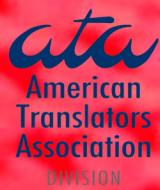




# INTERCAMBIOS

Newsletter of the Spanish Language Division  
of the American Translators Association



Volume 24 / Issue 3

ISSN:1550-2945

October 2020

*Intercambios* is a publication of the Spanish Language Division (SPD) of the American Translators Association (ATA), a non-profit organization dedicated to promoting the professions of translation and interpreting.

#### **Editor**

Gloria Cabrejos

[ataspd.intercambioseditor@gmail.com](mailto:ataspd.intercambioseditor@gmail.com)

#### **Proofreaders of Articles**

Danielle Maxson, Olga Lucía Mutis,  
Paula Irisity, Prado Antolino,  
Rosario 'Charo' Welle, Sue Horn,  
Virginia Pérez-Santalla.

#### **Contributors to This Issue**

Daniel Soria, Emilio Bernal Labrada,  
Fernando A. Navarro, Gabriela Escarrá,  
Marina Ilari, Paula Arturo,  
Ricardo Silva-Santisteban.

#### **Layout**

Mónica E. de León

#### **Master Designer**

Jaime Garza

#### **Submissions**

Reader's submissions are encouraged.  
Suggested maximum lengths:  
Articles: 800 words  
Reviews: 600 words  
Letters: 300 words

Submissions become the property of *Intercambios* and are subject to editing. Opinions expressed in this publication are solely those of the authors.

Please send all comments, questions, and submissions to:

[ataspd.intercambioseditor@gmail.com](mailto:ataspd.intercambioseditor@gmail.com)

#### **Distribution**

*Intercambios* is published on the SPD web page.

<http://ataspd.org>

When new issues are released, SPD members are notified via email by ATA Headquarters. If your email address has changed, contact: 225 Reinekers Lane, Suite 590, Alexandria, VA 22314. Phone: +1.703.683.6100.

[ata@atanet.org](mailto:ata@atanet.org)

# **In This Issue**

## **From my Desk**

**By Rosario 'Charo' Welle 2**

## **Editorial**

**By Gloria Cabrejos 5**

## **Técnicas de traducción para textos de marketing**

**By Gabriela Escarrá 7**

## **Intention and Categories of Language in Contract Translation**

**By Paula Arturo 9**

## **Garcilaso de la Vega, el inca traductor**

## **Tercer tiempo**

**By Ricardo Silva-Santisteban 11**

## **Asunto mayúsculo**

**By Daniel Soria 15**

## **Consideraciones para desbloquear tu personaje de localizador de videojuegos**

**By Marina Ilari 17**

## **Hablemos de medicina**

**By Fernando A. Navarro 19**

## **Manía de miembros**

**By Emilio Bernal Labrada 21**

*Intercambios* is a publication for educational and research purposes.

The images contained in this newsletter are used only  
with illustrative purposes.



DIVISION

<http://ataspd.org>**Leadership Council****Administrator**

Rosario 'Charo' Welle  
[divisionSPD@atanet.org](mailto:divisionSPD@atanet.org)

**Assistant Administrator**

Marco Díaz  
[divisionSPD@atanet.org](mailto:divisionSPD@atanet.org)

**Webmaster/Website Committee**

Marco Díaz  
[webmaster.spd@gmail.com](mailto:webmaster.spd@gmail.com)

**Editorial Committee**

Olga Lucía Mutis  
Sue Horn  
Paul Merriam  
Virginia Pérez-Santalla  
[ataspd.intercambioseditor@gmail.com](mailto:ataspd.intercambioseditor@gmail.com)

**Digital & Social Media Committee**

Edna Santizo & Victoria Méndez  
[ataspd.DSMC@gmail.com](mailto:ataspd.DSMC@gmail.com)

**Hospitality & Public Relations Committee**

Mercedes de la Rosa Sherman  
[ataspd.hospitality@gmail.com](mailto:ataspd.hospitality@gmail.com)

**Podcast Committee**

Andy Benzo & Rosario 'Charo' Welle  
[ataspd.podcast@gmail.com](mailto:ataspd.podcast@gmail.com)

**Professional Development Committee**

Gabriela Escarrá & Rosario 'Charo' Welle  
[ataspd.PDC@gmail.com](mailto:ataspd.PDC@gmail.com)

**Student Involvement Committee**

Ártemis López  
[ataspd.StudentCommittee@gmail.com](mailto:ataspd.StudentCommittee@gmail.com)

**Espalista**

Open to all Division members  
[ATA-Spanish-Language-Division+owner@groups.io](mailto:ATA-Spanish-Language-Division+owner@groups.io)

**Moderators**

Milly Suazo & Paul Merriam  
[ATA-Spanish-Language-Division+owner@groups.io](mailto:ATA-Spanish-Language-Division+owner@groups.io)

# From my Desk

**Charo Welle****It has been a good race**

One of my favorite literary genres is inspirational true stories. *Unbroken*, Laura Hillenbrand's incredible story of Olympic distance runner and POW Louis Zamperini, is one that impacted me deeply. Louis' life tells a story of resilience, perseverance, transformation, and found purpose after enduring and overcoming the impossible, including wrestling with ferocious sharks in the middle of the Pacific Ocean. Stories like this motivated me to remain consistent and steady during the last four years until the race was completed.

I remember the wise advice of a colleague I admire and have looked up to, a former division administrator, when my election was officially announced: "Always remember to leave your ego hanging at the door before you go out—regardless of the situation." This was and is one of the most significant pieces of advice I received. It is a constant reminder to manage and serve while putting aside personal ambitions. Whether they are new ATA members and newcomers to the profession, longtime ATA members or professional veterans, each person plays a vital role in providing the division's core services and serving the membership. Ultimately, we share common goals and reasons to commit long volunteer hours to serve the ATA, including the advancement, recognition, and creation of healthy, well-compensated, and safe work environments and networks within our professions.

Another powerful motivator was to ensure every division service, project, and activity considered the needs and preferences of the majority of division members, if not of all—in adherence with [ATA's Division Handbook](#) and [ATA's Governing Policy for Division](#). So, after four years, I can cheerfully announce that I have completed the endurance race of two consecutive terms as administrator of the Spanish Language Division (SPD). With the support and encouragement of current and past SPD leaders and volunteers, I fulfilled my 2016 and 2018 pledges as division administrator:



1. Facilitated open and timely communication with the SPD membership
2. Shared timely and relevant information and publications through the downloadable and online versions of *Intercambios*, the Espalista listserv, and the blog-style website
3. Led and contributed to the success of quality training and professional development events and annual conference educational sessions
4. Helped maintain an active and growing SPD digital presence in the most popular social media channels
5. Guided, mentored, and helped SPD Leadership Council members and committees to carry out their roles and activities
6. Integrated newcomer and veteran SPD members into ATA and division activities and the SPD Leadership Council

The synergy of this admirable teamwork birthed new ideas and projects, even in the midst of the COVID-19 pandemic and despite its devastating effects on humanity, including:

- Launch of the [SPD Podcast](#)
- Complete redesign and fresh content for [Intercambios in PDF](#) format
- Inclusion of *Intercambios* in the online libraries of two professional organizations
- Proposal to ATA (and subsequent approval) of two [language-specific webinars in Spanish](#)
- Revamp of the [division website](#)
- Publication of 26 [Intercambios Online](#) articles
- First [Donation of books in Spanish](#) altruistic initiative
- First [Student Breakfast Meet-Up](#) networking event
- Successful [2020 PDC Professional Development Survey](#)

### **The reward of sharing knowledge**

Yet my greatest reward is seeing several division members who began volunteering in the SPD only a few years ago—some even newer to the profession—transition and develop from timid ATA newcomers into confident leaders serving in more prominent division roles. Most importantly, being accountable to all division members moved me to work alongside the SPD leadership and volunteers, using my energy and enthusiasm to represent you with transparency and fairness. Accordingly, during the last four years, I made certain that division leaders and volunteers shared the spotlight of this endurance race equally. Together, we are crossing the finish line.

As the outgoing administrator, I can say with the utmost satisfaction and fulfillment that, to the best of my capabilities, following ATA's Governance Policy for Divisions and the *Divisions Handbook*, I strove to carry out my managerial duties and serve each of you in an ethical, professional, accessible, congenial, empathetic, and open manner. I was responsive to those who approached me, gave me feedback, offered to help, expressed concerns, or shared ideas. I will remain deeply grateful for the privilege of your vote of confidence during these four years.

### **Acknowledgement**

I will not attempt to thank every single person who since 2001 welcomed me to the ATA and the SPD, lest I unintentionally forget someone. These exemplary colleagues gave me the opportunity to volunteer, and some became mentors and inspired me to become a better leader and professional. Several of them have remained close through the years, others are no longer with us, or my connection with some has waned due to life and distance. I want to especially acknowledge each SPD leader and volunteer who worked with me in any capacity during the past four years. Thank you for your valuable contributions while we served division members and the ATA.

Nonetheless, I am compelled to acknowledge by name my husband Asa Welle. The last four years, Asa's unwavering support and care have been the backbone on which I could rest and catch my breath. He shared in household chores and provided sustenance and emotional support during many long days and sleepless nights, so I could meet



work deadlines while keeping the division's engines running. I am crossing the finish line holding his hand. I also have to acknowledge my two adult children, who probably grew up thinking the ATA, the SPD, and my computer were extensions of my body for the last 18 years. The support of my family and closest friends and colleagues has been extraordinary, especially during the current pandemic, when at times it was difficult to find motivation.



ATA 58th Annual Conference.  
Washington, DC. 2017.  
Asa and Charo Welle.



SPD Conference. Jersey City, NJ, 2004. Margarita Montalvo,  
Rosario 'Charo' Welle, Olga Lucía Mutis  
and Virginia Pérez-Santalla

### Ready to pass the torch

At press time, I am completing this four-year endurance race. Just like my predecessors, I will remain available to support and advise the next generation of division leaders. As the new administration works to provide division core services and serve us, I hope they heed the wise advice given to me, to leave their egos at the door before stepping forward to lead. May they continue working as a team, inviting and promoting the participation of new volunteers, transferring knowledge and being transparent and empathetic to empower newcomers to succeed. Likewise, may the new administration regard the wisdom, experience, and significant value of past leaders, while seeking the guidance of ATA executives and directors and the SPD Leadership Council in making decisions that impact us. May division members, leaders, and volunteers continue the race ahead with determination, sincere understanding, teamwork, and humanity while facing the uncertainties, challenges, and irreversible losses resulting from COVID-19.

In the epilogue of *Unbroken*, Hillenbrand paints the most uplifting picture of a steadfast 81-year-old Louis who kept on running until the end: "At last, it was time. Louis extended his hand, and in it was placed the Olympic torch . . . . He raised the torch, bowed, and began running" (Hillenbrand 2010, Kindle version). As I am handing off the torch, I am ready and excited to step aside and watch the next generation of leaders take the Spanish Language Division (SPD) even further.

This is not goodbye, but *¡hasta luego!* ●

Rosario Charo Welle



# Editorial

Gloria Cobrejos



**Q**ueridos miembros de la División de Español:

¡Bienvenidos a un nuevo número de *Intercambios*! Esta es una edición muy significativa para mí por varias razones. Por un lado, cumplo dos años como jefa de redacción del boletín. Han sido dos años intensos de gran aprendizaje y de un excelente trabajo en equipo con el único objetivo de brindar a los miembros de la SPD contenido profesional y de excelencia en cada ejemplar. Mis gracias infinitas a todos los colegas con los que he intercambiado conocimientos en este tiempo.

Por otro lado, con mucha tristeza le decimos *hasta luego* a una persona clave y muy querida para la División de Español durante los últimos cuatro años: Rosario 'Charo' Welle, administradora 2016-2020. Charo, deseó agradecerte tu calidad de líder, tu profesionalismo, tu calidad humana y tu empatía con todos y cada uno de los miembros de la División. Como tu *newbie* en 2015, es muchísimo lo que he aprendido desde que decidí formar parte de la ATA y de la SPD. ¡Gracias por todo y éxitos en tus nuevos proyectos!

Ahora les presento los artículos que hemos reunido para ustedes, que esperamos disfruten.

En este número les traemos la tercera y última entrega del artículo **Garcilaso de la Vega, el inca traductor**, de Ricardo Silva-Santisteban, en el que nos narra aspectos desconocidos en la vida de Gómez Suárez de Figueroa, más conocido como el "Inca Garcilaso". Asimismo, en su columna **Hablemos de medicina**, Fernando Navarro nos regala un artículo sobre la traducción correcta de *herd immunity*, el uso del término *nosobuco* y la explicación de una duda razonable: *¿nóbel o nobel?*, y en **Consideraciones para desbloquear tu personaje de localizador de videojuegos**, Marina Ilari describe las habilidades necesarias para traducir eficazmente juegos de video.

Daniel Soria comparte su análisis sobre el uso de las mayúsculas y minúsculas en **Asunto mayúsculo**; Paula Arturo nos explica con ejemplos dos categorías del lenguaje legal para su uso e interpretación correctos al



momento de traducir en **Intention and Categories of Language in Contract Translation**; Emilio Bernal Labrada puntualiza la traducción correcta del vocablo *member* en **Manía de miembros**, y Gabriela Escarrá detalla algunos recursos indispensables para traducir mercadeo en **Técnicas de traducción para textos de marketing**.

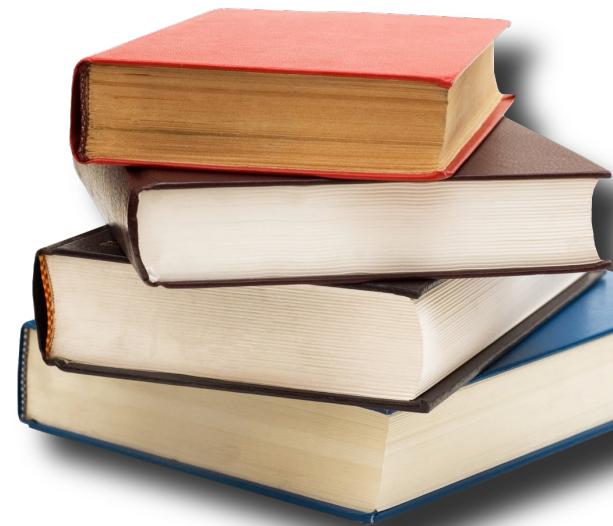
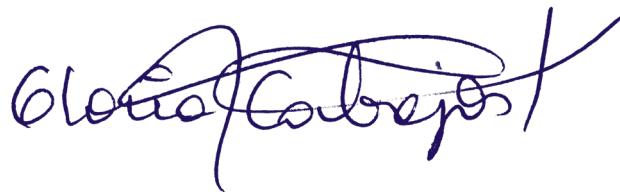
Con respecto a [Intercambios Online](#), hemos seguido trabajando muy activamente para publicar diversos artículos de interés para los miembros de la SPD.

Por ejemplo, en agosto compartimos una nueva entrega de [¿Cómo se dice en México?](#) en la que Andre Moskowitz continúa abordando minuciosamente terminología del sector transporte. En setiembre, a propósito de la celebración del Día Internacional de la Traducción, publicamos el artículo [La interpretación por video “IRV”: una modalidad por fin reconocida](#) en el que Susana Cervantes nos cuenta su experiencia en interpretación a distancia por video (VRI), modalidad actualmente muy solicitada desde que se inició la pandemia por COVID-19. Y para culminar, los primeros días de octubre publicamos [You, Me, Hir, and Non-Binary Language](#) artículo en el que Ártemis López nos guía con gran detalle en el uso correcto del lenguaje no binario.

Siempre es importante para mí agradecer la gran colaboración de autores, correctores y del Comité Editorial de *Intercambios*. En esta edición nos acompañaron profesionales de **Argentina, Colombia, Cuba, España, Estados Unidos, México, República Dominicana, Uruguay y Perú**.  
A todos ellos, ¡muchas gracias!

Con ustedes, queridos lectores, será hasta el próximo número de *Intercambios*.

**¡Muchas gracias por leernos y por compartir el boletín! ●**



# Técnicas de traducción para textos de marketing

Gabriela Escarrá



**L**a globalización ha acercado al mundo a través del intercambio de información, conocimientos, cultura, bienes y productos. Para que una empresa pueda lanzarse a la conquista del mundo necesita seducir y entender las necesidades y expectativas del consumidor en los nuevos mercados.

El *marketing* intercultural tiene dos grandes áreas de incidencia: a) los mercados internacionales, es decir, los países con diferencias culturales con respecto al país de origen y b) los mercados locales caracterizados por la multiculturalidad de sus integrantes.

La traducción de textos de *marketing* requiere de habilidades totalmente distintas de las que se necesitan para traducir un texto técnico. El traductor especializado en *marketing* debe comprender las principales técnicas y características de estos tipos de textos y reproducirlas en el idioma de destino. Para atraer la atención del receptor es importante que el mensaje sea original, breve, persuasivo, fácilmente memorizable y, en algunos casos, reiterativo.

El traductor especializado en *marketing* crea mensajes apropiados para el nuevo mercado y hace todo lo posible para mantener la intención, el estilo, la voz, el tono y el contexto. Además, debe considerar cuidadosamente todo lo que tenga que ver con las tradiciones, la religión y las creencias culturales antes de comenzar una traducción.

En la traducción de contenido de *marketing*, la creatividad es un elemento fundamental. En la antigüedad dominaba el concepto de creatividad divina, como un don accesible a unos pocos elegidos. Sin embargo, en 1950 el psicólogo estadounidense Joy Paul Guilford demostró que la creatividad se puede desarrollar.

La traducción creativa o transcreación surgió de la necesidad de mantener el impacto y el efecto del texto de origen y evitar las dificultades inherentes al *marketing* intercultural. La transcreación es la mejor manera de preservar los sutiles matices del idioma fuente y recrearlos en el idioma de destino.

La retórica proporciona la mejor caja de herramientas para que el traductor especializado en *marketing* pueda aplicar su creatividad. Las figuras retóricas nacieron con los griegos y la traducción y la redacción creativa han implementado estos recursos para lograr su finalidad de impactar y seducir al público objetivo. ● ● ●

## Bibliografía:

- CASSANY, Daniel. *La cocina de la escritura*. Anagrama, 2008.
- RAMOS, Juanjo. *Marketing de contenidos. Guía práctica*. XinXii, 2017.
- RIZZO, Alessandra and SPINZI, Cinzia. *Translation or Transcreation? Discourses, Texts and Visuals*. Cambridge Scholars Publishing, 2018.
- RUIZ COLLANTES, F. Xavier. *Retórica creativa: Programas de ideación publicitaria*. Universitat de València, 2018.

Además, cabe señalar que estos recursos se pueden utilizar de forma concurrente y no necesariamente como imitación del original.

El lenguaje verbal utilizado en *marketing* presenta recursos fónicos (que se aplican especialmente a un eslogan), recursos léxico-semánticos (que se utilizan para individualizar un producto, potenciar sus cualidades e identificarlo con realidades connotativas o bien valoradas) y recursos morfosintácticos (dirigidos a lograr un lenguaje eficaz para impactar y convencer).

#### **Entre los recursos fónicos se pueden mencionar:**

- aliteración: la repetición de uno o varios sonidos en un enunciado con fines expresivos;
- anadiplosis: la repetición de sonidos idénticos al final de una frase y al principio de la siguiente;
- onomatopeya: el uso de una palabra o grupo de palabras, cuya pronunciación imita el sonido de aquello que describe;
- paronomasia: el empleo de dos vocablos semejantes en el sonido, pero con distinto significado;
- rima: la repetición de un conjunto de fonemas a partir de la última vocal acentuada de dos o más frases.

#### **Algunos de los recursos léxicos más comunes son:**

- el uso de extranjerismos, neologismos, tecnicismos, cultismos;
- el empleo de adjetivos y sustantivos de fuerte valor connotativo.

#### **Los recursos semánticos más atractivos son:**

- antítesis: la contraposición de un término, frase o idea frente a otra de significado opuesto;
- hipérbole: el aumento o disminución excesivos de aquello de que se habla;
- prosopopeya: la atribución, a las cosas inanimadas o abstractas, de acciones y cualidades propias de los seres animados, o a los seres irracionales, de las del ser humano;
- metonimia: la designación de algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa, el continente por el contenido, el símbolo por lo simbolizado, o viceversa;
- oxímoron: la unión de términos contradictorios en un mismo sintagma.

#### **Por último, los recursos morfosintácticos más eficaces para utilizar en la traducción de un texto creativo son:**

- el uso de la primera persona para implicar al receptor;
- el predominio de las frases nominales;
- asíndeton y polisíndeton: la supresión o multiplicación de nexos;
- hipérbaton: la alteración del orden de los elementos de una frase;
- el uso de la función conativa o apelativa para intentar que el receptor reaccione de alguna manera (oraciones exhortativas o interrogación retórica).

Según lo demostrado, existen muchos recursos para lograr la máxima expresión del potencial creativo en la traducción. Además, el traductor debe amar la creación misma, tener sensibilidad estética y una aptitud especial para observar, analizar e imaginar.

En conclusión, la creatividad ha servido favorablemente a la evolución de nuestra especie y hoy en día, con el auge de la inteligencia artificial y la traducción automática, el traductor especializado y creativo puede demostrar, más que nunca, que es un activo irremplazable. ●

Gabriela Escarrá es traductora pública (UNLP), profesora de lengua y literatura inglesas (UNLP), editora y correctora. Se ha especializado en *marketing*, comunicaciones corporativas y normas ISO. Gabriela ha sido disertante en diferentes congresos e instituciones de EE. UU., Europa y Latinoamérica y se ha desempeñado como profesora universitaria de Traducción Técnica I y II (UCALP) y como traductora y capacitadora para varios proyectos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). **Contacto:** [gabriela@langtic.com](mailto:gabriela@langtic.com)

# Intention and Categories of Language in Contract Translation

Paula Arturo



## Introduction

As a Language for a Specific Purpose (LSP), legal language can be broken down into categories that help us better understand the intended legal effects of the words individuals use in legal contexts. In contracts, specifically, we can draw at least eight distinct categories.

Following Adam's categories of language,<sup>1</sup> we will look at two examples of how translators can use categories of language to develop objective criteria for correctly interpreting the source text and rendering a translation that is faithful to source without being too literal.

## Language of Performance

Language of performance is used when the parties intend to accomplish some kind of **action** by means of a **speech act**. A typical example is a purchase-and-sale agreement. When Clara wants to sell, and Bob wants to buy, and they enter into an agreement, we're looking at a purchase-and-sale agreement. The speech act that performs the sale is *sell* and the speech act that performs the purchase is *buy*.

So, you may see a contract clause that reads something like this:

*Subject to the terms and conditions hereinafter set forth, Seller hereby agrees to sell and convey and Purchaser hereby agrees to purchase the following...*

In such a case, you might be compelled to use the passive voice; but that would be wrong. Why? Because the parties want to achieve an action, and we need to use the **active voice** to disambiguate who is performing *what*. And in terms of verb tense, avoid using the future. Because the speech act is happening now, the action verb should be in the **present tense**. For example:

Source	Speech act	What the parties intend	Translation
<b>Seller hereby agrees to sell and convey and Purchaser hereby agrees to purchase the premises herein described...</b>	sell and convey (doublet in source, one word suffices in Spanish) purchase	sell and purchase property (i.e. by means of a speech act)	El Vendedor conviene en vender y el Comprador en comprar el bien inmueble que se describe en el Contrato...

## Language of Declaration

Language of declaration signals that the parties are stating (i.e. declaring) facts by means of verbs of speaking. The point of language of declaration is not just to declare facts, but also to make sure that the parties "are seen to be asserting" those facts. Verbs play a key role in language of declaration, and it's important that our translations clearly reflect who is actually making the declaration. Thus, the **active voice** is always recommended. ● ● ●

<sup>1</sup> Adams, op. cit. Chapter 3.

In contract language, you will see two kinds of assertions of facts:

Acme states that the Equipment is listed on Schedule A.

**Statement:** The declaring party (Acme) has knowledge of the fact and the other party wants to make sure Acme asserts that fact in the contract.

Wile E. Coyote acknowledges that it has received a copy of Schedule A.

**Acknowledgment:** The other party wants to make sure Wile E. Coyote cannot challenge the accuracy of the fact that it has a copy of Schedule A and therefore is aware of its content.

Contract drafters often introduce statements of fact using the doublet *represents* and *warrants*. Individually, each of these words are terms of art and have very specific legal meaning. Adams believes that using them both together in contracts is pointless and adds confusion. And he's right. The fact is that their misapplication has opened the door to tort-based fraud and negligent misrepresentation claims as well as contract-based breach of warranty claims.<sup>2</sup>

- If you're an into-Spanish translator: **Do not** translate *represent* literally as *representar*. In language of declaration, *represent* means *declarar* or *manifestar*. Also, in this context, *warrant* can mean *garantizar*.

## The Takeaway

A common misconception in legal translation is that fidelity to source compels literality. That could not be further from the truth. Literal or "word-for-word" translations often result from the translator's failure to thoroughly understand the source text, in general (and the parties' intentions, in particular). And, legally speaking, literality can do a lot more harm than good.

In this article, we've looked at two categories of language, how they relate to the parties' intentions, along with some criteria to bear in mind when translating. But keep in mind that this is just the starting point. Every category of language has characteristics, nuances, and technicalities of its own. The more you understand them, the more accurate your translations will be. And the better off the parties will be with your assistance. ●



kipartz.com

<sup>2</sup> See, for example, the English case *Chandelor v. Lopus*, the American case *Aspect Systems, Inc. v. Lam Research Corp.* (describing as a "warranty" a contract provision introduced by the verb "represents"), the American case *Quality Wash Group V, Ltd. v. Halleck* (describing as a "warranty" a provision introduced by "makes the following representations"), the English case *Man Nutzfahrzeuge AG v. Freightliner Ltd.* (holding that "represent" and "warrant" may each give rise to different consequences and different measures of loss).

**Paula Arturo** is a Lawyer, Translator, and Law Lecturer with nearly two decades of experience in the language profession. She directs Translating Lawyers Academy, an online academy that helps legal translators hone their translation skills. She is Administrator of ATA's Law Division and Co-head of Legal Affairs at IAPTI. Her bragging rights include translating the works of several Nobel Prize laureates and world-renowned jurists. **Contact:** [paula.arturo@gmail.com](mailto:paula.arturo@gmail.com)

# La lengua “que mamé con la leche”

## Garcilaso de la Vega, el inca traductor en tres tiempos

Ricardo Silva-Santisteban



### Tercer tiempo

#### IV

Continuación del segundo tiempo:

[Intercambios, junio 2020](#)

**D**urante la larga composición de los *Comentarios*, Garcilaso se dio tiempo para revisar y comentar muchas de las malas interpretaciones de los cronistas anteriores a él, respecto del quechua que, como bien dice, era la lengua *que mamé con la leche*, materna, se entiende.

Por ejemplo, cuando se refiere a Dios y al dios de los incas:

Los indios no saben de suyo o no osan dar la relación destas cosas con la propria significación y declaración de los vocablos, viendo que los cristianos españoles las abominan todas por cosas del demonio, y los españoles tampoco advierten en pedir la noticia dellas con llaneza, antes las confirman por cosas diabólicas como las imaginan. Y también lo causa el no saber de fundamento la lengua general de los Incas para ver y entender la deducción y composición y propria significación de las semejantes dicciones. Y por esto en sus historias dan otro nombre a Dios, que es Tici Viracocha, que yo no sé qué signifique ni ellos tampoco. Éste es el nombre Pachacámac que los historiadores españoles tanto abominan por no entender la significación del vocablo. Y por otra parte tienen razón, porque el demonio hablava en aquel riquísimo templo, haziéndose Dios debaxo deste nombre, tomándolo para sí. Pero si a mí, que soy indio cristiano católico, por la infinita misericordia, me preguntassen ahora “cómo se llama Dios en tu lengua?”, diría “Pachacámac”, porque en aquel general lenguaje del Perú no hay otro nombre para nombrar a Dios sino este, y todos los demás que los historiadores dicen son generalmente impropios, porque o no son del general lenguaje o son corruptos con el lenguaje de algunas provincias particulares o nuevamente compuestos por los españoles, y aunque algunos de los nuevamente compuestos pueden passar conforme a la significación española, como el Pachaya-chácher, que quieren que diga hazedor del cielo, significando enseñador del mundo —que para decir hazedor havía de decir Pacharúrac, porque rura quiere decir hacer—, aquel general lenguaje los admite mal porque no son suyos naturales, sino advenedizos, y también porque en realidad de verdad en parte baxan a Dios de alteza y majestad donde le sube y encumbra este nombre Pachacámac que es el suyo propio, y para que se entienda lo que vamos diciendo es de saber que el verbo yacha significa aprender, y añadiéndole esta sílaba chi significa enseñar; y el verbo rura significa hacer y con la chi quiere decir hacer que hagan o mandar que hagan, y lo mismo es de todos los demás verbos que quieran imaginar. Y assí como aquellos indios no tuvieron atención a cosas especulativas, sino a cosas materiales, assí estos verbos no significan enseñar cosas espirituales ni hacer obras grandiosas y divinas, como hacer el mundo, etc., sino que significan hacer y enseñar artes y oficios baxos y mecánicos, obras que pertenescen a los hombres y no a la divinidad. De toda la cual materialidad está muy a la significación del nombre Pachacámac, que, como se ha dicho, quiere decir el que haze con el mundo universo lo que el alma con el cuerpo, que es darle ser, vida, aumento y sustento, etc. Por lo cual consta claro la impropiedad de los nombres nuevamente compuestos para dárselo a Dios (si han de hablar en la propria significación de aquel lenguaje) por la baxeza de sus significaciones; pero puédese esperar que con el uso se vayan cultivando y recibiendo mejor. Y advierten los componedores a no trocar la significación del nombre o verbo en la composición, que importa mucho para que los indios los admitan bien y no hagan burla dellos, principalmente en la enseñanza de la doctrina cristiana, para la cual se devén componer, pero con mucha atención<sup>1</sup>.

Un punto sensible como el religioso el Inca lo trata con discreción, pero con autoridad: “si a mí, que soy indio cristiano católico, por la infinita misericordia, me preguntasen ahora ‘¿cómo se llama Dios en tu lengua?’, diría ‘Pachacámac’, porque en aquel general lenguaje del Perú no hay otro nombre para nombrar a Dios sino este...”



<sup>1</sup> Inca Garcilaso de la Vega. *Comentarios reales de los Incas*. Edición al cuidado de Ángel Rosenblat. Buenos Aires, Emece Editores, 1943; tomo I: Libro II, capítulo ii, pp. 67-68.

Garcilaso, en este punto, como en muchos otros, ofrece la traducción conocida y pensada por él y la da como verdadera para refutar a los cronistas que no habían entendido la correcta significación de los vocablos. Su magisterio ha sido reconocido por muchos. En el umbral mismo de los *Comentarios*, el Inca compone unas “Advertencias acerca de la lengua general de los indios del Perú”. Aquí, sin embargo, como en otros momentos de los *Comentarios*, nos encontramos más bien en el campo de la lingüística que en el de la traducción.

Gracias a su conocimiento del quechua, Garcilaso es uno de los pocos cronistas que se ha referido a la poesía de los incas y trasmítido sus poemas. Por desgracia, los ejemplos son breves: únicamente dos. Sin embargo, en estas dos breves traducciones del quechua, se tiene una suma de elementos positivos: rescate y fijación filológica de dos poemas quechuas, traducciones que son modelo de fidelidad y muestras inapreciables de su labor como poeta a la vez que como traductor.

El primero de ellos es un recuerdo conservado a través de su memoria. Se trata de un breve y sugerente poema erótico en que un amante da cita a su amada a la media noche. Garcilaso mantiene la concisión del original quechua en su traducción en cuatro tetrasílabos perfectos castellanos que, aunque no riman, los pares acaban en fuertes agudos que subrayan su tiempo futuro y ofrecen al lector el golpe rítmico en forma rotunda:

Los versos eran pocos, por que la memoria los guardasse, empero muy comprendiosos, como cifras. No usaron de consonante en los versos; todos eran sueltos. Por la mayor parte semejavan a la natural compostura española que llaman redondillas. Una canción amorosa compuesta en cuatro versos me ofrece la memoria; por ellos se verá el artificio de la compostura y la significación abreviada, comprendiosa, de lo que en su rusticidad querían decir. Los versos amorosos hazían cortos, por que fuessen fáciles de tañer en la flauta. Holgara poner también la tonada en puntos de canto de órgano, para que se viera lo uno y lo otro, mas la impertinencia me escusa del trabajo.

La canción es la que sigue y su traducción en castellano:

Caylla llapi	Al cantico
Puñunqui	quiere dezir dormirás,
Chaupituta	media noche
Samúsac	yo vendré. <sup>2</sup>

Y más propriamente dixera: veniré sin el pronombre yo, haciendo tres sílabas del verbo, como las haze el indio, que no nombra la persona, sino que la incluye en el verbo, por la medida del verso<sup>3</sup>.

Jesús Lara argumenta que la traducción de Garcilaso es “defectuosa”<sup>4</sup> porque *Cailla llapi* significa “en un sitio cercano”. Ignoro por qué “cantico” no puede tratarse de un lugar próximo. Que signifique el borde o el extremo de algo, en este caso un lugar, no quiere decir que se trate de un espacio lejano. Garcilaso caracteriza el lugar con un delicado diminutivo que acentúa la proximidad. La palabra “cantico” es una elección, entre otras, sumamente refinada y consecuente con la dulce invitación amorosa a la pareja. Hay que tener en cuenta,



pngocean.com  
pngtree.com

<sup>2</sup> Por ignorancia de la métrica, y en este caso del ritmo de un poema, en algunas publicaciones los editores han puesto “cántico”.

<sup>3</sup> Inca Garcilaso de la Vega. *Comentarios reales de los Incas*. Edición al cuidado de Ángel Rosenthal. Buenos Aires, Emece Editores, 1943; tomo I: Libro II, capítulo xxvii, pp. 121-122.

<sup>4</sup> Jesús Lara. *La literatura de los quechuas*. Segunda edición (corregida). La Paz, Librería y Editorial “Juventud”, 1969, p. 45.



además, que aunque no existe ninguna referencia, el poema tiene todas las trazas de un ambiente pastoril (que recuerda el “aquinquito nomás” de tantos campesinos indígenas contemporáneos). En él actúa la cualidad superior de la sugerencia, como en todo poema breve que se desborda de sus reducidos cauces. Debe tenerse presente que el poema *Cailla llapi*, con solo diecisésis sílabas (y dos de ellas solo de conteo), es más breve que un jaiku.

Luego, el Inca cita un segundo ejemplo, tomado de los papeles rotos de Blas Valera, más interesante todavía, que viene con la traducción al latín de este último. Garcilaso ofrece su propia traducción al castellano, preciosa, además, por la explicación del metro escogido, más amplio que el del original en tetrasílabos.

Por motivo de guardar la fidelidad de sentido, como hace cualquier traductor que quiere conservar el mismo número de versos, Garcilaso amplía los tetrasílabos a hexasílabos: “yo salí dellas porque en castellano no se pueden guardar, que, haviendo de declarar por entero la significación de las palabras indias, en unas son menester más sílabas y en otras menos”.

Es sabido que, como idioma analítico, el castellano implica muchas veces este tipo de expansión frente a determinadas lenguas que son más aglutinantes; como muy bien explica Garcilaso:

El Padre Blas Valera imitó en su latín las cuatro silabas del lenguaje indio en cada verso, y está muy bien imitado; yo salí dellas porque en castellano no se pueden guardar, que, haviendo de declarar por entero la significación de las palabras indias en unas son menester más silabas y en otras menos. *Ñusta* quiere decir donzella de sangre real, y no se interpreta con menos, que, para decir doncella de las comunes, dizen *tazque*; china llaman a la donzella muchacha de servicio. *Illapántac* es verbo; incluye en su significación la de tres verbos, que son tronar, relampaguear y caer rayos, y assí los puso en dos versos el Padre Maestro Blas Valera, porque el verso anterior que es *Cunuñunun* significa hacer estruendo, y no lo puso aquel autor por declarar las tres significaciones del verbo *illapántac*. *Unu* es agua, para es llover, *chichi* es granizar, *riti* nevar. *Pacha Cámac* quiere decir el que haze con el universo lo que el alma con el cuerpo. *Viracocha* es nombre de un dios moderno que adoravan, cuya historia veremos adelante muy a la larga. *Chura* quiere decir poner, *cama* es dar alma, vida, ser y sustancia. Conforme a esto diremos lo menos mal que supiéremos, sin salir de la propia significación del lenguaje indio. Los versos son los que se siguen, en las tres lenguas:

Quechua	Latín	Español
Çúmac ñusta	Pulchra Nimpha	Hermosa donzella
Toralláiquim	Frater tuus	aque se tu hermano
Puiñuy quita	Urnam tuam	el tu cantarillo
Páquir cayan	Nunc infringit	lo está quebrantando,
Hina mantara	Cuius ictus	y de aquesta causa
Cunuñunun	Tonat fulget	truena y relampaguea
Illapántac	Fulminatque	también cayen rayos.
Camri ñusta	Sed to Ninpha	Tú, real donzella,
Unuiquita	Tuam limpham	tus muy lindas aguas
Para munqui	Fundens pluis	nos darás lloviendo;
Mai ñimpiri	Interdumque	también a las veces
Chichi munqui	Grandinem, seu	granizar nos has,
Riti munqui	Nivem mittis	nevarás assimesmo.
Pacha rúrac	Mundi factor	El Hazedor del mundo,
Pacha cámac	Pacha camac,	el Dios que le anima,
Vira cocha	Vira cocha	el gran Viracocha,
Cai hinápac	Ad hoc munus	para aqueste oficio
Churasunqui	Te sufficit	ya te colocaron
Camasunqui	Ac praefecit.	y te dieron alma.

La versión de Garcilaso conserva el sabor renacentista de tantas traducciones españolas del siglo XVI. Compárese, por ejemplo, su interpretación del “Hina mantara”, “y de aquesta causa”, tan superior a los prosaicos “Y de este modo” y “De esta manera”, de Jesús Lara o Carlos Felipe Beltrán.

T.S. Eliot, en una breve introducción a los *Selected Poems*, de Ezra Pound, ha comentado con agudeza acerca de las traducciones del Renacimiento en Inglaterra: “We perceived also that modern scholarly translations, Loeb or other, do not give us that the Tudors gave”<sup>5</sup>. Esta afirmación es indiscutible por un hecho muy sencillo: la traducción

<sup>5</sup> En Ezra Pound. *Selected Poems*. Edited with an Introduction by T.S. Eliot. London Faber & Faber, 1959, p. 14.



tiene su propia poética y esta, como la de la poesía, varía de siglo a siglo y de una a otra generación. Las versiones poéticas de Garcilaso de la poesía quechua guardan todo su valor y todo su sabor: son hijas del gran siglo de oro de la poesía castellana.

## V

También podemos considerar a Garcilaso como un agudo y cuidadoso crítico de la traducción a través de tantas rectificaciones realizadas a lo largo de los *Comentarios reales* en las que pone los puntos sobre las íes respecto de las interpretaciones de los vocablos quechuas. Baste como ejemplo, para evitar prolíjidad, el de la nota del Libro II, capítulo ii, supracitado.

Solo quiero recordar, como último ejemplo, un momento en que la sutil ironía del Inca como crítico de la traducción se manifiesta en su obra postrera la *Historia general del Perú*. En el capítulo xxiii del Libro I, titulado “Las dificultades que huvo para no interpretarse bien el razonamiento de Fray Vicente de Valverde”, el Inca cuenta el episodio de la entrevista de Cajamarca con la óptica puesta en el sentido de la traducción que realizó el inefable Felipillo, ejemplo de trujamán:

Llegado a la interpretación que al Rey Atahualpa le hizieron, es de advertir en las condiciones de Felipe, indio trujamán y faraute de aquel auto, que era natural de la isla Puna, y de gente muy pleveya, moço, que aún tenía veinte años, tan mal enseñado en la lengua general de los Incas como en la particular de los españoles, y que la de los incas la aprendió, no en el Cozco, sino en Túmpiz, de los indios que allí hablavan como extranjeros bárbara y corruptamente, que, como indios son extranjeros en aquel lenguaje, y que también aprendió la lengua española sin que nadie se la enseñase, sino de oír hablar a los españoles, y que las palabras que más de ordinario oía eran las que usan los soldados visoños: voto a tal, juro a tal, y otras semejantes y peores.

[...]

Tal y tan aventajado fue el primer interprete que tuvo el Perú, y, llegando a su interpretación [Garcilaso se refiere a lo que el Padre Valverde trataba de explicarle al Inca Atahualpa en Cajamarca acerca de los Evangelios] es de saber que la hizo mala y de contrario sentido, no porque lo quisiese hacer maliciosamente, sino porque no entendía lo que interpretaba y que lo dezía como un papagayo; y por decir Dios trino y uno, dixo Dios tres y uno son cuatro, sumando números por darse a entender<sup>6</sup>.

Ironía suprema la del Inca respecto de un personaje como Felipillo. Aunque sé que es cargar un poco las tintas, podríamos decir que una desventurada traducción le costó a los Incas la pérdida de su imperio.

## VI

Múltiples son las facetas del Inca Garcilaso de la Vega. Muchas de ellas han sido comentadas por capaces estudiosos que no es el caso mencionar ahora. Su labor de traductor ha sido, por el contrario, apenas estudiada a pesar de encontrarse en la raíz del robusto tronco de sus obras, además de tratarse de una estructura fundamental en su desarrollo de escritor<sup>7</sup>.

El presente comentario solo pretende enfatizar un aspecto poco estudiado del Inca sobre el que queda mucho por decir y que consideramos importante dentro de su inevitable escritura. ●

<sup>6</sup> Inca Garcilaso de la Vega. *Historia general del Perú*. Edición al cuidado de Ángel Rosenblat. Buenos Aires, Emecé Editores, 1944; tomo I, pp. 66-67.

<sup>7</sup> No quiero dejar de mencionar algunos de los pocos trabajos que conozco sobre el Inca Garcilaso como traductor: C.A. Mackenheie. “Apuntes sobre las traducciones castellanas de León Hebreo”. En *Mercurio Peruano* N.º 165. Lima, noviembre y diciembre de 1940, pp. 678-697. Valentín García Yebra. “Sobre la traducción de los *Dialoghi di amore* de León Hebreo por Garcilaso de la Vega”. En *Parallèles* N.º 18. Genève, Eté 1996, pp. 117-130. Cecilia Hare. “El Inca Garcilaso de la Vega, de traductor a cronista”. En *Parallèles* N.º 18. Genève, Eté 1996, pp. 135-141. Mercedes Guinea Ulecia. “Traducción y discurso historiográfico en los *Comentarios reales* del Inca Garcilaso”. En Miguel Ángel Vega y Rafael Martín Gaitero[eds.] *La palabra vertida*. Madrid, Editorial Complutense, 1997, pp. 595-601.

Ricardo Silva-Santisteban (Lima, 1941) es doctor en literatura, poeta, editor, crítico literario y docente universitario. Ha traducido a diversos autores ingleses y franceses, y ha editado antologías de poetas, narradores y dramaturgos peruanos. Actualmente se desempeña como profesor principal en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Es miembro de la Academia Peruana de la Lengua, de la que fue presidente de 2014 a 2017, y Caballero de la Orden de las Artes y las Letras de la República Francesa. **Contacto:** [rsilva@pucp.edu.pe](mailto:rsilva@pucp.edu.pe)

*El origen*

# Asunto mayúsculo

*Daniel Soria*



**C**on todo lo distintos que pueden ser los ámbitos corporativos y el de la administración pública, desde mi experiencia como editor puedo asegurar que se parecen mucho en relación con la importancia que acostumbran darle al uso de las mayúsculas. Y las semejanzas no acaban allí, sino que aumentan incluso respecto de en qué casos las prefieren emplear. Sucedía con los nombres de los cargos: Gerente, Presidente, Director o Jefe; y con tal ahínco se defiende este uso que muchas veces me pareció que en las mayúsculas se jugaba la honra de los aludidos puestos.

Y no mejora la cosa si ven que uno le quitó la mayúscula a la jerarquía y no al área a la cual esta pertenece. Aquí un caso: “Daniel Soria, gerente de Recursos Humanos”, que para el interfecto puede sonar a incoherencia, pues ese “gerente” debiera mejor escribirse “Gerente”. Pues no es así, ya que el nombre de una oficina funcional de la empresa se distingue de otras precisamente por tener un nombre propio, mientras que gerentes hay aquí y allá.



El uso de las minúsculas es el corriente, razón por la cual cada vez que se utilicen las mayúsculas debe haber buenas razones para hacerlo. Esos motivos, en el caso del español, son meridianamente establecidos por la Real Academia Española. Al respecto, nadie duda de que los nombres propios deben ir con mayúscula inicial. El problema surge cuando hay que determinar qué es un nombre propio; como cuando el presidente de una institución estatal en la que trabajé me observó que en el reglamento de una ley elaborado por su oficina yo le había quitado la mayúscula a la palabra “artículo” cada vez que iba seguida de un numeral, algo así como “según el Artículo 5.º de la ley...”. Le repliqué que no había razón para escribirla en mayúscula. “Sí”, me dijo con el índice enhiesto, “debe ir así porque es un nombre propio”. “¿Cómo así?”, retruéqué. “Porque es el Artículo número 5 y no otro”. No pagaban mal en esa oficina. En adelante ningún artículo más se me pasó en minúsculas.

Ahora, no es asunto menor el aludido si pensamos en un caso como el nombre del “Impuesto General a las Ventas”, sin duda propio, pero no tanto; quiero decir, si imagináramos un *continuum* que fuera de menos propio a más propio, la palabra “impuesto” estaría al extremo izquierdo y un nombre como “Ramón” en el extremo derecho. En esa línea imaginaria, creo que el impuesto a la renta estaría bastante más cerca a la izquierda. E incluso ocurre no poco que un nombre propio con todas las de la ley acabe por hacerse común, como es la historia de la legendaria combinación de Coca-Cola y ron llamada cuba libre, así, en minúsculas, pues desde que se hizo bebida, su referente dejó de ser el país para aludir a un coctel, fenómeno muy común, donde los haya.

Sin embargo, las mayúsculas estuvieron antes que las minúsculas, cuando los romanos contaban con varios tipos de letras, pero todas capitales; fue solo a partir de mediados del segundo siglo que se fueron desgajando de estas las minúsculas, que cobraron mayor definición antes del siglo IX, llamadas entonces minúsculas carolingias. En adelante, lo que siguió fue que cada lengua decidió dónde y cómo usarlas, una normativa que, como todo en los fenómenos lingüísticos, ha cambiado con el tiempo. Así por ejemplo, entre los siglos XVI y XVII era corriente en español que los nombres de la semana y los gentilicios se escribieran con mayúsculas.

Un fenómeno inesperado en esta evolución de la forma de la lengua escrita ha sido la aparición de las tecnologías de la información y comunicaciones, escritas sus siglas de modo apropiado en mayúsculas para llamarse las TIC. (Las siglas de cuatro o menos letras se acostumbran escribir en castellano en mayúsculas; cuando son cinco las letras o más se escriben como nombre propio: Unesco).

De esta forma, por la vía digital, la humanidad se ha entregado a escribir como nunca antes, desde los aurorales días del Messenger y el correo electrónico hasta los actuales del WhatsApp.

Este ejercicio de lo escritural, como todo lo que tenga por vocación la comunicación, obedece a normas, estén o no sistematizadas. Una de ellas es entender un mensaje escrito por entero en mayúsculas como una elevación de la voz, quizá una llamada de atención, de pronto un grito (uso corriente en la literatura). Personalmente no me gusta esa estridencia gráfica, pero lo mío es más describir e interpretar que corregir.

Eso sí, el día que un buen cliente y ocasional amigo fue subiendo el tono por WhatsApp hasta escribir una oración entera —en realidad un pedido con amenaza de orden— en mayúsculas, le respondí en estrictas minúsculas que no podría atenderlo. No escribió más. ●

**Daniel Soria (Lima, 1971)** es egresado de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, con mención en Lingüística y Literatura, y de la Maestría en Filosofía de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, con mención en Epistemología. Ha publicado la colección de relatos *Tres heridas nocturnas* y la novela *Monólogo en blancohumo*. Actualmente divide su tiempo entre la docencia, la escritura y su labor como editor. **Contacto:** [dsoriapereyra@gmail.com](mailto:dsoriapereyra@gmail.com)

**La traducción especializada**

# Consideraciones para desbloquear tu personaje de localizador de videojuegos

*Marina Illari*



Tal vez estés considerando especializarte en localización de videojuegos. Disfrutas haciendo traducciones creativas y, durante tu niñez, pasabas horas frente a la pantalla. Pero ¿qué hace que un traductor sea un buen localizador de videojuegos? Echémosle un vistazo a algunas de sus características más importantes.

*Nota: para los efectos de este artículo, de ahora en adelante, me referiré a los localizadores de videojuegos como **supertraductores** con superpoderes.*

## El poder de la diversificación

En tu rol de supertraductor de videojuegos estarás a cargo de un amplio espectro de contenido para localizar. Quizás el tipo de contenido más obvio sea el texto dentro del juego: la interfaz de usuario (los menús, los mensajes de la pantalla de ayuda y los tutoriales), las narraciones, los diálogos... todo lo que el usuario ve en pantalla cuando juega el juego.

Los manuales, la guía oficial y el embalaje pueden también considerarse como posibles textos para traducir. Y, por supuesto, los videojuegos necesitan una audiencia, lo que hace que a su vez sea esencial traducir el material de publicidad y promoción que los acompañan. Esto puede incluir su sitio web, boletines, contenido en redes sociales, blogs, etcétera.

Sorprendentemente, en tu rol de traductor de videojuegos también encontrarás contenido legal para traducir, sobre todo acuerdos de usuario; los "Términos y condiciones" que debes aceptar al descargar una aplicación.

Quizás estés pensando: "¿Esto significa que estaré a cargo de traducir nombres de personajes creativos en mundos imaginarios y, además, textos legales muy reales?"

La respuesta es sí. ¡Pero por eso eres un supertraductor!



## **El poder de la tecnología**

El software que el traductor deberá usar para localizar dependerá de lo que el cliente solicite. La mayoría de las empresas especializadas en localización de videojuegos pedirán que los traductores utilicen una herramienta de traducción asistida por computadora (CAT tool) que les permitirá la integración del glosario y el uso de la memoria de traducción. La implementación de estas herramientas es extremadamente importante para garantizar que la terminología sea coherente dentro del juego. Cuanto mejor esté equipado el supertraductor para trabajar con esta tecnología, más podrá hacer uso de sus superpoderes. ¡La tecnología es una aliada de los supertraductores! Se podría decir que es su compañera de aventuras, la Robin de su Batman.

## **El poder de la comunicación**

Otro superpoder importante es mantener una buena comunicación. Deberás contactarte con tu cliente si tienes cualquier tipo de pregunta, si necesitas más contexto, si encuentras una incongruencia en la TM, etcétera. Los supertraductores hacen tantas preguntas como sean necesarias para evitar una traducción defectuosa.

El contexto es uno de los recursos más valiosos y esenciales con el que puedes contar al traducir videojuegos. A veces es indispensable ver el contexto para determinar qué es lo que se está localizando. Este personaje, ¿es femenino o masculino? ¿Se está dirigiendo a una o a varias personas? ¿Qué apariencia tienen esas personas? ¿Cuál es su origen? ¿Dónde están? ¿Quién soy? Bueno... no. Puedes omitir esta última pregunta. Aunque a veces te la formules cuando te encuentres traduciendo hasta altas horas de la noche.

## **El poder del ingenio**

El equipo de localización está ocupado y los plazos de entrega del proyecto son ajustados, de modo que debes tomar una decisión incluso si no tienes todo lo que necesitas. Quizás no te responda antes del plazo para mandar esa imagen que necesitas para tu entrega, o puede que la persona a cargo del proyecto no sepa la respuesta a tu interrogante. Tendrás que buscar en línea; posiblemente la mejor fuente que encuentres sean los jugadores. Puedes interactuar con jugadores veteranos, ir a foros o visitar diferentes sitios web de fanáticos para descubrir cómo se refieren a ese objeto en su idioma de destino.

## **El poder de la valentía**

El sonido y la imagen cobran un valor vital en las traducciones audiovisuales y los videojuegos no son la excepción. El texto no puede estar disociado de lo que los jugadores ven o escuchan en pantalla. Incluso cuando deseas adaptar algo para los destinatarios, si lo que aparece en la pantalla no coincide, no dará resultado.

Cada videojuego es un mundo y es posible que cuando al fin estés completamente familiarizado con un universo, tengas que empezar de nuevo. Lo más probable es que toda esa investigación meticulosa que hiciste para el juego en el que estabas trabajando no te sirva de nada para el que traduzcas a continuación. Sí, deberás empezar de cero.

Como localizador de videojuegos harás uso constante de tus superpoderes. Cada proyecto presenta desafíos diferentes, así que ponte tu capa de superhéroe y prepárate para enfrentar esos desafíos. Aprovecha cualquier oportunidad que tengas y sácale el mayor partido. Excede tus expectativas y las de los demás y serás un localizador de videojuegos exitoso. ●

Marina Illari, CT es traductora certificada por ATA de inglés>español con más de 15 años de experiencia en el sector de la traducción. Ha trabajado como traductora, editora y especialista de control de calidad para varias empresas de diferentes partes del mundo con especial foco en la traducción creativa y la localización de videojuegos. Marina es CEO de Terra Translations y coanfitriona del pódcast sobre traducción *En Pantuflas*. **Contacto:** [marina@terratranslations.com](mailto:marina@terratranslations.com).

*Grageas médicas*

# Hablemos de medicina

Fernando A. Navarro



## ¡QUÉ DIFÍCIL ES EL INGLÉS!

### *Herd immunity*

**D**urante la pandemia covídica, no podía evitarlo: cada vez que oía a alguien hablar de la “inmunidad de rebaño” (ojo, no solo periodistas; también investigadores de prestigio y médicos con su especialidad y todo), me sentía tratado como un borrego.

El inglés *herd* puede significar **rebaño**, por supuesto que sí; es un término colectivo para designar un grupo grande de animales que viven juntos, y al hato de ovejas o cabras lo llamamos en español “rebaño”. Pero decimos **piara** si son cerdos, **manada** si animales salvajes como lobos o elefantes, **bandada** si aves, **bando** si peces, **enjambre** si insectos.

Aparte, *herd* puede aplicarse también en inglés a un gran número de personas, en cuyo caso nadie diría en español “rebaño”, sino más bien **multitud**, **muchedumbre**, **gentío** o **grupo**. Traducir no es cambiar la palabra usada en un idioma por la primera que encontramos en un diccionario bilingüe de bolsillo, sino transferir significados adaptados a un contexto. En ocasiones, por ejemplo, he visto usar *the herd* en inglés con el sentido levemente despectivo que tienen para nosotros **la plebe** o **la masa**; y *herd instinct* no es ningún “instinto de rebaño”, sino el instinto gregario. A menos que se trate de un texto de veterinaria en relación con alguna epizootia ovina o caprina, por favor, hablemos de **inmunidad colectiva** o **inmunidad de grupo** en referencia a la que ofrece a toda una colectividad humana la inmunización de una parte significativa de ella, suficiente para quebrar la cadena



Textos seleccionados  
por el autor  
a partir de su  
[Laboratorio del lenguaje](#)  
reproducidos con autorización  
de *Diario Médico*.

de contagios.

## VOCABLOS NOVEDOSOS

### Nasobuco

La pandemia, con un bombardeo continuo de noticias llegadas de todos los rincones de la hispanidad, nos ha familiarizado con la diversidad diatópica de nuestra lengua. Lo que para nosotros es una “mascarilla”, puede ser “barbijo” en Argentina, “cubrebotas” en México y **nasobuco** en Cuba.

En una primera oída, el término recuerda al osobuco milanés, que es la gruesa pieza de carne de vacuno cortada al jarrete con su hueso y su tuétano (del italiano *osso buco*, literalmente “hueso con hueco”). Pero no, nada tiene que ver el nasobuco con él.

En segunda pensada, el médico reconoce los formantes latinos *naso* (que expresa relación con la nariz o las fosas nasales), y *buco* (que en latín expresaba relación con las mejillas, pero en español remite a la boca). ¿Podría ser “nasobuco” una forma abreviada de “mascarilla nasobucal”? Creo que no, y esa o final me hace pensar más bien en un acortamiento, como otros tan característicos del lenguaje médico: cipro, eco, electro, fisio, fonendo, neo, neumo, otorrino, pielo, polio, quimio, reso... Puesto que el nasobuco se usa para impedir la entrada o salida de microbios patógenos de la cavidad nasobucofaríngea, posiblemente deriva de “protector nasobucofaríngeo”, primero abreviado a “nasobucofaríngeo”, luego a “nasobuco” e incluso ya entre médicos acortado más aún a “naso”.

## DUDAS RAZONABLES

### ¿Nóbel o Nobel?

Cada año, cuando se aproxima el mes de octubre, crece la expectación por saber quiénes recibirán el próximo Premio Nobel de Medicina y Fisiología, que solo en cinco ocasiones han ganado investigadores de habla hispana: Santiago Ramón y Cajal (1906), Bernardo A. Houssay (1947), Severo Ochoa (1959), Baruj Benacerraf (1980) y César Milstein (1984).

Ahora bien, ¿cómo se pronuncia el apellido del químico, ingeniero y filántropo sueco Alfred Nobel (1833-1896), inventor de la dinamita, que prestó su nombre a los premios más prestigiosos del mundo? Entre hispanohablantes es cada vez más frecuente oírlo como si fuera palabra llana, /nóbel/, mientras que en el resto del mundo se pronuncia como palabra aguda. Pregunte, pregunte el lector a cualquier sueco (o sueca) y comprobará cómo la pronunciación original es aguda (en sueco, suena más o menos /nubél/).

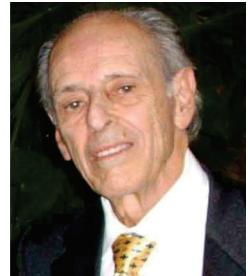
Bueno sería, pues, que fuéramos acostumbrándonos a pronunciar, también en español, **Nobel** como voz aguda.

Fernando A. Navarro, médico especialista en farmacología clínica, muy pronto colgó el fonendo y la bata blanca para ganarse la vida como médico de palabras. Lleva más de 30 años ejerciendo como traductor médico (primero en Suiza, luego en España), le apasiona todo lo relacionado con el lenguaje de la medicina, y muchos lo conocen sobre todo como autor del *Diccionario de dudas y dificultades de traducción del inglés médico* (en [Cosnautas](#)).

**Contacto:** [fernando.a.navarro@telefonica.net](mailto:fernando.a.navarro@telefonica.net)

# **Nuestro idioma de cada día** **Manía de miembros**

*Emilio Bernal Labrada*



**A**migos, la manía de *MIEMBROS* sigue su imparable curso, conducida capazmente por el inglés, que persigue raudo su curso de acortar su vocabulario al más común denominador posible.

Ahora están imitando *member of the audience* con “miembro de la audiencia”, y *member of the public* con... bueno, ya saben.

El hecho de que el anglohablante olvide que el citado “miembro” es *spectator*, “espectador” o “concurrente” no debiera influirnos para nada, como tampoco el que con *member of the public* se refieren a “transeúnte” o “viandante”.

Pero llegamos al punto irracional en que todos tenemos que ser “miembros” de algo, aunque así no adelantemos nada más que destilar el idioma a su mínima expresión.

En cierta ocasión oímos, aunque no lo crean, el caso *ab absurdum*. Así se manifestó un crítico teatral: “Un miembro de la audiencia abandonó el teatro para convertirse en un miembro del público”. Por cierto, ni cuenta se dio de que en español “audiencia” y “público” son sinónimos. Huelgan más comentarios.

Como hemos señalado en anterior artículo, es “membrecía” (de *membership*). Hace muchos siglos que al español le sobran voces que la suplantan, como “afiliados”, “miembros” y, si falta hiciera aclararlo, “el conjunto de afiliados”, ¡aunque para eso tenemos: “TODOS”!

Ofrezcamos un breve acopio de otros “miembros” con que frecuentemente nos obsequia el inglés, con sus tradicionales equivalentes hispanos:

*member of the club*: socio  
*academy member*: académico  
*family member*: familiar, pariente (tienen *relative*, pero ha desaparecido)  
*member of congress*: congresista  
*commission member*: vocal

**Nuevas muertes.** A propósito del lamentable coronavirus, se ha puesto de moda citar las defunciones así (copiando el error inglés: lo correcto es *additional deaths*). Si hay “nuevas muertes”, ¿habrá también “viejas”? Bueno, ya ven ustedes. Es lo que desde antaño ha equivalido a “muertes adicionales” o “más defunciones”. ● ● ●

Siguen regalándonos la frase “Costa este”, que ahora no sabemos si será “esta costa”, “costa oeste” o “costa cuesta”. Total, una pandémica confusión. El punto cardinal “Este”, como sabemos, no se diferencia del pronombre y adjetivo “este”, por no hablar de “esto”, “esta” y, bueno, “testa”. Para eso tenemos “oriente”, “oriental” y, en este caso, preferiblemente, “Costa del Atlántico”, y “Costa del Pacífico” para la occidental. En último caso podrían optar por “Costa del Este” (más correcto y aconsejable que el uso apóstofo). Pero nada, siguen imitando al inglés norteamericano (el británico es más preciso y elegante, pero hacen caso omiso).



**Argumento.** Para variar, siguiendo la pauta anglo, emplean esta voz, que antes significaba únicamente “asunto o tema de una obra literaria”, cuando más valdría utilizar lo clásico: “razones”, “razonamiento”, “justificación” o “explicación”.

**Publicidad.** Prosiguiendo nuestros análisis publicitarios, citamos este anuncio de Tylenol, cuyo titular reza así: “Marca de Alivio del Dolor numero 1” (tal cual y sin el acento). Creemos que más natural en nuestra cultura sería: “¡SU MARCA NÚMERO UNO: TYLENOL! ¡LO MEJOR PARA ALIVIAR DOLORES DE TODO TIPO!”. Ah, y sigue diciendo el aviso trastocado: “Recomendada por los Medicos (sin el acento) para las Personas con Presion (sin el acento) Arterial Alta”. ¡Qué va! Mejor: “La recomendada por profesionales de la medicina para la hipertensión”. Decir “profesionales...” es más abarcador que “los médicos” y “presión arterial alta” es copia innecesaria del inglés e insulta la intelectualidad del cliente que entiende perfectamente la voz “hipertensión”. La insistencia en “personas” es innecesaria (¡no serán mascotas ni monos!). Por último, aconseja “Habla con tu médico si tienes preguntas”. Esta transliteración del inglés es una ridiculez; en nuestro idioma se dice “En caso de duda, consulte a su médico”. (“Hablar” equivale a charlar despreocupadamente de cualquier tema sin importancia).

Pero el broche de oro de Tylenol es el lema: “PARA LO QUE MÁS IMPORTA”. No sabemos qué significa esa transliteración. Además, ese “para” ¿será del verbo *parar*? (¡No se les ocurrió!). ¿Qué tal esta versión?: “¡SU SALUD LO VALE!”.

Al final, amigos, para aliviar los “dolores de cabeza” del inglés, qué les parece si les dedicamos a los publicitarios y locutores un “ARGUMENTO” incontrovertible: piensen en español. ●

Nota: las opiniones expresadas en este artículo son responsabilidad exclusiva del autor y no representan necesariamente las de *Intercambios* ni las de su Comité Editorial.

Emilio Bernal Labrada, de la Academia Norteamericana de la Lengua Española, es autor de *Getting Away with Murder—In U.S. Public Life*, y de *Asesinatos impunes...*, además de otros libros. **Contacto:** [emiliolabrada@msn.com](mailto:emiliolabrada@msn.com)



## Sofía Rodríguez

Ponente distinguida de la División de Español (SPD) en el 61 Congreso Anual de la American Translators Association (ATA)

La SPD se siente sumamente honrada de contar con la participación de Sofía Rodríguez, lingüista, docente, promotora de la corrección en el Perú y cofundadora de la Asociación de Correctores de Textos del Perú, quien ofrecerá dos excelentes ponencias:

(040)

**The Challenge of Agreement  
in Proofreading**

Date: Friday, October 23,  
2020, 12:30 p.m. – 1:30 p.m.

(050)

**The Spanish Gerund: Advanced Guidelines for  
Effective Translation/Proofreading**

Date: Friday, October 23,  
2020, 2:00 p.m. – 3:00 p.m.

Para más información, hagan clic [AQUÍ](#)

## GOOD FEEDBACK!



### SPD SURVEY

2020



**The SPD is pleased  
to share this report on the**

[2020 SPD Professional Development Survey](#)

The survey consisted of a 10-item questionnaire that included nine multiple choice questions and one open-ended question. Participants represented 10.11% of the current SPD membership.

The short survey collected anonymous data about SPD members' needs, experiences, goals, and preferences pertaining to T&I training and education.

In alignment with ATA's guidelines and subject to its approval, the SPD intends to use the survey data collected to contribute adequately to the professional growth and skills development of all SPD members.



# INTERCAMBIOS

Newsletter of the Spanish Language Division  
of the American Translators Association

## Our Mission

**The main objective of *Intercambios* is to serve as a bridge of communication between the members of the American Translators Association (ATA) Spanish Language Division (SPD) and language professionals around the world.**

**Our purpose is to share information of interest about the profession, disseminate cultural and research papers, provide opportunities for professional development, and promote the proper use of Spanish; all in keeping with the policies and objectives of the ATA.**

**To this end, we invite the global community of translators and interpreters—both members and non-members of the Spanish Language Division—to submit their article proposals (in English or Spanish) focused on the fields of translation, interpretation, editing, localization, computer tools, semantics, linguistics, and literature.**

**Email address for articles:**  
[ataspd.intercambioseditor@gmail.com](mailto:ataspd.intercambioseditor@gmail.com)  
**Thank you!**

Visit our website or find us on [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Instagram](#), and [Pinterest](#).

Listen to our [Podcast](#) interviews.