la comunicación clara hay que llegar a la estandarización. La meta es que nos entendamos todos. En algunos círculos de Latinoamérica se habla del "estilo CNN". Queremos ser conservadores porque pensamos que es lo que entenderá la

mayoría de la gente. Nos encanta que el manual de la NAHJ haya incorporado parte de nuestro manual.

AV: Trabajamos con el lenguaje como algo que nos permite comunicarnos, no como algo poético o literario. Lo importante es hacer que mi público me lea y me entienda. En esto hemos tenido la doble función de educar y vender (pues también somos empresa). No queremos echar mano del habla erudita y alejarnos de lo que habla la gente.

El nuestro es un periódico nacional con enfoques locales. Nos estamos moviendo dentro de un solo esqueleto que nos permita trabajar en las dos esferas con un solo manual de estilo.

Iván Román (NAHJ): No intentamos crear una estandarización del español, porque reconocíamos las grandes diferencias que se dan en el país. Otra cosa es conseguir más periodistas. En una encuesta se puede ver que el 60% de los periodistas provienen de otros países. El 40% son de aquí, pero no tienen una educación formal en español; en el manual hay un capítulo sobre gramática para la gente que se educó aquí. Hay un capítulo sobre el espanglish, y otro sobre los errores más comunes que se encuentran en la prensa.

Vamos a intentar hacer la primera convención bilingüe de la NAHJ. La situación es compleja; no es sólo una falta de voluntad de los medios, sino también de falta de personas que puedan hacer el trabajo.

Opiniones sobre la diversidad del español

HG: Estamos por la libertad de expresarnos de la manera que elijamos y sintamos, siempre que la gente nos entienda. Hay que bajarnos del caballo, que estamos en América, y hablar de forma que nos entiendan; que la expresión fluya, que crezca y se enriquezca, pues está acosada por el inglés. Hemos cambiado de manera inevitable. Es más importante lo que se dice que la forma como se dice.

CC: Nuestra existencia sería muy aburrida si todos habláramos como los presentadores; lo que da gusto, lo que causa interés, es que entrevistamos a

gente de todos los países, de todos los acentos. Es cierto que hace falta la vara para evitar que se diga "esto no lo van a entender en México, en Argentina", pero a veces ponemos subtítulos, explicamos las cosas cuando algo ha podido quedar confuso. Reflejamos la riqueza de la tradición hablada, y de cómo se habla en el presente.

En cuanto a la diversidad, usamos los dos primeros términos del diccionario, y a partir de ello, cualquier cosa ya se entiende. Por razones de mercadeo, escribimos CNN en Español, con mayúscula.

Manuales de estilo

Un periodista: Nuestra experiencia es que cada cliente tiene su manual de estilo. Si los medios grandes se pusieran de acuerdo y siguieran una norma, sería más eficiente.

AV: Los medios tienen su público específico. Muchos puertorriqueños ya leen en inglés. Los medios estamos aún buscando nuestro mercado.

En el caso nuestro, el manual se ha hecho con base en la experiencia de los hispanos en EE. UU.; es adaptar lo que vemos todos los días en nuestra labor. Es lo menos académico que hay, pues se trata de nuestro trabajo cotidiano, y si no nos ponemos de acuerdo en cómo dar las noticias del día siguiente, se nos va a hacer tarde y no vamos a llegar a los quioscos.

El primer manual de dominio público que se ha hecho específicamente para Estados Unidos es el de la NAHJ. Los manuales que nos han servido de guía son los de El País, Clarín, El Tiempo; pero todos son particulares en la medida en que no contemplan el universo que vivimos acá, que es el de la *pompa*, la *boila*, y éstos son desafíos diarios. Nos han dicho que esto es como literatura a la carrera, pero es algo totalmente aparte. Yo puedo admirar el trabajo de Márquez como escritor, pero tener mis dudas de Márquez como periodista. Lo nuestro es un manual dirigido a la experiencia diaria.

Jack Segura: Muchos de los mejores literatos de España y de América fueron primero periodistas. Entre ellos

cabe citar a Ortega y Gasset, Cela, Azorín, Borges, el mismo García Márquez y otros antes que éstos.

CC: En nuestro caso, nos preocupa cómo manejar los titulares. Inventamos el término "la infocinta", que es lo que aparece en la pantalla. Hay una serie de cosas que no se tratan en los manuales dirigidos a periódicos; también vemos cómo manejar términos confusos, idiomáticos; los servicios, en Atlanta, vienen en inglés.

Cultura de traducción

LM: Segundo tema importante. Hay dos formas básicas de trabajo para la comunicación en español en EE. UU.: una es el de los medios, y la otra es el trabajo invisible y constante de los traductores e intérpretes.

Quiero hablar de un problema inquietante: no hay cultura de traducción, y eso tiene efectos muy importantes. Tal vez los medios no vivan esos problemas como nosotros, pero queremos que tomen nota, pues es la misma cultura, el mismo idioma en el cual amasamos, todos juntos, lo que va a ser el español en Estados Unidos. Gómez Font dice que el español de Estados Unidos es el español del futuro. Y ésta es una gran responsabilidad para todos nosotros.

¿Cómo defino la cultura de traducción? La defino por la vía negativa. En este país, los ejecutivos monolingües que controlan las traducciones generalmente no entienden que no toda persona bilingüe puede traducir; eso se complica porque esas personas bilingües, no saben que no saben traducir. El bilingüe de una empresa se siente con derecho a discutirle al traductor cualquier cosa.

Alguien acá preguntó para quiénes traducimos, para quiénes se crean los programas. Contesto: para quienes tienen problemas de entender inglés, para los inmigrantes monolingües que llegan de otros países. Recibo cartas y hasta visitas de jóvenes recién llegados que dicen que no entienden la manera en que se habla el español aquí, que les resulta difícil comunicarse con la gente con la que esperaban poder hablar en su propio idioma.

La mayoría de los traductores pensamos que la única manera de comunicarnos con la gente que necesita un español sólido, es con el español básico, común, culto, lo cual no quiere decir elitista. En inglés existe el *standard English*, que es lo que todos van a entender. En español existe lo que se llama la norma culta, que no es más que la buena gramática, la buena sintaxis y los vocabularios comunes del idioma.

Al traducir, la primera pregunta es: ¿a quién se dirige este texto? Si dicen que es para toda Sudamérica, elijo la primera palabra del diccionario, la más genérica; si alguien de un país no la entiende, pues que recurra al diccionario. Nuestro idioma es muy potente, con capacidad unitaria muy grande, y puede abarcar todas las diferencias de todos los países. Pero en este país se produce una distorsión que tiene mucho que ver con la falta de criterios, con la falta de conciencia de la cultura hispana. No se reconoce que hay personas que tienen la formación, la experiencia y la disciplina de comunicar como debe ser.

Lo que queremos es proponer a los medios que se hable y trate el tema: al igual que no todo el que habla inglés es escritor, no toda persona bilingüe es traductora.

El problema está muy difundido, a niveles que nadie podría ni imaginar, como sucedió en una universidad, en la cual habían publicado en la internet un tema científico que nadie entendió por la forma en que estaba escrito. Se lo habían dado a un estudiante que no tenía la menor idea de lo que es una traducción.

Traducir es una disciplina que requiere estudio y preparación, pero no está reconocida en este país, lo que es causa de mucha distorsión y mala sangre, algo que interfiere en nuestra cultura.

Así cunden términos desacertados, como por ejemplo, el sustantivo "envejeciente". Sólo se le pudo haber ocurrido a alguien sin sensibilidad cultural, que le está diciendo a la persona de edad que no sólo ya está vieja, sino

que va a seguir envejeciendo. Es un término fuera de lugar en una cultura que reclama la buena salud a cualquier edad, y en una época histórica en que se vive más años y se prolonga la juventud. El término adecuado sería la tercera edad, o persona mayor, que tiene una connotación respetuosa.

La traducción no se limita a las palabras; debe tener en cuenta además la sensibilidad cultural, que en este país es más compleja que en muchos otros. En EE. UU., como sabemos, ocurren cambios sociales muy rápidos. También las leyes cambian con gran rapidez. En el inmigrante existe ese ánimo de que se le trate con la misma sensibilidad que se aplica a la ciudadanía en general. Y en el idioma, esta consideración, que se expresa en toda buena traducción, significa tratar bien a la persona, lo cual haremos bien si aclaramos esos conceptos. Cuando se trata de escribir algo en inglés, se busca a un profesional. En español se dan las traducciones a cualquier persona con apellido hispano.

CC: Hablando de expresiones desacertadas, me gustaría comentar un término dicho por una entrevistada, el cual nos encantó. Dijo: "Soy una persona de juventud acumulada".

Vivimos en carne propia el problema de los intérpretes. Los directivos no entendían la diferencia entre intérpretes y traductores. Recuerdo cuando me decían que ya teníamos traductores, pero eso es algo muy distinto. Había que atraer a traductores de primera (lo que requiere pagarles 35 a 40 mil dólares al año), y a intérpretes de primera, que cobran 400-500 dólares al día. Hicimos la proyección de 100 mil dólares, que era como cerrar la brecha entre traductor a 40 mil y el intérprete a 100 mil. Les dije: "el intérprete es como el presentador de noticias, tiene que improvisar; si comete una imprecisión, comete una falta periodística". Aunque sólo tenemos un 96-98% de eliminación de errores, cuando se comete uno, se puede escuchar en 14 millones de hogares. Nosotros necesitamos el 100%. Entonces, con esa justificación, apro-

baron los \$100,000 para los intérpretes.

AV: Ojalá tuviera 100,000 dólares para los intérpretes; pocos hay que tengan esa cantidad disponible. Sí hay necesidad de contar con recursos humanos que puedan ser remunerados, como lo son también los ejecutivos, gerentes, etc. Que tomemos cartas en el asunto es un paso, no sólo en el área de traductores e intérpretes, sino en el de los medios. Pedimos mejorar la calidad. Es lo mismo no sólo desde el punto de vista de la traducción, sino también de la disciplina del periodismo.

Bogumila Michalewicz: El problema es que no hay suficientes intérpretes simultáneos, que son quienes realmente estudian la carrera de intérprete. En la ciudad de Nueva York tenemos unos 30 intérpretes que puedan considerarse idóneos. No existen cri-

terios formales, no hay licenciamiento. La única forma de guiarse es por la trayectoria. El único licenciamiento que existe en este país es el examen para los intérpretes del sistema federal de tribunales.

HG: Sé que el papel de traductores e intérpretes es resolver problemas mayúsculos a miles de seres humanos que tienen dificultad con otros idiomas. Es de vital importancia su papel, como ha podido demostrarse al evitar que alguien vaya a la cárcel injustamente, o que se le deporte. La profesión me inspira respeto. Como me lo inspira Rabassa [traductor literario]. La meta es universalizar el español; y creo que es lo más importante que se ha dicho aquí esta noche. Eso nos va a ayudar a sentirnos más hermanos.

CC: Será bueno que en la próxima convención de la NAHJ haya paneles

sobre traducción e interpretación. El número de intérpretes en los medios es mínimo, aparte de que trabajan por su cuenta. Los buenos traductores deben poseer una buena cultura general, además de leer, leer, leer, y poder escribir con precisión. Hay una gran oportunidad de trabajo en periodismo para los estudiantes de traducción.

LM: Todo lo que han dicho es muy interesante y considero que éste ha sido un diálogo inicial que espero poder continuar a través de colaboraciones de todo tipo entre los medios y los traductores. Quedan ustedes invitados a participar en nuestras conferencias y a escribir en Apuntes sobre la importancia del idioma español en las comunicaciones, y los retos que presenta en este país.

Apuntes

III CILE - Viene de la página 1

Fue magnífica la presentación de Carlos Fuentes, de México, que el auditorio ovacionó de pie y en la que recalcó que "el español ofrece al mundo globalizado un espejo de hospitalidades lingüísticas creativas, jamás excluyentes, ya que la lengua española es hospitalaria" y, al hablar de las lenguas indígenas, agregó: "el indio necesita la lengua española para combatir la injusticia, humanizar las leyes y compartir la esperanza con el mundo mestizo y criollo".

Muy sutil e inteligente la presentación del escritor argentino Héctor Tizón, en su llamado a la integración cultural y la defensa del idioma, recordándonos que "la palabra salva las cosas del caos y que a veces el mal anida en ciertas palabras". Tizón recalcó que "la globalización está marcada por el mercado y amplificada por los medios de comunicación" y agregó que "hoy no se generan ideas ni ideales, sino creencias a través de las imágenes publicitarias".

El rey de España, Juan Carlos I, alertó sobre los riesgos y las oportunida-

des de la globalización, con la esperanza de que este congreso amplíe los espacios de diálogo y sea "un foro abierto a la reflexión de todo el mundo hispanoparlante sobre el patrimonio común que es la lengua". "Nuestra identidad lingüística", dijo el monarca, "es la suma convergente de muchas identidades".

El presidente Kirchner se limitó a dar la bienvenida a los académicos y escritores presentes en el congreso. Compartían el escenario la reina Sofía, Víctor García de la Concha, presidente de la Real Academia, César Molina, director del Instituto Cervantes, Cristina Kirchner, presidenta honoraria del Congreso, Magdalena Faillace, subsecretaria de Cultura, Miguel Lifschitz, intendente de Rosario y Jorge Obeid, gobernador de Santa Fe.

La sesión plenaria comenzó por la tarde y se centró en los "Aspectos ideológicos y sociales de la identidad lingüística". El coordinador fue el Dr. José Moreno de Alba, director de la Academia Mexicana de la Lengua (ver Apuntes, verano 2004).

La ponencia principal estuvo a cargo de Claudio Guillén, catedrático de Literatura Comparada de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad Pompeu Fabra. Miembro de la Real Academia Española desde febrero 2003, Guillén subrayó la necesidad de crear una comunidad basada en una lengua espontáneamente compartida, y el cuidado riguroso que debemos emplear en el uso de términos polisémicos. La búsqueda de un terreno común debemos hacerla de la mano con el respeto por la normatividad y la conciencia de la integración cultural.

El prolífico escritor Tomás Abraham nos dio una amplia visión de dos pueblos que incidieron en la construcción de la lengua española: los judíos y los moros, que produjeron en la memoria colectiva uno de los renacimientos culturales más importantes y menos nombrados. La medicina, las matemáticas, la poesía, la filosofía, la música, la arquitectura fueron contribuciones innegables de esas dos culturas mestizas de extraordinario nivel, que ade-

más de enriquecer nuestra lengua con miles de palabras dieron como fruto idiomático el ladino, lengua que aún hoy se sigue hablando en las comunidades sefardíes del mundo. Esta cultura fue diezmada por el fanatismo, que finalmente condujo a la expulsión de los moros y los judíos de la Península. Sumamente interesantes fueron sus observaciones de que la lengua es parte del cuerpo y que existen idiomas que nos paralizan; sin complejos comentó su propia tartamudez frente al castellano, que no dominaba al poco tiempo de llegar de Rumania y que llegó a abrumarlo al punto de hacerlo tartamudear.

El Dr. Rainer Enrique Hamel, profesor titular de Lingüística del departamento de Antropología de la Universidad Autónoma de México, habló de la hispanofonía, "nombre que habrá que inventar porque no existe". La visualiza como una gran unidad de múltiples facetas y culturas bajo el liderazgo de España, basada en el "español peninsular central" pero que admite la pluralidad de sus variedades y los estándares nacionales. Elogió la labor de la Real Academia Española, así como la de sus Academias correspondientes en nuestro continente, y la magnífica labor del Instituto Cervantes. Se refirió especialmente al valor simbólico del idioma español como elemento de identidad hispánica y clave del patrimonio cultural que en este momento se ve enfrentado, en nuestro continente, a elementos que intentan su fraccionamiento y podrían establecer divisiones y fracturas perniciosas. Señaló el hecho de que la mayoría anglófona se siente amenazada por el crecimiento del español en los Estados Unidos., y los últimos dos decenios se caracterizan por un combate frontal contra el multilingüismo y la educación bilingüe. "Es obvio que la clase política quiere evitar que el español, con casi 40 millones de hablantes, se establezca como lengua permanente y definitiva en los Estados Unidos. La estrategia es eliminar el español de los ámbitos de prestigio, sobre todo de la educación, de la academia y de las instituciones públi-

cas. Estos ámbitos de prestigio están estrechamente ligados con los sectores de desarrollo económico, científico, y tecnológico que forman las bases tanto de la integración política como del progreso social.

Ángel López García es catedrático de Lingüística General de la Universidad de Valencia. Su teoría de la gramática liminar, que se basa en las relaciones entre la lengua y la conciencia lingüística, se ha extendido a otras universidades y ha alcanzado reconocimiento internacional. En su presentación "La tercera frontera del español" subraya que la lengua española tiene una dimensión ideológica no sólo por ser una lengua, sino por su peculiar manera de existir, ya que la frontera que nos marca no es simplemente una frontera cognitiva, la de los significados que podemos conocer, ni una frontera territorial del espacio que ocupamos, sino



José Moreno de Alba y Bogumila Michalewicz

que es una frontera ideológica: la de la lengua sin espacio y de la libertad individual. La tercera frontera es la de su dimensión socializadora y comunitaria. Criticó duramente la tesis de Huntington, ya que los hispanos no son otra cultura, sino la cultura complementaria que se expresa en español.

El Dr. Carlos Pereda, uruguayo nacionalizado mexicano, terminó su doctorado en filosofía en la Universidad de Constanza, Alemania. Es autor de numerosos libros y más de doscientos cincuenta artículos en revistas especializadas. El tema de su ponencia fue:

"Lenguaje e identidad", en la que planteó la pregunta: ¿cómo contribuye el lenguaje a la identidad de cada animal humano? Llegó a la conclusión de que el lenguaje y el animal humano se construyeron juntos, influyéndose mutuamente. "No hay lenguaje sin algún tipo de identidad, sin resistencias y oposiciones. La identidad es una forma de comprensión de nosotros mismos". Y hacia el final advirtió: "Tengamos cuidado con las palabras pero, también, cuidemos de ellas".

Ese mismo día se realizó, hacia el atardecer, la presentación de la edición popular del Quijote publicada por la Real Academia Española y la Asociación de Academias de la Lengua Española. Es una edición especial para la conmemoración del IV centenario de la publicación de la primera parte de dicha obra. Belisario Betancourt, ex presidente de Colombia y escritor, fue el encargado de presentar la edición de formato "popular" del texto de Cervantes, que esta vez sale a la calle con un millón de ejemplares. Betancourt calificó la obra de Cervantes como "un manual de vida", una novela que "muestra la condición humana en sus pliegues más hermosos pero también los más horribles". Víctor García de la Concha llamó a esta edición "un milagro y una utopía". Y explicó: "La idea era rendir un gran homenaje a Cervantes en todo el mundo hispanoparlante con una edición de la más alta calidad y a un precio accesible para todos".

Por la noche se realizó un espectáculo de fuegos artificiales desde el puente que une a Rosario con Victoria, sobre el río Paraná.

Así transcurrió la primera jornada del III Congreso Internacional de la Lengua Española. Pido disculpas por todas las cosas que se me quedaron en el tintero y por las que escaparon a mi memoria. El resto, lo veremos en el próximo número de Apuntes.

III CILE - Rosario, Argentina

Mesa redonda: El español estándar y sus variedades en los medios de comunicación

Información de la Agencia EFE completada por Alberto Gómez Font para Apuntes

El viernes 19 de noviembre de 2004, en el III Congreso Internacional de la Lengua Española: Identidad lingüística y globalización, se celebraron las mesas redondas de la sección titulada "Español internacional e internacionalización del español", dirigida por Humberto López Morales, secretario general de la Asociación de Academias de la Lengua Española.

Una de las mesas, dedicada a El español estándar y sus variedades en los medios de comunicación, estuvo presidida por Carlos Castañón, director de la Academia Boliviana de la Lengua, y moderada por Álex Grijelmo, presidente de la Agencia EFE.

Participamos en la mesa Raúl Ávila, del Colegio de México (México); Juan Bedoian, del diario *Clarín* (Buenos Aires); Rubén Keoseyán, del diario *La Opinión* (Los Ángeles); William Restrepo, de *Radio Caracol* (Miami); Alicia María Zorrilla, de la Academia Argentina de las Letras, y Alberto Gómez Font, del Departamento de Español Urgente de la Agencia EFE (Madrid).

El moderador del debate, Álex Grijelmo, aprovechó para anunciar que el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) y la Agencia EFE han acordado crear la Fundación del Español Urgente (Fundeu), que velará por el correcto uso del idioma en los medios

públicos españoles y, más adelante, en aquellos hispanoamericanos que deseen sumarse al proyecto.

Raúl Ávila llamó la atención sobre el empleo de la lengua en sus diferentes espacios sociolingüísticos, y señaló que los medios podrían contribuir a precisar los usos convergentes y divergentes del español, y difundirlos. Planteó la necesidad de que los responsables de los medios tomen conciencia de los diversos ámbitos de uso de la lengua, lo que les permitiría ubicar mejor a las audiencias o a los lectores, y les llevaría a utilizar de manera más eficiente las diversas normas lingüísticas en relación con los tipos de textos o discursos.

Juan Bedoian, director de la revista "Ñ" -suplemento cultural del diario argentino *Clarín*- se quejó de vicios que se registran en el uso del idioma por parte de ciertos intelectuales que tienen instalada la idea de que un artículo, cuanto más oscuro y hermético es, resulta más profundo. Dijo también que la retórica extravagante, el reemplazo de palabras sencillas que expresan claramente una idea por otras más rebuscadas que ni siquiera figuran en los diccionarios, y la delectación por inventar palabras o conferirles acepciones forzadas incorrectas para dar, supuestamente, más brillo al discurso, son algunos de estos mecanismos que conviene desterrar para acortar las dis-

tancias con el lector.

Rubén Keoseyán y William Restrepo dibujaron la situación actual del español en los medios de comunicación hispanos de los Estados Unidos y también hablaron de la realidad del español en ese país, donde ya se calcula que hay unos 40 millones de hispanohablantes. Ambos se declararon conscientes de la responsabilidad de los medios de comunicación en el mantenimiento del buen uso del español en los EE. UU.

Alicia María Zorrilla nos hizo reír a los asistentes con la lectura de una crónica deportiva llena de lenguaje poético y de errores gramaticales, para mostrarnos lo importante que puede ser que los periodistas escriban en un español correcto.

Y yo presenté la situación actual del español internacional en los medios de comunicación de los Estados Unidos y de los grandes medios que venden noticias en español a todos los países hispanohablantes, para terminar proponiendo que nos pongamos a trabajar juntos (con el apoyo de la Asociación de Academias de la Lengua Española) en el seguimiento del proceso de creación de ese español internacional y en la toma de los acuerdos necesarios para que no haya dispersión de criterios.

Apuntes

Diccionario Panhispánico de Dudas - Bogumila Michalewicz © 2004 Apuntes

A casi trescientos años de la primera publicación del Diccionario de la Real Academia Española, para ser más exactos en 1724, y como parte de su nueva política lingüística panhispánica, el 9 de marzo de 2000, las 22 Academias que forman parte de la Asociación de Academias de la Lengua Española y la Real Academia, aprobaron los lineamientos básicos para elaborar el Diccionario Panhispánico de Dudas (DPD).

Para la ejecución de las tareas, la Comisión permanente de la Asociación designó a varias Academias como coordinadoras de las diferentes áreas lingüísticas (Chile, Río de la Plata, área andina, Caribe continental, México y Centroamérica, Antillas, Estados Unidos y Filipinas) y los responsables de cada una de las áreas constituyeron, junto con el presidente y el secretario general de la Asociación, una Comisión interacadémica encarga-

da de la supervisión y coordinación de las tareas. El diccionario, elaborado conjuntamente, fue aprobado por las 22 Academias, en sesión presidida por el Príncipe de Asturias, el 13 de octubre de 2003, en el Monasterio de San Millán de la Cogolla.

Según Humberto López Morales: "Hay una tensión creativa entre el español de todos y el hablado en cada país, aunque el léxico es compartido en más de un 95%".

Es obvio que el tremendo aumento de hispanohablantes fuera de la península, casi 400 millones, y las variantes locales que se han desarrollado legítimamente debido a las necesidades tanto geográficas como socioculturales, han sido el motor que impulsó este proyecto, cuyo fin es evitar la fragmentación y dar opciones aceptables, renunciando a los extranjerismos.

La necesidad de una publicación académica para establecer y difundir los criterios de propiedad idiomática es evidente, ya que hasta ahora no disponíamos de un diccionario que tomase en cuenta las variantes locales del español, que se está desarrollando a través de los últimos 400 y pico de años en los diferentes países de Latinoamérica. Es un español que merece el mismo respeto y rigor de análisis que el peninsular.

Otro motivo es, al menos para los que queremos mantener el nivel de autenticidad del español en los Estados Unidos, el empobrecimiento y la bastardización que nos imponen la ignorancia y la desidia de ciertos grupos que tratan de justificar las peores

barbaridades con aquello de "el idioma evoluciona". Pero no hay que confundir la evolución con la bastardización causada por el desconocimiento y el ventajismo. Tampoco hay que ofender la inteligencia de los hispanohablantes utilizando en los medios de difusión, ya sea escritos y hablados, híbridos y locuciones que pauperizan y deforman nuestro idioma.

Respondiendo a las expectativas de los que queremos darle al español de Latinoamérica y de los Estados Unidos el nivel que merece, este diccionario espera orientar de un modo claro y respetuoso sobre las diferentes variantes, a los que acudan con sus dudas, presentando las normas que regulan hoy el uso correcto del español. La necesidad de una publicación académica para llenar este vacío ya se había manifestado en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, realizado en Zacatecas en 1997.

Algunos de los objetivos de esta obra son: "orientar al lector para que pueda discernir, entre usos diferentes, cuáles pertenecen al español estándar, es decir, a una lengua general culta: cuá-

les están marcados geográfica o socioculturalmente como dialectales, vulgares, etc., y cuáles son incorrectos por conculcar alguna de las reglas del sistema de la lengua española".

Uno de los elementos que va a ser de gran utilidad, especialmente para los que vivimos en los Estados Unidos, es la forma de tratar los extranjerismos. El DPD establece dos grupos básicos de extranjerismos: aquellos que son superfluos o innecesarios porque existen los equivalentes españoles perfectamente idóneos, y los que son necesarios o muy extendidos, o sea, aquellos para los cuales no existen o no es fácil encontrar términos españoles equivalentes.

La primera edición impresa, que contará con unos 7.000 artículos, se publicará en la primavera de 2005. El carácter abierto de este diccionario exige su continua actualización a través de la internet y publicaciones periódicas de actualización en formato de libro. La buena noticia es que ya se puede consultar el DPD en su versión digital (<http://www.rae.es>).

Apuntes

El Centro Rey Juan Carlos I de España

Apuntes se complace de presentar a sus lectores esta breve reseña del CJC, que fue sede de su primera mesa redonda con los medios de difusión. Redacción de Laura Turégano, Subdirectora del CJC

New York University (NYU) creó el Centro Rey Juan Carlos I de España en honor de Su Majestad, el Rey Juan Carlos I de España, en 1997.

En 1983, NYU confirió a Su Majestad un doctorado honoris causa por su defensa de la democracia en España, y por la noble promoción de la educación en el servicio de la paz, y fundó la Cátedra Rey Juan Carlos I de Cultura y Civilización Españolas, que cuenta con la participación de eminentes académicos e investigadores provenientes de España. Poco después, bajo el alto patrocinio del Rey Juan Carlos I, y con el respaldo del Gobierno español, NYU emprendió una gran campaña para

atraer el apoyo económico necesario para renovar Judson Hall, un edificio diseñado por el gran arquitecto norteamericano Stanford White, y convertirlo en la sede de un centro para el estudio interdisciplinario de España y del mundo hispanohablante.

Hoy en día, el Centro es parte integrante de New York University, e independiente del Gobierno de España. Nuestro nombre da lugar a alguna confusión sobre este respecto. El Centro cuenta con un presupuesto de operaciones financiado por la Universidad, a excepción de las dos Cátedras que son de financiación privada, tanto individual como de empresas españolas y latinoamericanas.

Una de las misiones principales del Centro es fomentar la interacción entre líderes académicos, empresariales y políticos de la ciudad de Nueva York con intereses en España y en el mundo hispanohablante: el Centro Rey Juan Carlos I de España ha facilitado este tipo de intercambio con innumerables actos y conferencias.

Mediante la creación de este Centro, que cuenta con las instalaciones más atractivas y agradables de todo el recinto universitario, la Universidad de Nueva York se ha convertido en una de las instituciones más importantes del mundo para la investigación y la enseñanza sobre España.

Spanish in the USA: Growing or Waning?

Frank Gómez © 2004 Apuntes

Just when we were getting used to saying proudly that Spanish is no longer a "foreign language" but the "second language" of the United States, a report appears that questions the assumption that Spanish use is growing. A study by State University of New York at Albany researchers says that English is the preferred language of children and grandchildren of Latin American immigrants.

This news surely gave comfort to Samuel Huntington and others who believe Spanish-speaking immigrants endanger "American" culture. The study holds that forecasts of growth of Spanish overlook forces that bring about assimilation. Conducted by Richard Alba, director of the Lewis Mumford Center for Urban and Regional Research at SUNY-Albany, it notes that the quest for the "American dream" by entering the mainstream drives immigrants and their descendants toward English.

Based on 2000 Census data, the study found that 71 percent of third- or fourth-generation Hispanics spoke English exclusively at home, up from 64 percent in 1990. It does point out, however, that exceptions exist along the US-Mexico border and among Dominicans in New York City who maintain close ties with their homeland.

The issue merits a second look, and I hesitate to question results of a scientific study done by respected professionals. The media reported widely on the story, but appeared not to ask some obvious questions. Is the 2000 census the right source for assimilation and language usage trends? Do other studies confirm or contradict the SUNY findings? Do other factors help boost Spanish use? Some thoughts follow.

The Power of Media

Spanish language print media growth has been phenomenal. Hispanic print is so attractive, in fact, that mainstream companies - even foreign investors - are buying or creating new publications. Having done their homework, they concluded that their shareholders will be served by investing in Spanish language properties.

Last year, 2004, Recoletos, a Spanish company, became the principal investor in the new Rumbo dailies in San Antonio, Houston, McAllen-Harlingen and Austin - and these localities already had Spanish language weeklies! The Dallas Morning News and the Fort Worth Star-Telegram compete in the metro market through their own relatively new Spanish language dailies.

These are but a few examples of investments in Spanish language media that are founded on market research, careful analysis and projections of demographic growth, taste, language use and other factors. They would not bother unless their studies indicated growth - not decline - in Spanish.

Early in 2004, a Canadian company, Impremedia, put together a company that includes La Opinión in Los Angeles, El Diario-La Prensa in New York, and La Raza, a weekly in Chicago. These respected, profitable and long-established papers were founded and are still run by Latinos. They compete in those same markets with the local editions of Hoy, the paper founded in New York City six years ago by The Tribune Company's Long Island Newsday, and which expanded to Chicago and Los Angeles in 2004.

NBC acquired Telemundo, giving that language network the muscle needed to compete with Univision. And the Mexican media giant Editorial Televisa inked a deal late in the year that gives it controlling interest in Latino-founded

Hispanic Publishing Co. These are but a few examples of investments in Spanish language media that are founded on market research, careful analysis and projections of demographic growth, taste, language use and other factors. They would not bother unless their studies indicated growth - not decline - in Spanish.

Hemispheric Demographics

We live in a Spanish-speaking hemisphere. English is a minority language in the Americas. Birthrates elsewhere far exceed those of the U.S. and Canada, and weak economies, turmoil and the quest for opportunity will continue to thrust Spanish-speakers on our shores for decades to come.

This means that the nation's Spanish-speaking population will be steadily renewed by the arrival of native speakers. And these immigrants will continue to have more children than other residents of the United States. Admittedly, their children and grandchildren want to learn English - and they do. They learn English because

they see it as a ticket to educational and economic opportunity. But they do not necessarily discard Spanish and Hispanic cultural attributes.

Pride in Heritage

Something innate in Hispanic cultures makes language difficult to shed. Some 30 years ago, Catholic theologian Michael Novak wrote a fascinating book entitled "The Rise of the Unmeltable Ethnic." He maintained that earlier waves of immigrants (primarily Western and Eastern European) lamented having rushed to "Americanize" and having lost their languages and cultures.

In Northern New Mexico, largely without renewal from recent immigration, the descendants of Spanish immigrants from three and four hundred years ago

still speak Spanish. Relatively isolated, they have retained and take pride in Spanish. Mexican Americans in the Southwest, although more influenced by Mexico and Mexican immigration, have also retained Spanish.

The best illustration of the retentive power of Spanish are the Sephardic Jews who, ousted from Spain, migrated to Istanbul and Morocco. Many traveled beyond, ending up in Israel, Brazil, Argentina and Mexico. In those Sephardic communities, even in linguistically isolated Istanbul, Ladino, their ancient Spanish language, is spoken. After more than 500 years, Spanish thrives - without renewal, without new waves of immigration.

The Bicultural and Bilingual

Writing in Hispanic Magazine last September, Argentina-born Marcela Miguel Berland described a neglected market segment she calls the "bi-bi's", or the bilingual and bicultural. They are a new generation of Hispanics who navigate easily from mainstream culture to Latino culture, from English to Spanish. Founder of LatinInsights, a research-based strategic communications company, Berland reports that recent studies show growing pride in heritage, culture, values and language among this group in particular and among Hispanics in general.

Like Novak's "unmeltables," Latinos are discovering that they do not have to give up culture and language to assimilate, to become "real Americans." Assimilation does not require the surrender of cultural and linguistic attributes. One can acquire the values, attitudes, language and customs of mainstream America and still be a Spanish-speaking Hispanic American. Clearly, this is NOT an either-or proposition. It is a "both are better" proposition, a "value added" proposition.

Major corporations, including toy manufacturers and publishers, have discovered this trend, perhaps even

without the benefit of empirical data. Barnes & Noble, Borders and other bookstores feature growing Spanish language sections that appeal to Spanish speakers who want to continue to speak the language - and want their children and grandchildren to speak it as well.

LeapFrog, among other toy manufacturers, has developed a full line of educational toys in English and Spanish. In fact, its much-acclaimed LeapPad learning system is one of the most popular toys in the United States. It is a folding computer notebook-like platform that accommodates a "library" of more than 60 books in English and Spanish. The LeapPad is increasingly popular among Hispanic parents who want their children to learn songs,

One can acquire the values, attitudes, language and customs of mainstream America and still be a Spanish-speaking Hispanic American. Clearly, this is NOT an either-or proposition. It is a "both are better" proposition, a "value added" proposition.

words, games and other things that they learned as children. And non-Hispanic parents who see the future of Spanish in the United States also buy them to start their children toward bilingualism.

Berland's bilingual-bicultural market segment comprises a younger generation that is constantly bombarded by media messages - in English and Spanish. Videos, music, magazines, television programs, games... the list goes on. She believes that the segment is growing, that pride in language is growing, and that marketers can capitalize on it by studying it, understanding it and reaching it - in both languages.

The Future of Spanish

The Pew Hispanic Center and the Kaiser Family Foundation conducted a survey of Latinos in 2002 that found that the "second generation is substantially bilingual, and the third-plus generations are primarily English

speakers." It noted that by the third or later generations, English-dominant Hispanics were 78%, vs. 22% who were bilingual, and 0 % who were Spanish-dominant. Bilingualism in the second generation, significantly, was slightly greater than English-dominant (47% vs. 46%).

Now, English-dominant does not mean that Latinos surveyed did not know any Spanish. It meant that they preferred English. The SUNY-Albany study that prompted this treatise said basically the same thing. After the third generation, Hispanics feel more comfortable in English. This is not surprising.

Much was made of the SUNY-Albany study. Too much! The inescapable conclusion, however, is that more

research is needed. The experts should get their hands on some of the studies conducted by or for Univision, NBC-Telemundo, the investors in and creators of new publica-

tions, the National Association of Hispanic Publications and other organizations. The 2000 Census, so unreliable in many ways, may not be the best prognosticator of the future of Spanish in the United States.

If the marketers, the manufacturers, Marcela Berland and others are correct, and if history is any measure, pride, immigration, renewal, the media and other forces will make Spanish continue to grow in use in the United States. And this is good.

Note: Frank Gómez is a retired senior Foreign Service Officer and corporate executive, and an adjunct professor of translation at New York University. He is a member of Intérpretes y Traductores de Español (InTradES-Apuntes, Inc.), a non-profit association based in New York City. He can be reached at gomez@LatinInsights.com.

Jornada Internacional de Traducción 2004 - Rosario, Argentina

El español de España y el español de América. Vocabulario comparado.

Ignacio Luque, Corresponsal en Argentina

El español de España y el español de América

Antonio Molero

Madrid, Ediciones S.M.

©2003 - 127 págs.

ISBN: 84-348-9352-5

Luego de innumerables viajes por distintos países americanos y más de veinte años de trayectoria como profesor de alemán para hispanohablantes y de español para empresarios alemanes, el economista español Antonio Molero ha acumulado un vasto corpus léxico comparado del español de España y del de algunos países latinoamericanos. Ahora, y a través de la editorial española Ediciones SM, este minucioso trabajo ve la luz bajo el nombre "El español de España y el español de América. Vocabulario comparado". Y qué mejor oportunidad para presentarlo que la Jornada Internacional de Traducción, celebrada en Rosario, Argentina, el pasado 21 de noviembre de 2004, apenas 24 horas después de que académicos, docentes, escritores, traductores y profesionales de muchas ramas del saber se dieran cita, precisamente, para discutir el español y la globalización, en el III CILE.

Durante su presentación, Molero hizo hincapié en las diferencias de signifi-

cado que existen en diversos países hispanohablantes para un mismo término y la necesidad de saber estas diferencias a la hora de traducir para el público latinoamericano o español.

Si bien el español lo hablan alrededor de 400 millones de personas en más de 20 países, los trabajos de terminología comparada son tan escasos como indispensables, hasta tal punto que su libro ha despertado una gran expectativa entre los traductores que tienen el español como idioma de destino, ya que pretende llenar uno de los más grandes vacíos en sus bibliotecas. Aun así, cabe aclarar que en el libro sólo se registran comparaciones léxicas entre el español de Argentina, España, Chile, México, Uruguay y Venezuela. Al respecto, el autor dijo lo siguiente en una entrevista publicada en el portal Unidad en la Diversidad: "Como veía que en un primer momento era imposible abarcar todos los países hispanohablantes de América, tuve que hacer una selección y opté por esos países, por dos motivos: primero, porque son los países que mejor conozco y a los que he dedicado muchos años de estudio; segundo, porque tomando esos países como referencia abarco las tres áreas económicas de América: Nafta, Pacto Andino y Mercosur". Tal vez debido a esta referencia geoeco-

nómica, Molero mencionó en su presentación los obstáculos que representa la traducción de etiquetas de productos que se comercializarán en países hispanohablantes. Como ejemplo, el autor puso a consideración de la audiencia la palabra "detergente". Consultado al respecto por este medio, Molero expresó: "El problema con detergente es que sólo los argentinos y los uruguayos, con ese término, entienden el producto para lavar los platos. Mientras que en el resto de países, con ese término entienden lo que para argentinos y uruguayos es el jabón de lavar. Y ese producto detergente, en España se llama lavavajillas (como la máquina), en Chile lavalozas, en Venezuela lavaplatos y en México lavatrastes".

Si para quienes traducen al español, el problema de encontrar aquel vocablo neutro que a todos los hispanohablantes satisfaga por igual sigue siendo un espejismo en el desierto léxico, el trabajo de Molero bien podría considerarse un pequeño oasis para traductores, docentes, empresarios y turistas que necesiten un material de referencia rápida sobre el español y sus significados en los países antes mencionados.

Kaiser Permanente y la traducción al español - Testimonio personal - *Cristina Bertrand*

Kaizer Permanente, organización fundada en 1945, es el plan de salud sin fines de lucro más grande de Estados Unidos. Con sede en Oakland, California, presta servicios a 8.2 millones de miembros. Consta de las siguientes organizaciones: Kaiser Foundation Health Plan, Inc., Kaiser Foundation Hospitals, The Permanente Medical Groups y una afiliación con Group Health Cooperative, de Seattle.

He venido colaborando con Kaiser Permanente en la corrección de docu-

mentos al español desde hace más de 10 años, y puedo atestiguar que su interés por la población de habla hispana se refleja no sólo en las numerosas publicaciones de información, divulgación y educación médica para los pacientes, sino en la elección de agencias de reconocido prestigio en el campo de la traducción y en la colaboración continua con traductores y correctores. Dichos profesionales hemos venido aportando, durante todos estos años, sugerencias al glosario de términos de salud, referencia obligada

en todos sus documentos, que están siempre adaptándose a las normas del lenguaje correcto y a la idiosincrasia de la población a la que están dirigidos.

A este esfuerzo de muchos años se une ahora la convocatoria de Kaiser Permanente con el fin de crear una coalición nacional dedicada a la traducción de calidad en lo concerniente a la atención de la salud (véase el artículo de María Cornelio en la página 14), cuyo objetivo es proporcionar unas normas estandarizadas de traducción en dicho campo.

Quality Translation in Health Care: Kaiser Permanente - Meeting the Challenge

- María Cornelio © 2004 Apuntes

According to the 2000 Census, over 21 million people in the United States have limited English proficiency (LEP). This language barrier can be a serious detriment to the provision of quality health care. It affects LEP patients' access to services, their ability to give informed consent for medical treatment, and their compliance with drug regimens and follow-up. A growing body of research shows that patients who speak little or no English are at greater risk of medical error or misdiagnosis if they are not provided with an interpreter, are less likely to use preventive care services, and more likely to use emergency rooms than English speakers. They also need more diagnostic tests, are less satisfied with the medical care they receive, and are often dissatisfied with the quality of the translated material they are given.¹

Addressing these concerns, the U.S. Department of Health and Human Services has issued a number of guidelines for health care organizations with the goal of providing "meaningful access" to LEP patients. These guidelines are spelled out in the Department's National Standards for Culturally and Linguistically Appropriate Services in Health Care (CLAS).² Of particular interest for this article is Standard 7, which states that "an effective language assistance program ensures that written materials that are routinely provided in English to applicants, patients/consumers, and the public are available in commonly encountered languages other than English. It is important to translate materials that are essential to patients/consumers accessing and making educated decisions about health care."³ The guidelines discuss in great detail the importance of using qualified translators and the need for establishing procedures that will assure the quality of the translated materials given to the public:

"The use of qualified translators is crucial to ensuring the accuracy of translated written materials.

Organizations should have written criteria for selecting translators and translation vendors. At a minimum, organizations should ensure that translators have 1) previous experience, education, and training in translation; 2) command of both English and the language into which the material will be translated; and 3) familiarity with medical terminology. Criteria for selecting translation vendors should include a review of 1) translation methods and procedures used, from submission of English copy to printing of finished materials; 2) recruitment and training of translators; and 3) procedures for reviewing translated materials. Organizations also should have in place knowledgeable people to work with translators or vendors during the translation and review process and to determine the quality of purchased translations."⁴

The section ends with the injunction to "avoid 'wildcat' translation (e.g., the doctor's sister who took Spanish in college), however tempting the financial advantages."⁵

One major health care organization that is working systematically to put these guidelines into practice is Kaiser Permanente, the California-based health plan that provides coverage to 8.2 million subscribers in nine states and the District of Columbia. While many such entities are concerned about providing quality translations to their LEP patients, Kaiser is probably the first to be actively moving in that direction by developing and implementing a set of explicit policies and procedures in this area.

National Coalition for Quality Translation in Health Care

Kaiser has convened a National Coalition for Quality Translation in Health Care as part of a larger research study funded by The California Endowment to evaluate the

impact of linguistic services on the health out-comes of LEP patients. The Coalition's mandate is to provide guidelines that will facilitate the production of high-quality, consistent, easy-to-read and cost-effective translations throughout the health care industry. With this work, it is Kaiser's intention to develop a standardized translation process for terms that are challenging to translate or unique to the U.S. health care system. This newly-established standardized process will then be applied to refine an existing English-Spanish glossary for use in future translation work. Spanish was chosen for the project because it is the most widely-spoken language among LEP patients in the United States. The ultimate goal is to identify and test the components that are crucial to this process in order to establish a general procedure that can be adapted for translating documents into other languages.

This system is also unique in that it is the first large-scale program for the translation of documents in the health care industry that puts linguists and translators at the center of the process. Kaiser's organizational chart shows its conceptualization of the various groups represented in the Coalition. A large central circle is made up of linguists and translators. Surrounding it are ten smaller circles, nine of them representing key stakeholders and content experts in health care from the fields of medicine, health policy, health care administration, member marketing, media, government, law, research, and advocacy. The tenth circle represents the consumer: the LEP patients who will ultimately validate the translated material through focus-group testing. All of these groups are vitally important to the process, and with their participation, Kaiser hopes to ensure the production of health care documents that provide information in a manner that is medically accurate, easily understood,

culturally appropriate, and that fulfills government regulations for the provision of information to patients regardless of their linguistic needs.

This project can be considered a sort of "coming of age" for the field of health care translation in the United States, with important implications for the way in which translation in general is viewed in this country. At present, most decision-makers in health care organizations have very little understanding of what it takes to do a quality translation, thinking that the only requirement is to be bilingual and, in the best of cases, to have familiarity with health care terminology. As a result, far too many of these executives are willing to entrust the translation of documents to people who lack the linguistic expertise to carry out the task. In structuring its Coalition the way it has, Kaiser has acknowledged the importance of interaction and consultation among the major health care sectors while also recognizing that, as language professionals, it is linguists and translators who must be at the heart of such an enterprise.

The first convening of the Coalition took place in Oakland, California in October of 2004. Coalition members arrived from all parts of the United States, and those who could not attend in person participated by teleconference. The meeting began with a general overview describing this project within the framework of Kaiser's National Linguistic and Cultural Programs of National Diversity. The rest of the day was devoted to an intensive series of exercises in which the various issues important in health care translation were first identified and then examined from the different perspectives represented by the participants. Gradually, a consensus emerged on several key points.

First, the group decided to work incrementally and to narrow the scope of the glossary that will be created during the first phase of the project. It was agreed that the most pressing need is to work on health insurance terminology and those terms designating pro-

fessionals within the U.S. health care system for which no established and generally-accepted translations currently exist. Second, there will be close collaboration among the Coalition's translators, linguists, and lexicologists to ensure that the translated terms capture source-language meaning and context while avoiding false cognates and overly literal translations that violate target-language usage and grammatical/syntactical rules. In the third step, the resulting draft translations will be shared with the rest of the Coalition and other external stakeholders in order to obtain the broadest possible participation in the process. This will allow the

This project can be considered a sort of "coming of age" for the field of health care translation in the United States, with important implications for the way in which translation in general is viewed in this country.

Coalition to determine whether the proposed terms have practical application to a wide variety of health care settings in different parts of the country.

The final step will be consumer validation through focus-group testing. This will be the most important test of the Coalitions' work -- are the translations useful and easy to understand? Are they acceptable to a majority of LEP persons regardless of educational level or national origin? In order to aid comprehension, the translated terms will be presented within the context of standard paragraphs found in documents commonly given to patients in the health care system. The Coalition recognizes, however, that it may not always be possible to find one term that is at the same time simple, medically accurate, and recognizable to every speaker of Spanish. Therefore, it will also provide definitions and descriptions as necessary with a view toward patient education and building a general consensus for term meanings.

Once the consumer-testing phase is

over, the Coalition's findings (including the resulting glossary) will be shared with the entire health care industry. It is Kaiser's hope through this process to establish a system that can be refined and standardized, producing conclusions to inform industry policy and practice. The final goal is to generate cost-effective translations of consistently high quality that will benefit LEP patients in the United States.

Endnotes

¹ Dennis Andrus, et.al., What a difference an interpreter can make, The Access Project, Brandeis University (April 2002) www.accessproject.org/downloads/c_LEPEngembarg.pdf; I.S. Watt, et.al., The health care experience and health behavior of the Chinese: a survey based in Hull, J. of Public Health Medicine 15 (1993)129-136; Louis Hampers, et.al., Language barriers and resource utilization in a pediatric emergency department, Pediatrics 103:6 (June 1999)1253-1256; Aaron Manson, Language concordance as a determinant of patient compliance and emergency room use in patients with asthma, Medical Care 26:12 (Dec. 1988)1119-1128; Glenn Flores, et.al., Access barriers to health care for Latino children, Archives of Pediatric Adolescent Medicine, 152 (1998)1119-1125; Glenn Flores, et.al., The health of Latino children, Journal of the American Medical Association 288:1 (July 3, 2002)82-90; Jeannette Naish, et.al., Intercultural consultations: investigation of factors that deter non-English speaking women from attending their general practitioners for cervical screening, BMJ, 309 (29 October 1994)1126-1128.

² Office of Minority Health, U.S. Department of Health and Human Services, National Standards for Culturally and Linguistically Appropriate Services in Health Care (CLAS), (March 2001). www.omhrc.gov/omh/programs/2pgprograms/finalreport.pdf.

³ Ibid., p.77.

⁴ Ibid., p.80.

⁵ Ibid., p.80.

Geovariantes léxicas del español

Silvia Peña-Alfaro © 2004 Apuntes

El 15 de octubre de 2004 se presentó en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México el seminario "Geovariantes léxicas del español", a cargo del doctor Raúl Ávila, director de este proyecto y también profesor e investigador del Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios de El Colegio de México.

El objetivo del seminario fue dar a conocer un programa informático mediante el cual se ofrecerá un repertorio léxico que permitirá al usuario conocer no sólo el sentido de los vocablos a lo largo de la amplia geografía dialectal del español, sino también el peso demográfico de cada palabra según el número de hablantes. Esto hará posible identificar, entre varios sinónimos geográficos, el término idóneo, ya sea para un país en particular, o el que convenga para un público internacional. Así, por ejemplo, ante una palabra como "foco", el programa mostrará los países en donde se emplea y el término más usual para la mayoría de los hispanohablantes. Del mismo modo, se indicarán los casos en los que no haya una correspondencia semántica, como es el caso del término "zumo", que tiene un sentido diferente en México que en España. Asimismo, sabremos que mientras en La Habana sólo se emplea el término "medias", en México distinguimos entre "tobilleras", "calcetas", "medias", "tobi-medias", "pantimedias", etc.

Raúl Ávila comenzó su presentación aclarando que el programa estaba inscrito en un marco ideológico explícito. Para abordar este punto, expresó: "¿Por qué los diccionarios españoles proponen 'patata' como término más aceptable si 385 millones de hablantes decimos 'papa'? Si yo estuviera en una empresa de televisión internacional o en una empresa de internet, obviamente tendría que pensar en el gran público, y por lo tanto, elegiría 'papa' y no 'patata', diría 'encendedor' y no 'mechero', 'canotaje' y no 'piragüismo', 'friolento' y no 'friolero'".

El lingüista mexicano manifestó que todavía, en bibliografía muy reciente, por ejemplo, en el Diccionario Clave, se habla del "español meridional", y que en la última edición del Diccionario de la Real Academia, la edición de 2001, se marcan "americanismos": "¿Por qué no se señalan los 'españolismos'?", sentenció. A este respecto, argumentó que si se hablaba de "español meridional", entonces, del mismo modo, se podría hablar de "español septentrional". Añadió que mientras el español septentrional tiene más o menos quince millones de hablantes, el español meridional tiene trescientos ochenta y cinco millones.

Ávila propuso que para valorar la importancia de los distintos dialectos del español, se aplicaran los mismos criterios que se utilizan para definir las lenguas principales del mundo, y que se tomaran en cuenta aspectos demográficos, políticos, económicos y culturales, cuál es el producto interno bruto donde se habla la lengua, cuántos periódicos, revistas, libros, incluso programas de televisión y doblajes se hacen en esa lengua. "La propuesta más equitativa para el español internacional -declaró- es frecuencia y dispersión". Con ello, indicó que el programa de cómputo se basaría en este criterio, considerando como peso demográfico el número de hablantes, y como dispersión, el número de países. "Así, entre 'banqueta', 'vereda', 'andén' o 'acera', yo escogería ésta última como la forma de estandarizar, porque responde a la audiencia, es una propuesta participativa, por no decir democrática".

Entonces, "¿cómo hacer un diccionario internacional?", se preguntó el doctor Ávila, y continuó: "Aquí tienen dos ejemplos de diccionarios que se han llamado internacionales: el clásico de la Real Academia y el Diccionario Clave. En cuanto al primero, ya lo dije desde 1998 en la Real Academia, que el Corpus de referencia del español actual (CREA), está sesgado, puesto que el 50% de los textos son de

España y el otro 50% de América, y si se consideran 20 países hispanohablantes, entonces a España le correspondería sólo el 5%". A propósito del Diccionario Clave, aunque comentó que era bueno, lamentó que tuviera ese sesgo de mencionar lo relativo al español meridional "como si estuviera más a favor de la historia de la lengua que a favor de lo que está pasando ahora".

Con respecto a "Geovariantes léxicas", el doctor Ávila declaró: "Equivale a un diccionario diferencial internacional, no nacional. Es confiable porque ofrece referencias bibliográficas para las variantes. Es amigable porque cuando el texto está terminado y el procesador de textos revisa tu texto y ve que pusiste 'pollera' o 'saya', te va a proponer 'falda', porque tiene mayor peso en el número de usuarios. De este modo -añadió a la manera de un corrector ortográfico-, podrá ayudar a tomar decisiones en cuanto al empleo de las variantes léxicas. Así, en lugar de consultar sinónimos, vamos a consultar variantes léxicas del español".

Raúl Ávila también comentó que "Geovariantes" apoya la diversidad lingüística, y que sirve de base para que las empresas internacionales de cine, radio, televisión e internet puedan tomar decisiones sobre las variantes léxicas que deban emplear. Asimismo, expuso que se puede actualizar permanentemente. Además, lo calificó como "divertido", ya que permite aprender y tener una visión más internacional de la lengua.

El proyecto -según lo explicaron los colaboradores del doctor Ávila- se ha concebido en tres etapas:

La primera, terminada, es la creación de la base de datos e interfase de administración del sistema. La segunda, que comenzará en breve, es la de análisis de textos. La tercera etapa, que se encuentra pendiente, es la integración de la aplicación en un procesador de textos.

La alimentación de la base de datos del sistema se hizo mediante una base

de datos relacional o banco terminológico. ¿Qué información se encuentra almacenada en dicho banco terminológico? La información es el concepto, que es una palabra o una idea. Si se busca, por ejemplo, la palabra "pendientes", el programa muestra que está relacionada con el concepto aretes, y además indica todos aquellos países en donde se emplea esta palabra.

El concepto tiene relacionada una imagen y una lengua de control. En este caso, se ofrece la imagen del objeto y también la palabra "earrings", ya que la lengua de control en esta etapa es el inglés. Junto con el concepto se muestran todas las variantes o sinónimos geográficos: zarcillos, argollas, pendientes, etc. En cuanto al término "zarcillos", se dice que se emplea en Venezuela; en el caso de

"argollas", en Cuba y Ecuador.

La segunda etapa es el análisis de textos. Esto significa que el programa va a ser capaz de identificar todas aquellas palabras que tienen variantes asociadas, e indicará mediante un código de colores las palabras que tienen mayor índice de frecuencia, las de menor uso y también las que tienen en algún país una connotación grosera. Por ejemplo, si la palabra "vestón" aparece en color gris, eso indicará que tiene un bajo índice de uso entre la mayoría de los hispanohablantes. Con sólo un clic, el programa dará el término "saco", que es de uso generalizado. De este modo, el usuario podrá elegir la palabra indicada, conforme al país o según la mayor frecuencia de uso si su mensaje va a dirigirse a un público mayor.

La tercera etapa, que se realizará

próximamente, tiene el objetivo de vincular esta aplicación en un procesador de textos, que en un principio será el de "word" por ser el más popular.

Para concluir, el doctor Ávila recalca que, a diferencia de otros diccionarios, "Geovariantes léxicas del español" ofrecerá una representación equitativa. En este sentido, comentó: "El Instituto Cervantes enseña español en el extranjero y, claro, lo que enseña básicamente es la normatividad del español llamado septentrional, a pesar de todo lo que he dicho del peso demográfico de las otras variantes. Entonces, México es el único país que puede ofrecer un contrapeso a España y el único que ha hecho diccionarios nacionales y el que va a hacer este programa de variación léxica equilibrada".

Apuntes

Jornadas Jeronimianas en Xalapa

Silvia Peña-Alfaro © 2004 Apuntes

Del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2004 se llevó a cabo en la ciudad de Xalapa, México, la tercera edición de las "Jornadas Jeronimianas Internacionales en torno a la Traducción". Este evento, organizado por la Facultad de Idiomas de la Universidad Veracruzana, tuvo como propósito dar a conocer algunas propuestas teórico-prácticas sobre la traducción, además de informar sobre actividades diversas que se están llevando a cabo en este campo, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

El programa estuvo conformado por más de 25 presentaciones a cargo de especialistas procedentes de México y del extranjero. Se contó con dos conferencias magistrales: la primera, "Some Major Dates and Events in the History of Translation", estuvo a cargo de Alex Gross, traductor e investigador independiente. La segunda, "Toward a Translation History of the United States", fue impartida por Edwin

Gentzler, de la University of Massachusetts-Amherst.

Fue muy diversa la gama de temas abordados por los ponentes: herramientas de cómputo para el traductor, fuentes documentales y terminológicas, el porqué de un diccionario de colocaciones, y la búsqueda de equivalencias en una lengua transnacional, entre otras. También se desarrollaron aspectos ligados con la didáctica de la traducción: la variación regional del español en la enseñanza de la traducción, la forma de lograr un vínculo armonioso entre la teoría de la traducción y la enseñanza de la misma, e incluso cómo aplicar la interpretación en las clases de idioma. Asimismo, hubo espacio para la traducción literaria, en donde se plantearon cuestiones relativas a la domesticación de los textos, así como a las limitaciones y libertades del traductor.

Llamó la atención que hubiera varias ponencias sobre subtitulaje, con lo cual se puso de manifiesto el gran interés

que esta área de la traducción está despertando entre los profesionales. Se expusieron algunos problemas específicos del subtitulaje, además de presentar algunas normas empleadas en México.

Cabe destacar la presencia de la OMT (Organización Mexicana de Traductores), la cual brindó información sobre los servicios que ofrece a sus miembros. También fue de gran relevancia la presentación de El Centro de Estudios Lingüísticos y Literarios de El Colegio de México, por medio de la cual se anunció la apertura de una "Maestría en Traducción".

Los asistentes, en su mayoría, eran estudiantes de diversas universidades del país, que cursan licenciaturas en lenguas inglesas o francesas y que tienen interés en la traducción. Los organizadores expresaron que este evento pretende abrir puertas y ventanas a los estudiantes y a los traductores en México. Se trata no sólo de unir al gremio de traductores, sino también de

elevantar la calidad de su trabajo. Añadieron que es necesario que los profesionales adquieran mayor conciencia acerca del valor del trabajo del traductor y que los clientes reconozcan la importancia de emplear a alguien capacitado.

¿Y por qué en Xalapa? Los organizadores contestaron que aunque los recursos para estas jornadas son muy limitados, se hace el esfuerzo por dar esta oportunidad a quienes radican en la provincia, considerando que la traducción se encuentra muy centralizada

en la capital del país. Además, cerca de Xalapa, se encuentra Coatepec, población en donde se venera a San Jerónimo, quien precisamente es el santo patrono de los traductores.

Apuntes

Jeromian Conference 3 at Xalapa

Reported by Alex Gross © 2004 Apuntes

It was both a privilege and an honor to take part in the recent International Jeromian Translation Conference 3 at the University of Veracruz, where I was invited to deliver the conferencia magistral inaugural. It was here, in the city of Xalapa, nestled in a range of volcanoes around towering Citlaltépetl and ranking as one of the ancient centers of Olmec culture, that scholars from Mexico, Canada, South America, and the United States joined forces to provide informative and dramatic insights into many branches of translation and interpreting.

I was not able to attend all the sessions, but one of those I found most closely related to my own interests dealt with the history of translation in the US. Presented by Edwin Gentzler, professor of translation studies at the University of Massachusetts, his talk provided a rich mosaic reevoking the many adventures our nation has enjoyed and/or endured with foreign languages almost from its earliest days. Contrary to the prevailing myth that the US has always been an English-Only society (or at least up until the late nineteenth century), Prof. Gentzler presented a wealth of information and anecdotes proving that bi-, tri-, and multilingualism have always lurked just below the radar in American culture. And of course an even greater wealth of data supporting our more expanded multilingualism since 1890, so that all manner of translation and interpreting tasks became an ineluctable reality in many different sections of the country. Since I am aware even in my own family of a German-speaking grandfather hailing

from the shores of the Mississippi around 1870, it seems to me quite likely that Prof. Gentzler is correct in his thesis.

One paper likely to be of particular interest to Apuntes readers was *En defensa del español: no apta para puristas*, presented by Silvia Peña-Alfaro, the director of an institute specializing in helping translators, interpreters, and editors to use Spanish more effectively. The speakers of a number of languages around the world today profess to be under attack by the onslaught of English not only within their culture but especially in more technical areas. But as I recently pointed out elsewhere*, the entire history of civilization can be characterized as a series of attacks on less specialized vocabularies by seemingly more advanced or fashionable ones. In her paper Ms. Peña-Alfaro skillfully and patiently demonstrated that Spanish still remains an extremely powerful world language that is under no real threat of subjugation or decline at the hands of other idioms. As all trained writers have learned, it is almost always possible to rephrase any sentence in any language so that it becomes more responsive to the cultural or technical demands it needs to express.

One of the more entertaining papers, complete with film excerpts, was *Frenching Feature Films*. Twice, presented by Luise von Flotow, a professor of translation studies at the University of Ottawa. She dealt with the many problems and pitfalls of dubbing, including the possibility of completely rewriting film sequences or even entire films to satisfy cultural or

political preconceptions. One example she provided was the German version of *Casablanca*, which never once mentioned the word "nazi" and converted the entire plot into a drug-smuggling potboiler. She also presented two separate film versions of an excerpt from the musical *Chicago*, which clearly demonstrated that audiences in Montreal prefer their sexual allusions less spicy than those in Paris.

Film subtitling was the theme of three separate papers by Miguel Vallejo, Fátima Canché, and Irina Marquina, though I was only able to attend the last of these. Three other lively presentations were *Don't Waste Your Time or Mine! Showing Students the Disadvantages of Online Translation* by Marjory Hord, *An Editor...A Jack of All Trades* by Maribel Sanchez, and *Cómo domesticar un texto: unos experimentos en la traducción literaria* by Scott Ritter Hadley Williams. A unique multimedia extension of the conference was provided by a series of sculptures dedicated to its patron saint: *Presentación del proyecto escultórico "San Jerónimo"* del escultor Joel López Navarrete.

I would like to thank conference director Miguel Vallejo of the Universidad Veracruzana for inviting me and Gabriela Romano at the Universidad Iberoamericana in MC for suggesting me as a participant.

*New Terminologies: Peaceful Immigrants or Invading Hordes?, available online at:

<http://www.accurapid.com/journal/30review2.htm>

Las comas que olvidamos

Andrés Palomino © 2004 Apuntes

Hay ciertas construcciones sintácticas que producen vacilaciones a la hora de emplear o no la coma, y esas vacilaciones se reflejan en que, a veces, en las mismas construcciones se utilice o se ignore la puntuación. Nos ocuparemos en este artículo de los casos más conflictivos. Veamos el siguiente ejemplo:

Llegó tarde, y, claro, eso no está bien.
 Veán que hay tres comas. ¿Son demasiadas? ¿Sobra la que está delante de la conjunción y? ¿Sobra la que está detrás? ¿Sobran las dos? Si desmenuzamos la frase, veremos que se compone de cuatro partes:

llegó tarde
eso no está bien
claro

y

Las dos primeras son oraciones que tienen distinto contenido. La tercera es un elemento complementario que llamamos inciso. La cuarta es una conjunción copulativa.

a) Las oraciones de contenido distinto

Existe la tendencia, muy generalizada, de limitar el uso de la coma delante de la conjunción y, e incluso de evitarla siempre. Y eso se hace porque se considera que la conjunción sólo sirve para anunciar la última parte de una enumeración.

Es cierto que en las enumeraciones se separan con comas las diversas partes, a excepción de la que vaya precedida por las conjunciones y, e, o, u, ni. Las enumeraciones pueden ser muy diversas: de sujetos, de verbos, de complementos o de oraciones simples. Ejemplos:

Juana, la niña, el primo y yo saltaremos.

La atleta corre, salta o baila en cada prueba.

No es listo, atento ni educado.

Yo llegué, tú viste y el venció.

Pero es un error pensar que todas las palabras precedidas de conjunciones pertenezcan a enumeraciones. Así, en la frase "Vicente es portero, o guarda-

meta", lo que estamos haciendo es dar otra variante de la palabra portero. Por esa razón, no podríamos haber dicho que "Vicente es portero y guardameta", porque Vicente no es las dos cosas, sino sólo una.

Y en la frase "Sara es doctora, y ayer cené con ella", tampoco estamos ante una enumeración. En este caso, estamos hablando de dos cosas completamente distintas. Por tanto, la unión de las dos oraciones originales quedaría así:

Llegó tarde, y eso no está bien.

b) Los incisos

Los incisos son explicaciones o información adicional, y por eso se escriben entre comas, entre rayas o entre paréntesis:

Llegó tarde, y (claro) eso no está bien.

Llegó tarde, y -claro- eso no está bien.

Llegó tarde, y, claro, eso no está bien.

Sin dicha puntuación no entenderíamos bien el carácter explicativo. En la frase:

Llegó tarde y claro eso no está bien.

no sabemos si el inciso es "y claro", "claro", "claro eso" o cualquier otro.

Conviene saber que, como vimos arriba, las frases siguen teniendo sentido aunque eliminemos los incisos:

Llegó tarde, y eso no está bien.

Los incisos pueden darse en diversos lugares de la oración, ya sea al principio, al final o entre medias:

Llegó tarde, y, claro, eso no está bien.

Llegó tarde, y eso no está bien, claro.

Llegó tarde, y eso, claro, no está bien.

Los incisos más reconocibles son los *vocativos*. Prácticamente, todo el mundo los escribe entre sus respectivas comas:

Perdona, Ana, por lo que te dije ayer.

Sí, señor, mi padre es peluquero.

También están los *comentarios explicativos*, que se suelen escribir correctamente. Ejemplos:

Sospechan, me imagino, que mentiste.

He visto a Luis, tu hermano.

Pero los incisos más escurridizos son los conectores, o enlaces, que son palabras (normalmente adverbios o

locuciones) que inciden en toda la oración, y no sólo en el núcleo de la misma (el verbo). Reciben, por tanto, el nombre de *adyacentes oracionales*.

Veamos estas frases:

Naturalmente yo hablé.

Naturalmente, yo hablé.

En la primera, el adverbio "naturalmente" modifica al verbo hablar (hablar con naturalidad). Ese adverbio hace aquí de adyacente circunstancial. Si hubiéramos traspuesto los elementos, obtendríamos el mismo resultado: "Yo hablé naturalmente".

En la segunda, "naturalmente" funciona como conector; es un adyacente oracional, porque incide en toda la oración. Es como si hubiéramos dicho: "Por supuesto que yo hablé". Al voltear la frase, tendremos: "Yo hablé, naturalmente".

Así que una buena forma de comprobar si lo que estamos escribiendo es correcto, consiste en darle la vuelta para ver si tiene el mismo sentido.

Para que sirva de ejercicio práctico, vayan aquí otros ejemplos (buenos y malos) de oraciones donde no se han tenido en cuenta dichos conectores:

En cambio en Colombia se dice igual.

Al voltear la oración ("En Colombia se dice igual en cambio") veremos que no tiene sentido. Por tanto, lo correcto sería: "En cambio, en Colombia se dice igual".

Por ello el café conserva el sabor.

No podríamos decir "El café conserva el sabor por ello", así que la coma es necesaria: "Por ello, el café conserva el sabor".

Generalmente hacemos tortas de maíz.

Generalmente, hacemos tortas de maíz.

Se podrá dedicar un capítulo entero a discutir el tema de los adverbios que funcionan como adyacentes circunstanciales y como adyacentes oracionales. Dejamos el tema aquí y que el lector discurra sobre el asunto.

"Beginning Translator's Survival Kit"

Reviewed by Frank Gómez © 2004 Apuntes

Beginning Translator's Survival Kit
By Susana Greiss and George Fletcher
Globe Language Services © 2004
ISBN: 0-9631999-3-5

Books about translation, fortunately, are increasingly easy to find. But asked to name a book about how to become a professional translator and even the best informed among us would be stumped.

Translators and interpreters constantly find themselves answering questions from persons with language competence and translation skills who want to become freelance translators.

Finally, at long last, a highly practical guide for the aspiring translator as well as the veteran professional has appeared that answers virtually every imaginable question about the business of translation. The authors dissect the subject in a blunt, well-organized and easily digested fashion, providing insights on seemingly every aspect of translation for hire. And they do it from two perspectives: first, from that of the independent freelancer, and second, from that of the co-founder of a successful translation agency.

Russia-born Susanna Greiss' unique life experiences in a succession of countries gave her skills that qualify her for translation in five language pairs. She has translated for the UN, government agencies, private compa-

nies and many other clients. George Fletcher, who earned a Ph.D. in education but had a passion for translation, became a partner to create Globe Language Services, Inc. in 1986, and has been an adjunct professor of translation at NYU for many years. Their insights and real world experience make this book a welcome "must read" for anyone wishing get started in the translation business.

The "Survival Kit" might just as well have been entitled "Everything You Always Wanted to Know About Surviving in Translation." For it explores literally everything, including (and the bullets abet brevity to allow more information):

- * creating an office at home
- * steps to take regarding your tax deductible expenses
- * start up hardware and software needs
- * help from the American Translators Association and others
- * networking and building a client base
- * how to get started with those first few projects
- * invoicing and getting paid
- * establishing a range of value for one's fees
- * some basic information about what translation is and is not
- * legal implications for certified trans-

lations

- * editing, proofreading and assuring quality work
- * keeping clients

Fletcher also includes an extremely practical section about translating certificates and documents, particularly from educational institutions. His agency does much work in this field, and he is one of the true experts about the dangers and pitfalls. His insights are valuable for novices as well as experienced translators.

One could go on. The point is that this small tome (106 pages) is a goldmine of information that will pay for itself many times over. And there's a bonus. Proceeds from the sale go to the non-profit New York Circle of Translators, an organization in which both authors have been very involved.

This is a review and it should be balanced. So to conclude, I appeal to readers to overlook the minor editing oversights (non-sequiturs, syntax issues, typos, spacing, and even the misspelling of Gabriel García Márquez). Distracting? Maybe. But there is so much of value here that they do not detract from the otherwise high quality, timeliness and usefulness of a book we have been awaiting for a long time. Thanks, Susanna, and thanks, George.

The book can be purchased through
<http://www.globelanguage.com/cgi/index1.php>

Apuntes

Jornadas Jeronimianas Internacionales: Las variedades lingüísticas del español en la enseñanza de la traducción

Silvia Peña-Alfaro © 2004 Apuntes

Hemos ofrecido en otra nota de esta misma publicación la reseña de las "Jornadas Jeronimianas Internacionales en torno a la Traducción", realizadas en la ciudad de Xalapa, México, del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2004. Ahora nos ocuparemos de una ponencia titulada "Aproximación a la varia-

ción regional del español en la enseñanza de la traducción", la cual fue presentada por Hope Doyle D'Ambrosio, del Department of Language and Foreign Studies de la American University, ubicada en Washington, DC.

El tema, enfocado desde la perspectiva de la traducción del español en

Estados Unidos, puso de relieve un aspecto medular: el español de Estados Unidos no es uno, sino muchos. Las variedades lingüísticas del español en dicha nación representan las de casi todos los países del mundo hispanohablante. A este respecto, Doyle D'Ambrosio comentó que, según los datos del censo del

2001 (US Bureau of the Census), la población latina asciende a 35 millones y está conformada por hablantes diversos: la población mexicana es la más numerosa, con 20,6 millones. El segundo grupo latino está constituido por 3 millones de puertorriqueños. Hay 1,7 millones de centroamericanos y 1,4 millones de sudamericanos. La población cubana representa 1,2 millones y hay también 765,000 inmigrantes de la República Dominicana, 53% de los cuales viven en la ciudad de Nueva York.

Ante esta diversidad -destacó la ponente- el concepto de "hablante nativo del español" pierde sentido, ya que más que ser hablante nativo del español se es "hablante de un lugar en particular". "Incluso, -aclaró- si bien podríamos decir que por el simple número de hablantes predomina la modalidad lingüística mexicana, es necesario aceptar que ni siquiera en este caso podríamos referirnos a una sola variante del español".

Por lo que respecta al significado de las palabras, Doyle D'Ambrosio subrayó "la importancia de identificar al público receptor del texto traducido al español, y el origen o paternidad literaria del texto traducido al inglés. De esta suerte -continuó- el significado de la palabra dependerá del sentido que le otorga la comunidad que le da su paternidad".

En relación con las empresas publicitarias, la ponente expresó que están a la vanguardia en reconocer y emplear las variedades propias del español estadounidense: "Se han dado cuenta de que la población no es homogénea y que al hacer sus anuncios en español, rinde mayor fruto dirigirse a mercados particulares de latinos". Entre los premios otorgados por Hispanic Creative Advertising, mencionó la campaña publicitaria de radio para la cerveza de marca Heineken. En cada anuncio se escucha a un hombre empleando el vocabulario, pronunciación y espíritu de su dialecto nacional. De esta suerte, hubo anuncios argentinos, mexicanos, dominicanos y puertorriqueños. "La gracia de los anuncios -añadió- se hace mayor empleando otra

voz monótona que traduce la historia contada en un español neutro y por tanto soso, con lo que se le priva de lo pintoresco y lo coloquial, con lo que se le arrebató su historia".

También, la ponente puso de manifiesto errores en las campañas publicitarias. Comentó que en un artículo del American Marketing Association Marketing News (2003) se mencionó un anuncio de una compañía de líneas aéreas estadounidense. El mensaje en inglés decía: "Now all seats have been upgraded, so you will be flying in all leather seats." La frase "fly in leather seats" se tradujo al español como "vuele en cuero", lo que para muchos hispanohablantes parecía indicar "vuele desnudo". La campaña en español fue un fracaso, ya que el público receptor no entendió que podía volar "en asientos forrados de piel". El autor del artículo alerta a las casas publicitarias acerca del error común de pedirle a cualquiera que haga la traducción, y de no valerse de traductores profesionales. "Resulta prometedor -subrayó la ponente- que la American Marketing Association haya hecho hincapié en esto".

En cuanto a los medios de comunicación, Doyle D'Ambrosio mencionó el caso de la inauguración de un canal de noticias de Nueva York llamado "NY1 Noticias". El asunto del dialecto del español que debía emplearse, surgió como tema de debate, un tema lingüístico que al idearse el programa ni siquiera se había tenido en cuenta. Finalmente, no pudieron determinar un dialecto al agrado de todos, porque "la misma ciudad era como un microcosmos, que evidenciaba la variación hispana presente en el resto del país".

En el ámbito del derecho internacional, la ponente indicó que aunque se ha llegado en Estados Unidos a un cierto consenso en el lenguaje -la neutralidad es un rasgo positivo en este sentido-, no dejan de observarse dificultades en cuanto al manejo de los diferentes dialectos del español. Como ejemplo, expuso un caso reportado en The Washington Post el 2 de junio de 2004. Se trataba de un conflicto en el

que el abogado de la defensa, que representaba a dos hispanohablantes en un triple homicidio, alegaba una mala traducción de la declaración de uno de ellos. El abogado sostenía que el problema había sido por "cuestión de dialectos." "Esto -señaló Doyle D'Ambrosio- demuestra el peso que puede tener la cuestión del dialecto aunque el texto haya sido traducido por un hablante nativo".

La ponente también mencionó casos de variaciones del español en el derecho civil. Como ejemplo, habló de una instrucción para el registro de votantes de lengua española en la Comisión de Elecciones Federales (FEC). Se trataba de un formulario mediante el cual el ciudadano podía registrarse por correo desde cualquier parte de los Estados Unidos. Pensaban poner la traducción en el sitio de la FEC. No obstante, la Comisión se encontró con varias trabas, ya que era difícil producir una traducción al agrado de todas las comunidades hispanohablantes del país. Tal vez -subrayó la ponente-, éste es el ejemplo más claro de que la supuesta comunidad hispanohablante no es sólo una.

Comentó que el registro de votantes hispanohablantes a escala nacional no es el único problema. Los estados también tienen dificultades en este sentido. En Connecticut, por ejemplo, el estado ha tenido que enfrentar una queja formal por parte de la Comisión para Asuntos Puertorriqueños y Latinos a causa de los materiales que se han enviado a los votantes de lengua española. Entre la población de peruanos, puertorriqueños y centroamericanos, las divergencias dialectales se perciben como errores, o de plano dificultan la comprensión de los mensajes. La obligación de los estados -según datos del sitio de la FEC- es asegurarse de que el dialecto empleado sea el adecuado para cada público en particular.

D'Ambrosio manifestó que en las últimas campañas para elegir al Presidente de los Estados Unidos se puso mayor atención en la identidad de los hispanohablantes: "Parece mentira que en años anteriores se haya ignora-

do por completo a quién se dirigían las comunicaciones en español. Ahora se va entendiendo -añadió- que para traducir los materiales hace falta contratar a personas que correspondan al sector receptor de los comunicados. Este año, la Nueva Red Democrática (New Democratic Network) ha empleado individuos pertenecientes a las comunidades en cuestión para crear los anuncios de las campañas de radio y televisión en Florida, Nevada, Nuevo México y Arizona".

En cuanto a la enseñanza de la traducción, la ponente destacó que la variación regional, así como la variación social del español, siempre ha

presentado retos en la traducción. Por ello, de igual forma que en el aula suele analizarse la lengua desde múltiples ámbitos: legal, médico, académico, diplomático, etc., es urgente que se aborde el tema de la variedad dialectal: "No sirve de nada presentar sólo textos peninsulares a los alumnos estadounidenses. El curso debe ofrecer un surtido de variaciones. Ocurre a veces que el profesor identifica como errores determinados rasgos morfológicos o fonéticos propios de otro dialecto ajeno al suyo, demostrando con esto falta de conocimiento o intolerancia hacia otras variedades del español".

Por último, la ponente destacó algunos puntos imprescindibles en la clase de traducción:

1. Contemplar que los materiales didácticos ofrezcan muestras de distintos dialectos del español.
2. Valerse de diccionarios diversos o emplear la última tecnología, principalmente internet, a fin de identificar el vocabulario empleado en los distintos países de habla española.
3. Realizar ejercicios que contengan mensajes dirigidos a un público hispanohablante específico.

Apuntes

Cartas de los lectores

Estimada Leticia:

Los felicito por insistir en que los medios deben usar correctamente el idioma y prestar atención a las traducciones. De antemano le agradezco que me envíe material que yo pueda utilizar en nuestro periódico para alcanzar esos objetivos.

Estamos trabajando ahora mismo en el Manual de Estilo. Con mucho gusto le enviaré una copia cuando hayamos terminado de recopilar el material.

Una traducción bien hecha puede ser, por sí misma, una obra de arte. En los medios, lamentablemente, a veces no hay tiempo suficiente para trabajar en los textos. Los primeros en lamentar esto somos los mismos periodistas. Las iniciativas de su organización ciertamente nos ayudan en la tarea de ser mejores escritores y traductores.

Muy cordialmente,

Ruth Merino

El Nuevo Día

San Juan, Puerto Rico

Apuntes

Apuntes (Vol. 12, No. 3): Glosario para leer los periódicos argentinos. Ñoqui

Con respecto a la interpretación de la expresión "ñoqui" querría agregar, a lo

ya indicado por Bogumila Michalewicz, que el origen del término debemos buscarlo en "los ñoquis del 29". Esta es una de las tantas costumbres que se adoptaron en la Argentina para atraer la buena suerte.

Todos los 29 del mes, en una gran mayoría de hogares se preparan y comen ñoquis (pluralizado al castellano) para atraer la buena suerte y la abundancia.

¿Qué fue lo que originó esta gustosa idea y costumbre? No lo sé.

Pero, volviendo a aquellos malos empleados, que han estafado al gobierno y al pueblo, la conexión es clara. Se presentaban a sus respectivos "trabajos", únicamente los 29 de cada mes, para firmar sus planillas como presentes y poder cobrar sus sueldos al día siguiente. Es así como la mordiente ironía de un pueblo sufrido, les adjudicó un nombre perfecto a estos estafadores.

Pasando a otro punto: **Corralito**. La nota dice a partir de la quinta línea:

"...Cavallo creó esa protección bancaria para evitar que los dueños de cuentas puedan retirar su dinero de la manera que lo consideren necesario al cumplir..."

No entraré a discutir la explicación sino la forma gramatical. Estamos en

presencia de una frase subjuntiva que se refiere a un tiempo pasado.

"Cavallo creó..." como tal es necesario que en la cláusula subjuntiva utilizemos el imperfecto subjuntivo, pudieran o pudiesen en lugar de puedan y consideraran o considerasen en lugar de consideren.

EL ex presidente de Argentina el Sr. Menem incurría en este error, en forma constante. He observado que en forma creciente en la televisión argentina (p.ej. Telemundo) se usa el presente del subjuntivo cuando el imperfecto del subjuntivo sería lo correcto.

Mi pregunta es: ¿Ha cambiado algo, en este punto, en la gramática castellana y yo no me he enterado?

Si así fuera agradecería una aclaración detallada al respecto.

Con la mayor estima,

Jorgelina A. Serra-Solari

Estimada Jorgelina:

Muchas gracias por hacernos notar esta aparente incongruencia gramatical. Por obvias razones de espacio, publicaremos una respuesta detallada en el próximo número.

La saluda cordialmente,
Leticia Molinero

Novedades de Intradés - *Apuntes*

VI JORNADA DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN DE INTRADES-APUNTES CON EL INSTITUTO CERVANTES

InTradES-Apuntes y el Instituto Cervantes de Nueva York presentarán, este invierno de 2005, su VI Jornada Anual de Traducción e Interpretación, en el auditorio de la sede neoyorquina del Instituto.

Este año, debido a consideraciones de programación del Instituto Cervantes, la Jornada se celebrará el lunes 28 de febrero y terminará a las 16 horas.

Al igual que en años anteriores, entregaremos certificados de asistencia y certificados de educación profesional para satisfacer los requisitos del certificado que otorga la ATA.

El formulario de inscripción se enviará a todos los socios de InTradES-Apuntes y se publicará en nuestro cbersitio (www.intrades.org).

Temas principales del programa

Formación de traductores e intérpretes para trabajar en los medios (minitaller)

Chris Crommett, Senior VP & General Manager, *CNN en Español*

Educational Fields and Field Selection for Interpreters

Evaluation of talents and capabilities for selecting a field of specialization: A reality check (all languages). Bogumila Michalewicz, Ph.D., UN and Federal Court Certified Interpreter

Presentación de la guía de estilo del diario *Hoy* (Nueva York, Chicago, Los Angeles), con participación de profesores del Instituto Cervantes

¿Para quién traducimos al español?

Consideración del requisito de nivel de lectura de sexto grado y su equivalencia en el español de la población estadounidense. Participarán representantes de los medios de difusión y de la Alcaldía de Nueva York, traductores y el lingüista Ricardo Otheguy (CUNY).

debido al inminente nacimiento de su primogénita.

Andrés Palomino asume ahora las funciones de director de gestión de socios y secretario societario.

INTRADES-APUNTES, INC. SPONSORS AND DONORS

HOST SPONSOR

Metropolitan Interpreters and Translators, Inc.

Metropolitan provides a conference room and state-of-the-art equipment for InTradES's Board of Directors' meetings

WEB-LINK SPONSOR:

Eriksen Translations

OTHER SPONSORS AND DONORS

Margarita Abril

Henriette Goldstein

Sergio Graciano

Bertha Graham

Rudy Heller

Cristina Márquez Arroyo

Fernando Marroquín, *The University of Alabama*

New Horizons (*Mr. B. Ech*)

Carlos Pava

Borney Restrepo

Pilar Saslow

Apuntes

Cambios internos

Carmen Medina, nuestra incansable directora de gestión de socios, termina sus funciones

To initiate or renew your InTradES Membership/Subscription to Apuntes, kindly make your check payable to INTRADES-APUNTES, INC. Write Membership Annual Fee in the MEMO section of your check and mail the check, together with this form, to: InTradES-Apuntes Inc., Treasurer, F.D.R. Station, P.O. Box 7782, New York, NY 10150. To pay with credit card, please go to Membership at www.intrades.org.

ANNUAL MEMBERSHIP FEE - (Includes subscription to Apuntes):

Full \$40

Student \$20*

Sponsor \$100

Web-Link Sponsor \$300

Please add \$10 if you wish to receive a printed copy of Apuntes.

Name: _____

Street: _____ Apt. # _____

City: _____ State: _____

ZIP code: _____ Country: _____

Telephone: _____ Fax: _____ E-Mail: _____

*Please submit proof of student status both for new subscription or renewal.

Y en todos los foros importantes del último trimestre del 2004, la mirada de escritores, periodistas, profesores, investigadores y traductores se ha dirigido al fenómeno único que es el español de los Estados Unidos y su expresión en los medios de comunicación.

Página 2

La función del periodista no es meramente informar, sino también educar. Obviamente, hay que combatir cosas como "te llamo para atrás".

Página 4

"...el español ofrece al mundo globalizado un espejo de hospitalidades lingüísticas creativas, jamás excluyentes, ya que la lengua española es hospitalaria"
Carlos Fuentes

Página 7

This system is also unique in that it is the first large-scale program for the translation of documents in the health care industry that puts linguists and translators at the center of the process.

Página 14

Apuntes...

Una publicación de IntradEs-Apuntes Inc. organización sin fines de lucro al servicio de la profesión.

Renovaciones:

Rogamos a los lectores que verifiquen la fecha de vencimiento de la suscripción en la etiqueta y envíen su cheque a nombre de **InTradES-Apuntes**. El sobre debe dirigirse a:

InTradEs-Apuntes, Inc. -Treasurer -F.D.R. Station, P.O. Box 7782 -New York, NY 10150 (USA).

E-mail: treasurer@intrad.es.org

Cambios de dirección:

Los cambios de dirección deben notificarse a:
InTradES-Apuntes, Inc., Membership,
F.D.R. Station, P.O. Box 7782
New York, NY 10150.

E-mail: membership@intrad.es.org

Apuntes...

InTradES/Membership
F.D.R. Station, P.O. Box 7782
New York, NY 10150
USA

FIRST CLASS MAIL