

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESCUELA DE LITERATURA Y CIENCIAS DEL LENGUAJE
MAESTRÍA PROFESIONAL EN TRADUCCIÓN (INGLÉS – ESPAÑOL)

COMMUNICATION BETWEEN CULTURES
DE LARRY A. SAMOVAR, RICHARD E. PORTER Y LISA A. STEFANI
ADAPTACIÓN METALINGÜÍSTICA E IDEOLÓGICA EN UN TEXTO CULTURAL

Traducción e Informe de Investigación

Trabajo de graduación para aspirar al grado de
Magíster en Traducción
(Inglés – Español)

presentado por

LAURA REBECA GUTIÉRREZ VARELA
Carné # 993210-1

2006

La traducción que se presenta en este tomo se ha realizado para cumplir con el requisito curricular de obtener el grado académico de Maestría en Traducción Inglés – Español, de la Universidad Nacional.

Ni la Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje de la Universidad Nacional, ni el traductor, tendrá ninguna responsabilidad en el uso posterior que de la versión traducida se haga, incluida su publicación.

Corresponderá a quien desee publicar esa versión gestionar ante las entidades pertinentes la autorización para su uso y comercialización, sin perjuicio del derecho de propiedad intelectual del que es depositario el traductor. En cualquiera de los casos, todo uso que se haga del texto y de su traducción deberá atenerse a los alcances de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, vigente en Costa Rica.

Agradecimientos

Gracias Dios por crear al Tiempo

tan sabio y paciente.

Él colocó en mi vida a todas las personas
que me dieron su apoyo y comprensión en el camino

Resumen

El presente trabajo de graduación es la traducción y el informe de traducción de partes del libro *Communication Between Cultures* de Larry A. Samovar, Richard E. Porter y Lisa A. Stefani*. Este libro explica conceptos de cultura y comunicación intercultural en un lenguaje accesible al público estadounidense. El objetivo de la traducción es alcanzar un texto que no esté tan cargado de reseñas culturales estadounidenses para el público costarricense. Si bien uno de los objetivos es determinar las situaciones o factores en los cuales se realiza la adaptación, se llegó a la conclusión principal que el fondo ideológico bajo el cual se escribe un texto cualquiera, y en especial éste por referirse al área cultural, guía a tomar decisiones de cambio con respecto al texto fuente en miras de los lectores meta y del traductor como autor y lector.

Si bien no se delimita ninguna situación en la cual se deba a no adaptar, se encontraron dos ejes temáticos en los cuales las causas de la adaptación son más que claras: texto de origen metalingüístico y texto con referencia ideológica marcada.

Descriptores:

Adaptación, Escuela de Manipulación, Metatextualidad, Ideología, Teoría de Skopos, Cultura, Textos interculturales.

* Samovar, Larry A, Richard E. Poter y Lisa A. Stephanie. *Communication Between Cultures*. 3 ed. California: Wadsworth Publishing Company, 1998.

Índice

Prólogo	i
Traducción	1
Capítulo 1: Intercultural Communication: Interaction in a Changing World	2
Capítulo 2 Communication and Culture: The Voice and the Eco	6
Capítulo 5 Language and Culture: Words and Meaning	54
Informe de traducción	76
Introducción	77
Marco Teórico	83
Capítulo 1: Adaptaciones ideológicas	91
Capítulo 2: Adaptaciones metalingüísticas	108
Conclusiones	123
Bibliografía	126
Anexo: Texto fuente	129

Prólogo

El presente trabajo de traducción consiste en una traducción y el informe de investigación. La traducción se basa en los capítulos primero, segundo y cuarto del libro *Comunicación Between Cultures* de Larry A. Samovar, Richard E. Porter y Lisa A. Stefani. De dichos capítulos se recuperó el texto vinculado con conceptos de cultura, comunicación e idioma y los ejemplos que aclaran los conceptos. Posteriormente, se introduce el tema de la adaptación en un texto cultural y se desarrolla en dos capítulos: adaptaciones ideológicas y adaptaciones de origen metalingüístico. Una vez presentados los casos de estudio, se explican las conclusiones y contribuciones al campo de la traducción.

Communication Between Cultures
Traducción de extractos de los capítulos 1, 2 y 5

Capítulo 1

La base de las relaciones interculturales

Todos encontramos personas con antecedentes diferentes a los nuestros; ya sea que estemos negociando un gran contrato con un chino, discutiendo el desempeño de una empresa conjunta, con un alemán, supervisados por una persona de género distinto al nuestro, orientando a un joven estudiante camboyano, trabajando con alguien que no hable nuestro mismo idioma, o entrevistándonos con un miembro de una cultura paralela para un trabajo. No obstante, las diferencias en el idioma, la alimentación, el vestir, el concepto de “tiempo”, los hábitos de trabajo y otros aspectos relacionados pueden ocasionar que muchas de nuestras interacciones con otras personas resulten difíciles e incluso un fracaso.

Como queda dicho, estos asuntos son solamente una pequeña muestra de los problemas asociados con la comunicación intercultural, la mayoría de los malentendidos van más allá de las diferencias superficiales entre las personas. Con esto ejemplificamos cómo la estructura interna de cada cultura, a menudo determina el comportamiento o respuesta de una persona hacia una situación u otra persona. Lo que una cultura en particular valora y su percepción del universo son, por lo general, aspectos más importantes que el hecho de comer con palillos chinos, con las manos o utilizando utensilios metálicos. La necesidad de comprender diferencias significativas con respecto a las relaciones sociales, el concepto del universo, y las percepciones del sufrimiento son en realidad el tema principal de este libro. Es decir, nos interesan las similitudes que nos unen tanto como las diferencias que nos dividen.

Deleted: El contenido

Deleted: joint venture

Deleted: vestido

Deleted: o

Deleted: desastrosas

Deleted: forman partesolamente

Deleted: es usualmente

Deleted: lo que

Deleted: sus

Estudio de la comunicación intercultural

Como ya hemos demostrado anteriormente, el estudio de la comunicación intercultural es un aporte valioso. Ahora conviene referirnos a algunos retos que encontrará mientras se informa del área. El estudio de la comunicación humana es por sí sólo complejo y multidimensional; si le sumamos el elemento “cultura”, la complejidad de cualquier estudio sistematizado sería mucho mayor. El estudio de la cultura es tan inaprensible como el de la comunicación humana. Hay tantos problemas como personas en el mundo; no obstante, se podría dilucidar que la mayoría de los obstáculos pertenecen de una u otra forma a una de estas dos categorías: 1. el fracaso al no reconocer la singularidad de los individuos y 2. la falta de objetividad.

Individualismo

En vista que la cultura carece de estructuras claras, a menudo está cargada de paradojas y contradicciones. Como explicaremos en el capítulo 2, la cultura se aprende a nivel cognitivo como afectivo. Continuamente nos enseñan un nuevo aspecto de nuestra cultura; sin embargo la mayor parte de este aprendizaje es asimilado sin darnos cuenta siquiera de ello. La cultura es tan vaga como específica; es el individuo completo y al mismo tiempo, una parte de él. Es decir, *somos mucho más que sólo nuestra cultura*. Cada ser humano es único y ha sido formado por incontables factores, la cultura es tan sólo *uno* entre tantos. En un momento determinado, nuestro comportamiento es el resultado de millones de años de evolución, de nuestra herencia genética, grupos sociales a los que pertenecemos, género, edad, vida personal, tendencias políticas, percepción de los otros, circunstancias del momento, y muchos otros aspectos. En resumen, a pesar de que este libro se centrará en el estudio de las influencias culturales generadas por la interacción humana, debemos tener en mente que somos en esencia

individuos, y por lo tanto, los valores y conductas de una cultura en particular pueden no ser aquellos de todos los miembros de esa cultura; tal como subrayó hace ya doscientos años el dramaturgo romano Terencio “tantos hombre como mentes; cada uno tiene su forma de ser”.

La cultura nos ofrece un marco común de referencia; no obstante, no somos cautivos de dicha cultura. Por lo contrario, somos individuos que piensan y razonan, tenemos potencial para poder escoger en libertad. Por nuestra capacidad de aprender continuamente, desarrollamos los principios filosóficos necesarios para la comunicación intercultural; además los aplicamos al proceso de interacción con personas culturalmente distintas, y logramos una modificación gradual de nuestras percepciones, pensamiento, y comportamiento de comunicación. Parfraseando a Weinberg, podemos aprender a valorar diferentes grupos de personas dejando de lado su raza, etnia, religión, país de origen, género o preferencias sexuales.¹

Debemos ser cuidadosos al comparar una cultura con otra puesto que hay pocas distinciones evidentes entre los rasgos personales y los culturales de los individuos. Johnson establece esto claramente al comparar los conceptos Orientales del ser con los Occidentales:

En primera instancia, las generalizaciones que resaltan las diferencias entre el Oeste y el Este encubren la diversidad dentro de la misma tradición del Este y la del Oeste: tradiciones presentes a lo largo de las eras, experimentadas de forma diferente por las personas, y entre culturas ajenas. Como segundo punto, estas comparaciones dividen civilizaciones y naciones cuyas tradiciones no se han documentado de manera que se permita una comparación equivalente.²

La mayor preocupación de Johnson era que las comparaciones simplistas a menudo conllevan a exagerar y malinterpretar el papel de la cultura en la comunicación humana. Corresponde recalcar que *las generalizaciones culturales deben ser consideradas como aproximaciones de la realidad, no como representaciones absolutas*. Como la experiencia nos ha enseñado, no todas las personas siguen lo predicho y acordado con respecto al comportamiento cultural. Por lo tanto, es importante tener una mentalidad sencilla y recordar lo que dijo el escritor inglés Robert Burton: “Ninguna regla es general, lo cual admite excepciones”.

Objetividad

Podemos superar el obstáculo final ya que *nosotros* somos el problema; o como dijo una famosa caricatura “Hemos conocido al enemigo, y es nosotros mismos”. El problema es simple: *estudiamos otras culturas desde la perspectiva de nuestra propia cultura*, de esta forma nuestras observaciones y conclusiones están teñidas por nuestras inclinaciones personales y culturales. Es difícil, cuando no imposible, poder otorgar significado alguno a palabras y comportamientos ajenos a nuestro entorno. Por ejemplo, ¿cómo entender que alguien guarde silencio si uno proviene de una cultura en la cual el silencio no es valorado? Tal vez cometemos el error de preguntarnos cómo alguien puede ser tan insensible y permanecer callada en una situación así? Nuestro etnocentrismo obstaculiza la comunicación intercultural y al ser un factor inconsciente, es difícil de examinar. Como autores de este libro, tuvimos que vigilar cuidadosamente los alcances de nuestro etnocentrismo mientras escribíamos cada página del manuscrito. De igual forma, instamos al lector a estar consciente de su nivel personal de etnocentrismo para que éste no limite la apreciación del presente material.

Capítulo 2

Comunicación y cultura: la voz y el eco

Lo que nos hace rivales no son nuestros objetivos—al final todos son lo mismo— sino nuestros métodos.
SAINT-EXUPERY

El hombre creó la cultura para sobrevivir. Nada en nuestras vidas está exento de la influencia cultural. Es la piedra angular del puente de la civilización y es el medio por el cual todos los eventos de la vida deben cruzar.
EDWARD T. HALL

La cultura y la comunicación son dos conceptos diferentes pero están vinculados. Están unidos a tal nivel que algunos antropólogos, así como los autores de este libro, consideran que son sinónimos. Según Smith, “cuando las personas interactúan también se comunican; para vivir en sociedades y para mantener su cultura necesitan comunicarse”³. La cultura se aprende, actúa, transmite y preserva mediante la comunicación. A pesar de que los conceptos de comunicación y de cultura funcionan conjuntamente, los hemos separado para los propósitos de este libro. Empezaremos por examinar la comunicación ya que para entender la interacción es necesario familiarizarse con el papel de la ésta en ese proceso, y luego nos referimos a la cultura.

La comunicación es la base de todo contacto humano por ser la habilidad de compartir nuestras ideas y sentimientos. Todos participamos en la misma actividad cuando nos comunicamos, bien sea que vivamos en una ciudad de Canadá, un pueblo en la India, una comuna en Israel, o en el bosque brasileño. Los resultados y los métodos pueden ser distintos pero el proceso es el mismo: todos nos comunicamos para compartir nuestras realidades con otros seres humanos. Empezamos el estudio de la comunicación intercultural con el análisis de

la comunicación humana para que usted mejore su comportamiento y aprecie el de otras personas.

Definición de comunicación

Es difícil encontrar una única definición de comunicación humana. Por ejemplo, hace unos veinte años Dance y Larson examinaron la bibliografía existente sobre el tema y encontraron 126 definiciones de comunicación⁴, desde entonces cientos se han sumando a la lista. Dos razones principales por las que es difícil encontrar una sola definición de este término son 1. la compleja naturaleza de la comunicación y 2. los problemas de comportamiento intencionado y sin intención.

Complejidad de comunicación

Piense por un momento en las actividades físicas que acompañan un simple gesto de saludar a un amigo. Estas actividades incluyen la estimulación de nuestras terminales nerviosas, la secreción de químicos en el cerebro, y el movimiento de los labios para producir sonido; miles de componentes están inmersos en esta operación, y la mayoría funciona al mismo tiempo. Vea cómo la complejidad de la comunicación está ejemplificado en la observación de Smith: “La comunicación humana es un conjunto de procesos sutiles e ingeniosos. Se hace más complejo si agregamos otros factores como las señales, códigos y significados, siempre incluidos sin importar lo simple del mensaje o transacción”⁵. Al considerar las dimensiones culturales, el proceso de comunicación se dificulta incluso más. Todas las culturas utilizan símbolos para compartir sus realidades, sin embargo, las realidades y los símbolos empleados son a menudo diferentes. En una cultura una forma de saludo puede ser una sonrisa cortés; en

otra se hace una reverencia formal y permanece en silencio, mientras que en otra cultura, lo normal es saludar con un gran abrazo.

Para superar los problemas creados por la complejidad de la comunicación, los especialistas se concentran en diferentes áreas de su interés. Por ejemplo, los neurólogos estudian el papel del cerebro y del sistema nervioso en dicho proceso. Los psicólogos examinan factores relacionados con la percepción, y los lingüistas inspeccionan el lenguaje utilizado por las personas. De este modo, cada disciplina incursiona en una pequeña sección del territorio llamado comunicación humana. Como escritores en el campo de la comunicación intercultural, no debemos hacer generalizaciones del proceso total puesto que sólo estudiamos parte de él. Por lo tanto, como podrá apreciar más adelante, nuestros puntos de vista y descripciones se limitarán a examinar principalmente aquellos elementos que afectan en mayor medida la comunicación cuando individuos de diferentes culturas interactúan.

Comportamientos intencionados y sin intención

Existen dos escuelas de pensamientos que divergen en el hecho que si el comportamiento de comunicación es intencional o sin intención. La primera escuela, representada aquí por Miller y Steinberg, describe la comunicación como el proceso en que una persona *deliberadamente* intenta expresar un significado a otra persona⁶. Según esta línea de pensamiento, mandamos mensajes adrede para cambiar o modificar el comportamiento de otras personas; para esto seleccionamos nuestras palabras y acciones con al menos algún nivel de conciencia. Para Miller y Steinberg, la comunicación no es una actividad que sucede al azar, si no que esta sistematizada y planificada. La planificación puede tomar tiempo en sus preparativos o bien surgir en el momento, en cualquier caso es *consciente*.

La segunda escuela de pensamiento considera que el concepto de intencionalidad es limitado y no logra contabilizar todas las circunstancias en que se trata de expresar un mensaje sin intención. Los seguidores de este pensamiento estiman que la comunicación tiene ocasión cuando las personas adjuntan significado al comportamiento, incluso cuando el emisor no espera que sus acciones sean comunicadas. Se cree que la comunicación puede influir en otras personas a pesar de que sea o no intencional⁷. Para quienes creen en este enfoque más amplio, la comunicación al igual que la cultura sucede sin que la persona esté consciente de ello⁸.

De este modo, la próxima vez que se encuentre en una situación de comunicación intercultural, tome nota de lo importante que son sus acciones y del potencial que éstas tienen para transmitir mensajes. Algunas acciones que en apariencia pueden ser inocentes, como mostrar la planta de los pies a un extraño en Corea, o tocar a una mujer que esta apenas conociendo en Arabia Saudita, pueden expresar mensajes negativos que entorpecerían el resto de la situación.

Componentes de la comunicación

Ahora conocemos las dificultades que implica tratar de buscar una definición de comunicación. Sin embargo, teniendo en cuenta que no somos inmunes a todas las incertidumbres antes mencionadas, es nuestro turno de definir este concepto. Si la comunicación es compleja y multidimensional, entonces puede ser definida así: “es un proceso dinámico y sistemático en el cual los significados se crean y se reflejan en la interacción humana mediante los símbolos”⁹. Si examinamos algunos de los componentes de esta definición, podremos entenderla mejor al igual que al proceso de comunicación.

La comunicación es un proceso dinámico

La frase *la comunicación es un proceso dinámico* acarrea más de un significado. Lo primero y quizás más importante es que la comunicación es una *actividad en transformación*, no es inalterable. La comunicación es como una película, no una fotografía. Una palabra no permanece estática cuando nos comunicamos; por el contrario es remplazada por otra palabra o acción. Como miembros del proceso de comunicación, también sentimos ese dinamismo. Estamos constantemente invadidos por los mensajes de otras personas y como consecuencias nuestros propios mensajes y acciones cambian. Desde que nacemos hasta que morimos (incluso más allá según la creencia en algunas culturas), experimentamos una cantidad casi infinita de cambios físicos y psicológicos; algunos muy sutiles para notarlos, otros muy profundos para ser ignorados. Como más adelante analizamos, la cultura también es dinámica. No es de asombrarse que hace doscientos cincuenta años el filósofo griego Heráclito escribiera: “Lo único permanente es el cambio”.

En segundo lugar, la comunicación es dinámica puesto que una vez empleada una palabra o acción, no se puede retractar. T. S. Eliot pudo haberse referido a este aspecto de *transitoriedad* cuando escribió “en la vida de una persona, el mismo tiempo nunca regresa”. Una vez que un acontecimiento sucede, no lo podemos vivir de nuevo, tal vez experimentemos una situación similar, pero nunca una totalmente igual. El juez que solicita a su jurado tener en cuenta el último testimonio, sabe a la perfección que eso es imposible; las palabras ya fueron dichas y no se pueden silenciar. Un proverbio asiático se refiere a la misma situación: “Una vez lanzada la flecha, no se puede detener”.

Un tercer punto importante es que la palabra *dinámico* también se refiere a la idea que todos los elementos de la comunicación *interactúan* constantemente. Por ejemplo, emitimos

mensajes, creamos acciones, relacionamos las respuestas enviadas por aquellos que nos rodean y escuchamos a nuestros compañeros al mismo tiempo.

Finalmente, la comunicación es dinámica pues lo *inesperado* prevalece en nuestro comportamiento de comunicación. Con brevedad percate sus acciones y cómo la mente a menudo no le gusta lo que hace en ese momento, por lo que diverge de una activada a otra para encontrar una que sí le guste. Algunas veces cambiamos de idea a la mitad de una frase; además, los estudios demuestran que cuando escuchamos nuestro espacio de atención es corto. Este rasgo de la comunicación es tan común que incluso en las escrituras budistas dicen: “La mente es veleidosa y frívola, divaga tras las fantasías donde quiera que sea: realmente es difícil de controlar”¹⁰.

La comunicación es sistemática

Utilizamos la palabra sistemática para referirnos a la idea que la comunicación no ocurre de forma aislada, sino que forma parte de un sistema mayor. Veamos algunos de los elementos que forman parte de este sistema para poder apreciar mejor las conexiones internas.

No recibimos ni enviamos mensajes de forma aislada, todo se desarrolla en un escenario específico. Según Littlejohn “la comunicación siempre sucede en contexto, y su naturaleza depende en gran medida de ese contexto”¹¹. En otras palabras, el escenario y el ambiente ayudan a determinar las palabras y acciones que producimos y el significado que le demos a los símbolos producidos por otras personas. El contexto nos da lo que Shimanoff denominó como una “prescripción indicando el comportamiento obligatorio, preferido o prohibido”¹². La forma de vestir, el idioma, la elección de temas y los gustos están adaptados al contexto; por ejemplo, usted no iría a una charla en la universidad sin usar una camiseta. Las reglas que seguimos en cada lugar, desde la sala de baño hasta en una corte de justicia, están basadas en la cultura por lo

que son relativas. Como analizaremos más adelante, todas estas reglas de contexto dependen directamente de la cultura de cada persona.

Todas las culturas poseen reglas explícitas e implícitas en cuanto al proceso de toma de decisiones y quién puede ser parte en él. En Estados Unidos, las reglas señalan al “jefe” como aquella persona que puede tomar una decisión sobre los demás. Se puede percibir el alcance de esta forma de pensamiento al analizar algunos proverbios populares de ese país que adjudican la responsabilidad a una sola persona. Por el contrario, en otras culturas, como la japonesa, tenemos proverbios que aconsejan consultar a todas las personas posibles antes de tomar una decisión, lo que deja claro sus reglas con respecto a este punto.

Si nos referimos a la comunicación como un sistema, no sólo nos referimos al país donde se lleva a cabo la interacción; también debemos tener en cuenta otros elementos asociados con la naturaleza sistemática de la comunicación, como son el lugar, la ocasión, el tiempo y la cantidad de participantes. Todos estos elementos están siempre presentes en la comunicación; sin embargo, la cultura establece nuestras respuestas hacia cada uno de ellos.

No nos comportamos de la misma forma en todo momento, el *lugar* donde establecemos una relación de comunicación, ya sea un restaurante, una oficina o un auditorio, delimita nuestro comportamiento. Bien sea consciente o inconscientemente, sabemos cuales son las reglas que debemos adoptar en el lugar, muchas de estas reglas están enlazadas de forma directa con nuestra cultura. Por ejemplo, casi todas las culturas tienen edificios de carácter religioso, pero la forma en que las personas se comportan en estos lugares varia. Así, tenemos que en Méjico los hombres y las mujeres van a la iglesia juntos y permanecen en silencio en este lugar; por el contrario, la población en Irán no rinden culto juntos y en lugar de permanecer en silencio ellos recitan en voz alta sus plegarias.

La *ocasión* en la cual se establece la comunicación también nos dicta algunas reglas a seguir. Todos sabemos que en un auditorio se pueden celebrar diferentes actividades, como una graduación, un baile, el estreno de una obra de teatro, entre otras; pero a pesar de que nos encontramos en el mismo lugar la ocasión nos indica el patrón de comportamiento a adoptar, dicho patrón a su vez se ve influenciado por la cultura. Un ejemplo de estas diferencias de comportamiento según la ocasión son las bodas. En algunos países la tradición indica que es un momento de soledad y silencio, como es el caso de Japón; en otras culturas por el contrario esta ocasión sería el motivo de música, bailes, bullicio, y gran alegría entre los participantes, como en la cultura judía.

La influencia que el factor *tiempo* tiene sobre nuestra comunicación es tan sutil que algunas veces es ignorada. Para tomar conciencia de la relevancia del tiempo responda estas unas simples preguntas: ¿cómo se siente cuando alguien lo hace esperar por mucho tiempo?, ¿contesta el teléfono de la misma manera si alguien llama a las 2 de la mañana o a las 2 de la tarde? y ¿apresura la conversación si dispone de poco tiempo para hablar con alguien? Las respuestas a estas preguntas demuestran que muchas veces el reloj controla nuestro comportamiento. Cada comunicación toma lugar en un tiempo y espacio determinado, y la cantidad de tiempo invertido en esa conversación, sea social o formal, afecta el evento en sí. Las culturas también están relacionadas con el tiempo; por ejemplo, en los Estados Unidos las limitaciones de horarios están siempre presentes en las mentes de las personas. Como escriben Hall y Hall “el sistema de citas por horas que la mayoría de los estadounidenses utiliza, revela cómo se sienten uno respecto al otro, la importancia de sus negocios, y dónde se sitúan las personas a nivel social”¹³. Debido a la relevancia del tiempo en la comunicación y sus alcances, explicaremos con más profundidad este tema en el capítulo 6.

El *cantidad de personas* que participa en la comunicación también es de importancia en este proceso. Por experiencia personal sabrá que no se actúa de igual forma si se está interactuando con otras personas en una conversación, ya sea en un pequeño grupo o en una multitud. Las culturas también cambian sus patrones de conducta según la cantidad de participantes. Por ejemplo, en Japón las personas se sienten cómodas cuando establecen comunicación en un grupo grande, por el contrario se sienten intimidadas si deben dar un discurso público.

Un factor de la comunicación todavía más sutil es el *entorno cultural*. Según Woods “el sistema más grande que afecta la comunicación es nuestra cultura, la cual sirve de contexto para realizar todas nuestras interacciones”¹⁴. Las reglas, valores, normativas, tradiciones, tabús y costumbres de una cultura afectan otras áreas del sistema de comunicación.

Las atribuciones de significado

Esta definición general de la comunicación enfatiza las atribuciones de significado o el sentido de un comportamiento que nos es familiar en nuestro entorno. En palabras simples, imagine que de alguna forma hay un receptor de significados en nuestros cerebros, este receptor almacena los significados que procesamos en todo momento. Estos significados se acumulan durante toda nuestra vida al recibir los mensajes del mundo exterior, incluso se podrían almacenar significados procesados en vidas pasadas si prestamos atención a las creencias de otras culturas. Como el novelista Paves dijo “no recordamos días, si no momentos”. Si tenemos esto en cuenta concluiremos que el significado es relativo a cada persona pues cada uno vive momentos diferentes. Estas atribuciones personales representan las incontables variables que participan cuando nos comunicamos.

La comunicación es simbólica

Parte de nuestra definición atribuye al ser humano la cualidad de creador de símbolos. Las personas emplean símbolos para externar su estado interno. Otros animales ser partícipes de otras formas de comunicación, pero nuestra capacidad de comunicación no tiene igual. Esta capacidad la hemos desarrollado durante millones de años de evolución física y otros cientos de evolución cultural, que dan paso a la habilidad de recibir, almacenar y manipular símbolos. Este sofisticado sistema nos permite utilizar un símbolo, sea un sonido, una seña en un papel, una estatua, escritura Braille, un movimiento o bien una pintura, para representar algo más allá de lo visible. Tomemos como ejemplo ese maravilloso don que, al escuchar “los gatitos parecen bolas de algodón”, nos envía una imagen inmediata a nuestras mentes; y ni qué decir de la alegría que nos provoca ver sonreír a una persona querida. Estas dos clases de símbolos (palabras y acciones) permiten que otras personas sepan cómo experimentamos el mundo y qué pensamos de él. Si bien todas las culturas utilizan los símbolos, cada una les atribuye su propio significado. Es decir, la imagen mental que una misma palabra evoca en dos personas de culturas distintas no va a ser igual. Cuando un mexicano dice *perro*, no sólo el sonido utilizado para ese animal es diferente del utilizado en otros idiomas; también la imagen mental que evoca el sonido es diferente de aquella imaginada por una persona de Estados Unidos, por ejemplo. Además de asignar diferentes significados a los símbolos, cada cultura los utiliza para diferentes propósitos. En Estados Unidos, al igual que en gran parte de Europa, la idea general es que empleamos la comunicación para poder hacer las cosas. Como Trenholm y Jensen escriben “la comunicación es el poder de regular y controlar el mundo”¹⁵. A diferencia de la concepción estadounidense, las personas en Japón, Taiwán y China creen que la comunicación esta interiorizada en la mayor parte de los miembros de la cultura, por lo que poca información necesita ser codificada. Nos referimos a los símbolos en todo el libro puesto que son el núcleo

de la comunicación. Por el momento, deseamos que tenga claro que los símbolos, al ser reemplazos de algo más, tienen la oportunidad de dar a conocer nuestras realidades personales.

Características de la comunicación

La comunicación es más compleja y enigmática de lo que nuestra discusión ha abarcado. Para aclarar este concepto, presentamos algunas características de la comunicación que pueden verse inmersas en la comunicación intercultural.

Antes de desarrollar estas características es importante mencionar que la comunicación consta de muchos más elementos de los que podríamos mencionar en las próximas páginas; sin embargo, nombramos algunos sin que esto signifique que sean los más importantes pues en realidad forman parte de un todo. Además, la explicación que podamos brindar, de éste y otros aspectos relacionados con la comunicación, refleja por lo general la visión occidental de este proceso. A pesar de que tratamos de mantener al margen esta predisposición cultural, algunas veces saltan a la vista descripciones y ejemplos de comunicación ciertamente occidentales. Un ejemplo de esto es que haremos gran énfasis en la importancia de la comunicación verbal como canal de transmisión de ideas y pensamientos. En oposición al pensamiento occidental, muchas culturas de Asia dan más valor al silencio como forma de comunicación. Es por eso que el proverbio popular japonés dice “un niño que viva cerca de un templo Budista puede aprender una lección no enseñada”.

Con estas dos reflexiones sobre los azares que debemos afrontar cuando tratamos de entender el proceso de la comunicación, prosigamos con las características; éstas son conocidas por todo ser humano, pero son modificadas por factores como la cultura, la edad, el rango y el género.

No existe el contacto directo mente a mente

Comenzamos con una característica, tal vez obvia y conocida, por la que los seres humanos siempre se han frustrado: es imposible expresar nuestros sentimientos e intenciones mediante la comunicación directa mente a mente. Estamos aislados de los demás por el confinamiento de nuestra piel, de tal manera que lo que sabemos y sentimos permanece dentro hasta que lo comuniquemos. Es como vivir en una casa cuyas puertas y ventanas nunca fueran abiertas. Es posible que vivamos para ser testigos del momento en que alguno de los equipos utilizados en “Viaje a las Estrellas” sea realmente inventado para que otro ser humano pueda tener acceso a lo que vivimos, pero por el momento seguiremos en nuestra celda solitaria. Un proverbio africano ilustra muy bien esta realidad “la Tierra es como un panal de abejas, todos entramos por la misma puerta pero vivimos en celda separadas”.

Si bien la incapacidad de tener contacto mente a mente es universal, los métodos para sobrellevar este obstáculo son diferentes en cada cultura. Algunas culturas creen que al compartir antecedentes históricos y experiencias similares, realmente pueden saber lo que las personas a su lado piensan y sienten. No obstante, en muchas culturas occidentales la falta de conexión mental obliga a las personas a recurrir constantemente a distintos comportamientos como son las preguntas, análisis internos y explicaciones extensas. Puede imaginar algunos de los problemas que ocurren cuando personas de diferentes líneas de pensamiento se enfrentan, trataremos este tema con más profundidad en capítulos posteriores.

Sólo podemos inferir

El siguiente punto es corolario y anexo al primero. Puesto que no podemos saber lo que otra persona piensa y siente, lo único que podemos hacer es inferir lo que está experimentando. Por ejemplo, sólo podemos inferir lo que ocurre en el “mundo privado” de la persona de al lado.

Sacamos nuestras propias conjeturas basados en una palabra, el silencio, un extenso discurso, un símbolo como asentir con la cabeza o una mirada. Estas palabras y acciones son un intento leer entre líneas para captar lo que ha quedado tras la puerta de nuestro confinamiento.

Nuestra búsqueda para definir el mundo

En el corazón mismo de la comunicación radica la absoluta realidad de que nacemos en un mundo sin significado. Desde el momento en que nacemos hasta nuestra muerte, experimentamos una constante búsqueda para encontrar el significado del mundo que estimula nuestros sentidos. Esta idea es difícil de entender algunas veces, sobre todo si consideramos que la mayoría de nosotros no puede vislumbrar un mundo sin definiciones y significados. Sin embargo, podemos imaginar lo confuso que debe de parecer el mundo para una recién nacido el cual ha vivido en un ambiente apacible y debe confrontar, en un corto lapso de tiempo, los sonidos, gustos, imágenes y sensaciones que en ese momento de la vida no tienen ningún significado. Debe de ser, como escribió Willian James, una confusa masa que chispea y balbuce mientras que saluda al recién nacido. A partir de ese momento, la búsqueda de significados se convierte en una tarea de por vida.

Conforme experimentemos con nuevas palabras, personas y situaciones buscamos el significado en todo. Ruben resume muy bien esta idea al escribir que “nuestros comportamientos verbales y no verbales son interminables fuentes de información para otras personas; en intercambio, somos sujetos de un continuo e inevitable proceso de análisis de la información dada por otras personas, circunstancias, objetos en nuestros entorno y por nosotros mismos”¹⁶. Como se ha mencionado, el significado que adjudiquemos a estas experiencias toma su base en nuestra cultura. En los Estados Unidos, si algún miembro de las culturas dominantes ve dos hombres besándose en público, en la mayoría de los casos lo encontraría

antinatural y extraño. En otras culturas, este mismo acto no sería más que un evento común y sin importancia. Utilizando muchos ejemplos, este libro describe cómo las diferentes culturas definen las circunstancias y cómo las personas las confrontan.

La comunicación se refleja a sí misma

Emerson, filósofo norteamericano, dijo que “donde sea que vayamos, lo que sea que hagamos, nosotros mismos somos el objeto que estudiamos y del cual aprendemos”. Se refería a la idea que la comunicación se refleja a sí misma, fuera que empleara o no la terminología adecuada. Esto quiere decir que los seres humanos poseen la capacidad incomparable de pensar a cerca de sí mismos, de percatar cómo definen el mundo, y de reflejarse en el pasado, presente y futuro. Este enfoque hacia uno mismo generalmente surge en el proceso de la comunicación. Ruben lo plantea de esta forma: “debido a nuestra capacidad de pensar en nosotros mismos, podemos tomar conciencia de nuestra realidad y existencia, de la comunicación y del comportamiento humano”¹⁷. Esta formidable destreza nos permite ser participantes y observadores a la vez: podemos observar, evaluar, y cambiar nuestro comportamiento como comunicadores en el momento de tomar partido en una conversación. Somos la única especie que puede ser tanto el sujeto como el objeto de la acción en el proceso de comunicación.

Sabemos que existe una dimensión cultural para nuestra capacidad de pensar en nosotros mismos, a pesar de que algunas veces no se manifieste. Los individuos de algunas culturas se preocupan más por sí mismos que los de otras culturas, por lo que dedican más tiempo al cuidado de la apariencia personal. El “Yo” es el corazón y la filosofía occidental; por ejemplo, los estadounidenses creen que el individuo es el centro del universo pues han experimentado diversas corrientes de pensamiento que van desde las ideas de Locke, quien proponía que la racionalidad nos concedía las respuestas para *todas* las preguntas, hasta las

ideas de los llamados “expertos en la ayuda personal” quienes hablan de “el poder del individuo”. Por el contrario, en las culturas donde lo importante es el grupo, sus miembros tienden a prestar más atención a las otras personas a pesar de que piensan en sí mismos cuando se comunican.

El cerebro es un sistema abierto a la información

Esta característica se fundamenta en otra cualidad del cerebro humano: la capacidad de un aprendizaje continuo. Por ejemplo, si se desconoce que Confucio vivió del año 551 hasta 479 A.C., y que Buddha era el hijo de un rey rico del clan Shakyan; el cerebro almacenaría esta información como nuevo conocimiento. Por esto describimos al cerebro como un sistema abierto a la información. El cerebro, por su capacidad de compilar nueva información a lo largo de nuestras vidas (incluso después de ésta según algunas culturas) tiene funciones interesantes de estudiar para cualquier persona que se relacione con el estudio de la comunicación intercultural.

Este concepto del cerebro nos alerta en tres puntos. El primer punto es que si bien somos capaces de aprender a lo largo de nuestras vidas, el modo de responder a una persona es el resultado de nuestros genes y de lo que nuestro cerebro ha experimentado. Es evidente que no todos hemos experimentado las mismas situaciones y que no todas las culturas acumulan los mismos conocimientos. Por ejemplo, mientras que en una cultura el cerebro ha recibido información de cómo montar un camello; en otra, se ha recibido información de cómo manejar un automóvil. Es de suma importancia para aquella persona interesada en la comprensión de las actividades interculturales estar consciente de los diferentes bancos de conocimiento de las culturas. Platón propuso algo similar hace casi: “Ninguna ley u orden es tan poderosa como el conocimiento”.

El concepto del cerebro como sistema abierto nos guía a nuestro segundo punto: podemos aprender unos de otros. Una cultura que ha desarrollado un tratamiento contra alguna enfermedad del corazón, hace partícipe a otra de sus alcances. Una cultura que utiliza la acupuntura para curar diversas enfermedades, enseña a otra este arte. Del mismo modo, una cultura que valora la paciencia, transmite este valor a otra cuyos miembros son presa del apuro cotidiano. En otras palabras, compartimos nuestras mejores capacidades como personas.

El tercer punto por considerar es que debido a nuestra capacidad de aprender continuamente, la información que incorporamos a nuestro banco de conocimiento va más allá de fechas y lugares. Nos informamos acerca de cómo otras personas percibían el mundo e utilizar este conocimiento para cambiar nuestro comportamiento. La importancia del cambio es lo que deseamos resaltar a lo largo de este libro. Esperamos que con esta nueva perspectiva de la comunicación intercultural, puedan suscitarse cambios en el comportamiento comunicativo. En este tiempo de gran contacto intercultural, todos necesitamos información, tolerancia y disposición al cambio si es con el objetivo de beneficiar a la sociedad y a nosotros mismos.

La comunicación tiene consecuencias

Como ha sido el caso de los otros elementos de la comunicación ya examinados hasta el momento, la característica que vamos a analizar también esta entrelazada con la temática general del libro. Esta propiedad implica que cuando recibimos un mensaje algo pasa dentro de nosotros; de igual forma todos nuestros mensajes, de una forma u otra, afectan a otras personas. Este efecto no es ni una teoría metafísica ni filosófica, si no una realidad biológica que demuestra la tendencia a reaccionar ante los comportamientos que observamos en otras personas.

Las respuestas hacia los comportamientos observados son diferentes en tipo e intensidad. Es útil visualizar las respuestas potenciales en una línea continua (ver Fig. 2-1). En un extremo

de la línea se encuentran las repuestas para aquellos mensajes evidentes y fáciles de comprender. Por ejemplo, si una persona le pide la dirección para llegar a la biblioteca, la respuesta usual sería indicarle de manera oral la ubicación de ese edificio; incluso podría señalarlo. De esta forma, el mensaje de la otra persona habrá provocado una respuesta visible.

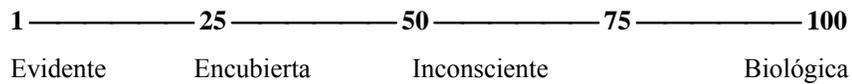


Figura 2-1

Si continuamos en la línea continua, encontraremos diferentes clasificaciones para aquellos mensajes que sólo producen respuestas mentales. Por ejemplo, si alguien le dice que el Gobierno no invierte suficiente dinero en la educación superior, y usted reflexiona sobre esta opinión, está respondiendo al mensaje, aunque su reacción no sea visible.

Al proseguir en la línea, encontraremos reacciones mucho más difíciles de detectar procedentes de mensajes recibidos al imitar, observar e interactuar con otras personas; por lo general, no somos conscientes de recibir este tipo de mensajes. Tomemos algunos ejemplos de nuestro entorno: nuestros padres nos muestran el papel por desempeñar según el género; de esta forma, aprendemos acerca de las diferencias entre hombre y mujer; y si alguien nos saluda con un beso en lugar de un abrazo, lo que nos enseña son las normas establecidas para dirigirse a otras personas. Posteriormente, dedicaremos más de este capítulo a explicar cómo la mayor parte de nuestra cultura es transmitida por estos mensajes, tal vez sutiles, pero de mucha influencia.

Llegando al extremo opuesto de la línea, encontraremos las respuestas a los mensajes que recibimos de forma inconsciente. Esto quiere decir que nuestro cuerpo reacciona a pesar de que nuestros procesos cognitivos se mantienen en un mínimo de actividad. Este tipo de mensajes puede alterar nuestras secreciones químicas, incrementar o disminuir el ritmo cardiaco, cambiar

la temperatura de nuestra piel, modificar el tamaño de nuestras pupilas y desencadenar cientos de variadas respuestas internas. Si bien este tipo de respuesta química y biológica es la más difícil de esclarecer, refuerzan nuestra idea de que la comunicación tiene consecuencias. Si nuestras reacciones internas producen caos en nuestro sistema, podríamos resultar enfermos como es el caso del estrés severo. De esta forma, queda claro que sin importar el contenido del mensaje, la comunicación produce cambios en las personas.

Todos recibimos y respondemos mensajes; sin embargo, la naturaleza de las repuestas está arraigada en nuestra cultura. El dolor asociado con la muerte de un ser querido es tan natural como respirar; no obstante, cada cultura determina la forma de enfrentar y compartir esta pena. Las formas de lidiar con los acontecimientos del mundo exterior van desde el llanto histérico hasta el mantener una apariencia estoica.

La respuesta hacia un mensaje puede no ser inmediata, puede tardar horas, días e incluso años. Tal vez a usted, de niño, su maestro de segundo grado le pidió que no arrojara piedras a los pájaros; quizás le dijo que los pájaros tenían familia y que necesitaban recoger comida para los polluelos. Incluso, pudo haberle recordado que los pájaros también sienten dolor, tal como las personas. Tal vez veinte años más tarde, cuando piense en comer un animal, recordará las palabras de su maestro y decidirá ser vegetariano.

Es importante recordar el poder implícito en nuestros mensajes y considerar las consecuencias éticas de nuestras acciones comunicativas. Bien sea que usted tome o no en serio las posibles consecuencias de sus mensajes, esta cambiando a las personas cada vez que intercambian mensajes. Al final de este libro le ofrecemos una guía para que evalúe su responsabilidad ética en el proceso de comunicación.

Parecidos y diferentes

Esta última característica es la más difícil de explicar. Con sólo releer el subtítulo, se dará cuenta de la laboriosa tarea que tenemos por delante pues exponemos una afirmación que en sí es contradictoria. Para resolver este problema, expondremos el tema dividiéndolo en dos partes, ambas verdaderas.

Empecemos con la premisa de que *somos parecidos* a cualquier otro ser humano. En esta sección nos hemos centrado en muchos aspectos para explicar cómo somos similares: cada uno de nosotros nos comunicamos utilizando los mismos principios básicos, todos construimos símbolos para representar nuestro estado interno mientras que otras personas reciben y responden a esos símbolos. No obstante, los puntos en común como especie van más allá de las formas en las que compartimos ideas e información. Cualquier inventario de estas cualidades estaría incompleto puesto que las personas somos más afines de lo que suponemos. A pesar de esto, enumeramos algunas de estas cualidades con el fin de explicar mejor nuestra primera premisa.

Somos idénticos en numerosos aspectos fisiológicos y químicos; todos tenemos corazón, pulmones, cerebro, etc. Además, estamos hechos literalmente del mismo “material”: agua, sal y otras sustancias. Nuestros genes y cultura nos inducen a buscar placer y a evitar el dolor; esto quiere decir que cada ser humano, al igual que todos los otros animales en el planeta, dedicamos gran energía a la búsqueda de la comodidad física. Sufrimos de la misma manera, una herida en el brazo es muy similar en Perú que en Beverly Hills; lo que puede variar es el tratamiento.

Todos buscamos de la misma manera placer emocional y evitamos que nuestros sentimientos sean heridos. Si bien la palabra *ego* evoca la cultura occidental, los conceptos detrás de la palabra (respeto propio, admiración, vanidad y otros similares) son comunes en todas

las culturas. Los sentimientos evocados por esta palabra son similares sin importar la cultura: en China se refiere a guardar las apariencias, en Méjico al machismo y en Jordania al orgullo.

Tomemos en cuenta que *todos nosotros*, sin importar la cultura, debemos enfrentar cuatro realidades fundamentales en cierto momento de nuestra vida. La primera realidad por enfrentar es que *la vida no es infinita*: nuestra vida no continuará por siempre, por lo menos no en nuestra forma presente. Como Shakespeare dice en *La tempestad*: “Nos llenamos conforme nuestros sueños se forman, y nuestras vidas están rodeadas de sueños”. El segundo punto es que cada uno debemos descubrirnos a temprana edad que *estamos aislados del resto de los seres humanos*. Como hemos indicado, la envoltura de nuestra piel nos separa el uno del otro de tal forma que nadie puede saber el *verdadero* estado interno. La tercera verdad fundamental es que todos, sin importar nuestra cultura, somos arrojados a un mundo que nos obliga a *tomar decisiones*; sea por la presión de amigos, cultura o por obligaciones legales, debemos tomar decisiones a cada instante de nuestras vidas. Finalmente, tal como se ha indicado, el mundo no tiene ningún esquema delimitado que nos indique su significado en nuestras vidas. Esto significa que en el momento del nacimiento el mundo no tiene significado alguno, todos nosotros *nos vemos forzados a otorgarle significado*.

Entre las numerosas cualidades que compartimos debemos tener en cuenta son aquellas vinculadas con la percepción. Todos apreciamos el momento de nacer como un acto magnífico. Pertenece a una familia, deseamos encontrar una pareja, ser amados y amar. Estas y otras experiencias universales apoyan la idea que somos muy parecidos los unos a los otros.

Por otra parte, entrando al tema de las diferencias, citamos al escritor inglés Lord Chesterfield quien dice que “nunca han habido, desde el principio del mundo, dos casos exactamente iguales”. Es decir que nunca han existido dos personas iguales con exactitud. Esta forma de analizar la situación se apoya en el simple hecho de que nuestra experiencia en este

mundo es tanto interna como única; por lo que cada persona responde al mundo de forma diferente. Si usted oye una palabra, o si alguien lo toca, su cuerpo responde del interior al exterior. El significado de esta reacción parece ser lógica si estudiamos tan sólo dos de las muchas acciones en las cuales participamos cuando recibimos un mensaje. Para comenzar, el mundo exterior incide en nuestras terminaciones nerviosas lo que provoca una reacción interna. En segundo lugar, tendemos a evaluar las situaciones o mensajes empleando símbolos de nuestro pasado y, a pesar de tener pasados parecidos, no nos detenemos a pensar que cada uno vivió una experiencia de forma única e individual. Esta explicación puede ser algo elemental pero no deja de ser cierto.

Como se ha indicado, la interpretación y el significado de los símbolos, por tomar un ejemplo, son subjetivos pues no son los mismos para todas las personas. Si redactamos una frase tan simple como “me gusta ir a la pista de carreras”, esta puede suscitar una amplia gama de respuestas según los antecedentes del receptor. Alguien puede relacionarla con lo nocivo de las apuestas y creer que esta persona es insensata; por lo contrario, otra persona que leer la misma frase respondería simplemente que a ella también le gustan las carreras. La subjetividad prevalece como regla general. Infancias similares, anatomía, género, edad, cultura y otros aspectos similares nos pueden unir, pero lo aislado de nuestra mente y las experiencias particulares nos separan. El escritor inglés George Gissip capturó este obstáculo comunicativo al decir que: “la mente recrea el mundo a nuestro alrededor, incluso si estamos uno al lado del otro en la misma pradera, mis ojos nunca verán lo que está destinado para los tuyos, mi corazón nunca se inquietará por las mismas emociones que conmueven el tuyo.”

Así como las diferencias individuales, nuestras culturas también nos separan. Si bien todos debemos confrontar los problemas filosóficos de la muerte, del aislamiento, de la libertad de elección y del significado, nuestras resoluciones finales para cada conflicto están arraigadas a

la cultura. Por ejemplo, el hinduismo enseña a creer en la reencarnación después de la muerte; por el contrario, en el islamismo la muerte vincula a las personas con el cielo o el infierno, dependiendo de la forma en que vivieron sus vidas. Como podemos apreciar con este ejemplo, cada persona lidia con la muerte a su forma, pero las opciones que se emplean son culturales. Sitaram y Cogdell resumen este punto así:

Los miembros de las diferentes culturas miran al mundo que los rodea de forma diferente. Algunos consideran que el mundo físico es real, otros que es sólo una ilusión. Algunos creen que todo en cuanto les rodea es permanente y otros dicen que es transitorio. La realidad no es lo mismo para todos nosotros.¹⁸

El eje central de este trabajo consiste precisamente en exponer la noción de diferentes realidades combinada con la idea de similitudes culturales; por lo tanto, repetidas ocasiones volvemos al punto que *un exitoso comunicador intercultural aprecia las similitudes y acepta las diferencias*.

Comprender la cultura

Ahora abarcaremos el tema de la cultura, pero la transición de comunicación a cultura debe ser progresiva puesto que, como destaca Hall, “la cultura es comunicación y la comunicación es cultura”¹⁹. Es decir, es difícil distinguir la voz del eco, como nos sugiere el título de este capítulo.

Algunas personas en Corea y China colocan los perros en hornos de cocina, mientras que en los Estados Unidos otras personas los ponen en sus sofás y camas. ¿Cuál es la razón? Las personas de Tabriz o de Teheran se sientan en el suelo a orar cinco veces al día, pero las

personas en Las Vegas permanecen despiertas toda la noche al frente de máquinas tragamonedas. Algunas personas hablan tagalo y otras inglés. Algunas personas pintan y decoran sus cuerpos enteros pero otras gastan millones en pintar y decorar sólo sus caras. Algunas personas hablan con Dios, pero para otras es Dios quien les habla, e incluso otras dicen que no existe tal cosa como Dios. ¿Por qué ocurre eso en cada uno de los casos? La respuesta general a todas estas interrogantes es la misma: las personas aprenden a pensar, sentir, creer y actuar como lo hacen debido a los mensajes que han recibido en sus procesos de comunicación, y los aspectos culturales radicados en esos mensajes.

Esta característica omnipresente de la cultura ha llevado a Hall a concluir que “no existe un solo aspecto de la vida humana que no haya sido tocado y alterado por la cultura”²⁰. En muchos aspectos Hall tiene razón: todo es cultura y la cultura está por doquier. Algo todavía más importante, y que nos concierne, es que la cultura gobierna y define las condiciones y circunstancias bajo las cuales diversos mensajes pueden o no ser enviados, vistos o interpretados. Hay que tener en cuenta que no nacemos sabiendo cómo vestarnos, con qué juguetes divertirnos, qué comer, qué dios venerar, ni cómo gastar nuestro dinero o tiempo. La cultura es tanto el maestro como el libro de texto. Ella desempeña un papel dominante en nuestras vidas, define desde la cantidad de contacto visual que nos permitimos tener en nuestras conversaciones hasta explicaciones del por qué nos enfermamos. Cuando la comunicación varía, las prácticas también cambian, tal como lo escribe Smith:

En la sociedad moderna diferentes personas se comunican mediante diversas maneras, como lo hacen las sociedades en todo el mundo; y ese modo de comunicarse es la forma en la cual viven. ¿Quién le habla a quién? ¿De qué modo lo hace? ¿De qué tema hablan? Estas son preguntas de comunicación y cultura. Una geisha japonesa y un vendedor de

libros inglés envían y reciben los mensajes en diferentes canales en distintos sistemas. Cuando los elementos de la comunicación varían o cambian, también lo hacen los elementos culturales. La comunicación y la cultura son inseparables²¹.

En vista de que la cultura nos condiciona a utilizar una forma de comunicación en particular, es imperativo que comprendamos cómo funciona; de este modo, estaremos dando el primer paso hacia la mejora de nuestra comunicación intercultural. En el presente capítulo explicaremos cómo se define cultura y por qué las culturas se desarrollan. Además, discutiremos acerca de los elementos principales que componen la cultura y examinaremos los aspectos de la comunicación intercultural.

Las funciones básicas de la cultura

El reconocido antropólogo Haviland afirma que “las personas mantienen las culturas para lidiar con problemas o sucesos que les conciernen”²². Se cree que la cultura evolucionó por las mismas razones: apoya la necesidad básica de revelar un mundo predecible en el cual estamos confinados, y por ello nos permite encontrarle sentido a lo que nos rodea. Como expuso el escritor inglés Fuller hace ya doscientos años: “La cultura facilita todas las cosas”; y la cultura “facilita todas las cosas” por dos razones: la primera es que facilita la transición del vientre a esta nueva vida dando sentido a los eventos, objetos y personas, por lo que hace del mundo un lugar menos misterioso y aterrador; la segunda es que como la mayoría de los elementos culturales son automáticos y subconscientes, esto hace que la vida sea menos confusa como lo presentaremos más adelante. Shapiro lo indica de la siguiente forma:

Por esto, la influencia de la cultura se vuelve algo habitual y subconsciente lo que hace que la vida sea más fácil, justo como respirar, caminar y otras funciones del cuerpo están controladas por el subconsciente; de este modo, el subconsciente deja libre de esta carga a las partes concientes del cerebro para que se dediquen a otras actividades²³.

La cultura, tomando a la familia como su primera forma de expresión, enseña a los más jóvenes el comportamiento aceptable desde el punto de vista de los adultos que los vaya a recompensar. No hay necesidad de realizar grandes esfuerzos para saber qué significa un evento determinado y cuál es la forma de comportarse en él. Habitualmente, los miembros de una misma cultura se comportan de manera correcta, automática y predecible. De aquí que la cultura pueda servir de protección a lo desconocido al ofrecer un plan de vida para nuestras actividades. Trate de imaginar un solo día de su vida sin la guía de los elementos de la cultura; esto puede ser complejo ya que la cultura nos provee estructuras que van desde cómo ganarse la vida hasta el desarrollo de un complejo sistema económico, y desde cómo conocer a nuevas personas hasta como encontrar una pareja. Esta misma estructura nos facilita las habilidades y reglas necesarias para adaptarnos a nuestro mundo. Las extensiones de esta estructura podrían llegar hasta el punto de estar de acuerdo con Harris al decir que “nuestra cualidad primaria de adaptación pertenece a la cultura, no a la anatomía”²⁴.

Además de presentarnos el mundo como un lugar menos desconcertante, las culturas han evolucionado hasta el punto de convertirse en la principal forma de satisfacer tres tipos de necesidades: básicas (comida, abrigo, protección física), derivadas (organización laboral, distribución de alimento, defensa, control social) y equilibrio (seguridad psicológica, armonía social, propósito de vida)²⁵.

Definiciones de cultura

Como ya se ha explicado, la cultura es ubicua, multidimensional, compleja y dominante. Al igual que con el concepto de comunicación, se han propuesto diversos significados para cultura. En 1952, Kroeber y Kluckhohn elaboraron un listado de 164 definiciones que encontraron en documentación antropológica²⁶. Por supuesto, a partir de ese momento muchas nuevas definiciones se han construido. La gama es variada, desde aquellas en las cuales la cultura abarca todo y es todo, hasta aquellas restringidas a la ópera, el arte y el ballet. Para nuestros propósitos nos centraremos en las definiciones que describen la relación existente entre la cultura y la comunicación.

Hoebel y Frost, quienes pensaban que la cultura era parte de casi toda actividad humana, la definieron como un “sistema integrado de patrones de comportamientos aprendidos, los cuales son característicos de una sociedad y no el resultado de la herencia biológica”²⁷. De este modo, establecieron que la cultura no era consecuencia de patrones genéticos predeterminado o de los instintos²⁸. Tuvieron dos razones que justificaron esta posición; ambas ideas nos ayudan a entender el vínculo entre comunicación y cultura. La primera es que la cultura es transmitida y mantenida mediante la comunicación y el aprendizaje, lo que quiere decir que la cultura se aprende; esta idea es apoyada por los estudiosos en temas culturales. La segunda agrupa las persona cuya línea de pensamiento apoya la idea de que la cultura es aprendida. Este grupo considera que el individuo es confinado a un lugar geográfico determinado al momento de nacer y que es expuesto a ciertos mensajes y aislado de otros. Todos estos mensajes, respecto a la religión, alimentación, literatura, etc., están contruidos con base en la cultura; por lo tanto, todo lo que una persona experimente es parte de su cultura.

A partir de una definición que abarca todo comportamiento aprendido, nos desplazamos a otra que propone nuevas fronteras para la cultura y, al igual que la primera, contiene el concepto de comunicación. Bates y Plog proponen una definición descriptiva:

La cultura es un sistema en el cual se comparten creencias, valores, costumbres, comportamientos y artefactos que los miembros de una sociedad emplean para hacer frente al mundo y a ellos mismos; este sistema es transmitido de generación en generación por medio del aprendizaje. Esta definición no sólo abarca patrones de comportamiento, sino también de pensamiento (significados compartidos que los miembros de una sociedad atribuyen a varios fenómenos intelectuales y naturales, los cuales incluyen la religión y las ideologías), artefactos (herramientas, alfarería, construcción, máquinas, obras de arte), y las habilidades y técnicas para elaborar estos artefactos, las cuales son culturalmente transmitidas²⁹.

Esta definición abarca la mayor parte de aspectos culturales en los cuales los estudiosos coinciden. Utilizando esta descripción como punto de partida, proponemos una definición más acorde con el propósito de este libro. *Definimos cultura como un depósito de conocimientos, experiencias, creencias, valores, acciones, actitudes, significados, jerarquías, religión, nociones del tiempo, funciones a desempeñar, relaciones de espacio, conceptos del universo y artefactos adquiridos por un grupo de personas en el transcurso de generaciones mediante esfuerzo individual o grupal.* Es por lo anterior que la cultura puede abarcar todo, desde rituales de iniciación hasta conceptos del alma. Detengámonos, por un instante, en todas las creencias culturales que influyen la percepción del mundo y el modo de interactuar en él. Los sentimientos que despierta en uno la bandera de su nación en oposición a la bandera de otro país,

refleja su pertenencia cultural. Mediante sus puntos de vista con respecto al trabajo, la migración, la libertad, la edad, la limpieza, la higiene, la ética, el vestido, la salud, la muerte, los juegos, la magia y la superstición, el sexo, la modestia, la diferencia de los estratos sociales, cortejo, la formalidad e informalidad y muchas otras. Usted se refleja como miembro de una cultura específica.

Características de la cultura

Independiente del número de definiciones que analicemos, todas coinciden en siete grandes características de la cultura. Examinar estas características hará de usted un mejor comunicador por dos razones. En primer lugar, el estudio de estas características hará evidente la relación entre comunicación y cultura. Además, ésta podría ser la primera vez, para algunos de ustedes, que se exponen ya sea a su propia cultura o a otra, lo cual incluso puede ser más importante. Recordemos que la mayor parte de los elementos culturales se dan por sentados y están en un nivel inconsciente. Por esto, aprender acerca de cultura puede ser un despertar a la conciencia de sus propias acciones y las de otros. Shapiro nos ofrece las mismas alentadoras palabras cuando escribió: “descubrir la cultura, estar consciente de que moldea nuestro comportamiento, valores e incluso nuestras ideas; y aceptar que existe arbitrariedad en sus elementos, puede ser una experiencia esclarecedora”³⁰.

Antes de empezar nuestro análisis, es importante destacar que dentro de cada cultura existen numerosas culturas paralelas y especializadas. Más adelante abarcaremos este tema, por ahora vamos a explicar a qué nos referimos con el término *cultura*. Cuando hablamos de cultura estamos hablando de la *cultura dominante* que se encuentra en cada sociedad. A pesar de que se utilizan otros términos, por ejemplo *cultura principal*, preferimos designarla como *dominante* lo cual indica claramente que la cultura de la cual hablamos es la que está en el poder. Las

personas en poder son aquellas que durante el transcurso de los años han tenido el control y todavía lo tienen. Las principales instituciones dentro de la cultura son: la Iglesia, el Gobierno, la Educación, la Milicia, los medios de comunicación en masa, el sistema monetario y otras similares. Tomemos las palabras de McLemore para ejemplificar lo que es una cultura dominante:

El grupo dominante en la sociedad norteamericana se constituyó cuando personas de origen inglés se establecieron en la costa Atlántica y gradualmente extendieron su sistema político, económico y religioso hasta controlar el territorio. La estructura de este grupo, sus valores, costumbres y creencias las podemos rastrear hasta a. el sistema de leyes Británico, b. la organización del comercio durante el siglo dieciséis y c. las ideas y prácticas del protestantismo británico³¹.

En los Estados Unidos, los blancos cumplían con los requisitos de supremacía. Así lo podemos constatar, puesto que para cada posición de importancia en las principales instituciones del Estado hay un hombre blanco a cargo. Ellos se encuentran en el centro de la cultura puesto que desde esta posición pueden determinar y manipular el contenido y flujo de mensajes producidos en esas instituciones. Al controlar gran parte de los mensajes culturales también controlan las imágenes presentadas a la mayoría de la población. Sean la Iglesia, los medios de comunicación en masa o el Gobierno, la cultura dominante establece metas, perpetúa costumbres, establece valores y toma decisiones que afectan la población. Su poder les permite influir en lo que piensan las personas, sus aspiraciones y lo que hablan. Como Folb dijo, “el poder a menudo se define como la capacidad de influir en otras personas para que hagan lo que uno quiere”³².

Al finalizar esta explicación del poder y la dominación debemos subrayar que todas las culturas están marcadas por un grupo dominante que ejerce gran control sobre las percepciones, patrones de comunicación, creencias y valores. Lo que cada grupo utilice para obtener el control puede ser diferente pero todos llevan el mando. Folb indica lo mismo al decir:

Un estatus alto y el poder intrínseco podrían coincidir en aquellos vistos como grandes guerreros y cazadores; aquellos investidos con poderes mágicos, divinos o especiales; aquellos considerados sabios; o en aquellos que están en posiciones de importancia, valoradas o de vital relevancia social de recursos y beneficios³³.

Sin dar más importancia a la fuente del poder, hay quienes dentro de las sociedades ejercen una influencia desproporcionada y esto se manifiesta en el comportamiento de otras personas.

La cultura se aprende

Empezamos por la característica más importante de la cultura. Sin la ventaja de apelar a los conocimientos de aquellos que vivieron antes que nosotros, no podríamos tener cultura. De hecho, “el conocimiento grupal que se acumula (en diarios, libros y objetos) para su uso en el futuro” es el centro del concepto de cultura³⁴. Nacemos con necesidades básicas, las cuales crean y dan forma a nuestro comportamiento; pero ahora conocemos esas necesidades y desarrollamos comportamientos para enfrentarlas mediante el aprendizaje. Como lo indican Bates y Plog:

Ya sea que nos alimentemos de lo que sembramos o cazamos, de la crianza de camellos o del cultivo de trigo; bien sea que busquemos una explicación para una tormenta en el análisis de las condiciones meteorológicas o en una pelea entre dioses; nuestra opinión se define por nuestro aprendizaje de enculturación³⁵.

El término *enculturación* se refiere a la actividad de aprender nuestra propia la cultura. Más exactamente, Hoebel y Frost dicen que enculturación es “el acondicionamiento, consciente o inconsciente de un niño o adulto, durante el proceso para lograr ser competente en una cultura en particular”³⁶. En psicología social y sociología, el término *socialización* suele emplearse como sinónimo de enculturación. Sin importar cuál palabra se emplea, la idea es la misma. Desde la infancia, los miembros de una cultura aprenden patrones de comportamiento y pensamiento hasta el punto de interiorizarlos casi por completo, y se hacen habituales. La enculturación se lleva a cabo a menudo mediante la interacción (por ejemplo, sus padres los besaban y así usted aprendió a besar dependiendo de la situación, la persona y el lugar), la observación (presta atención al hecho de que su padre era el que manejaba el automóvil, de esta manera aprende acerca de las funciones de género; lo que un hombre y una mujer deben hacer) e imitación (usted ríe de las mismas bromas que sus padres reían; así aprendió sobre situaciones cómicas; por ejemplo, es divertido cuando alguien se resbala y cae siempre y cuando no se haga daño).

Las palabras *consciente* e *inconsciente* utilizadas en la definición de Hoebel y Frost nos ayudarán a entender el siguiente punto con respecto al aprendizaje. Si examinamos la palabra *aprendizaje* aplicada a la cultura, encontraremos diversos significados. Así como el vocablo *dolor* se emplea para describir el malestar provocado por una herida en el cuerpo o por la angustia al ser víctima de algún accidente, la palabra *aprendizaje* también es utilizada para

representar una variación en nuestro entorno. Es decir, *aprendemos nuestra cultura de muchas maneras y de muchas fuentes*. Por ejemplo, en Estados Unidos un niño aprende de su abuelo a dar la mano cuando conoce a una nueva persona, esto es aprendizaje cultural. De la misma forma, un bebé árabe el cual escucha el Corán desde tempranas edades aprende de su cultura. De igual forma, un niño judío, o de la India, de Francia, o de Egipto aprenden la cultura por medio de la interacción, imitación y observación de su entorno.

El aprendizaje consciente, a diferencia del inconsciente, es más fácil de explicar y comprender. En su forma más simple es aprender a nivel cognitivo. Es que uno lea, le demuestren o le digan acerca de lo que nosotros debemos saber según la cultura. Cuando vemos una película exaltando el heroísmo de alguna persona aprendemos de esto. Cuando una madre pide a sus hijos bañarse, aprendemos de hábitos de aseo y de la importancia de la limpieza. Cuando un padre le dice a su hija que dé las gracias cuando reciba un cumplido, se aprenden modales. Del mismo modo, cuando leemos en la Biblia sobre la piedad que Jesús sintió hacia las prostitutas, aprendemos de valores. En todos estos ejemplos, las personas toman consciencia de los mensajes que están recibiendo. A pesar de que esta forma de enculturación es parte del proceso de aprendizaje, representa el aprendizaje en su segundo nivel; en el nivel inconsciente aprendemos la esencia de lo que llamamos cultura.

Debido a que estamos influidos por la cultura desde el instante en que nacemos, pocas veces estamos conscientes de los mensajes que se nos envían. Como dijo Keesing, “es un principio de la antropología de la cultura que ésta tienda a ser inconsciente”³⁷. Esta dimensión inconsciente u oculta de la cultura, ha llevado a muchos investigadores a pensar que la cultura es invisible. Por ejemplo, Ruben sostiene que “la presencia de la cultura es tan sutil y generalizada que simplemente se desconoce. Está ahí ahora, ha estado desde momentos inmemoriales, y pocos de nosotros tenemos alguna razón para pensar en ella”³⁸. Para muchos de nosotros sería

difícil recordar una experiencia o evento por el cual aprendimos normas de conducta como el contacto visual directo, el uso del silencio y espacio, la importancia de ser atractivos, nuestra perspectiva sobre el envejecimiento, nuestra capacidad de hablar un idioma y no otro, nuestra preferencia a estar activos en lugar de meditar, y de resolver un conflicto de una forma en lugar de otra.

Varios aspectos deben estar claros hasta el momento. En primer lugar, el aprendizaje de las percepciones culturales, las reglas y del comportamiento por lo general se dan sin que la persona tenga conciencia de ello. En segundo lugar, los mensajes culturales más importantes son reforzados y repetidos. Finalmente, aprendemos nuestra cultura de una gran variedad de fuentes.

La cultura se transmite de generación en generación

El escritor norteamericano Thoreau dijo que “el pasado es ahora”. Para que una cultura exista y prevalezca debe de asegurarse de transmitir sus mensajes y elementos cruciales. Como dijo Brislin, “cuando existen valores primordiales considerados como el centro de una sociedad que ha existido por muchos años, estos valores deben ser transmitidos de una generación a otra”³⁹. Esta idea apoya nuestra aseveración que la cultura y la comunicación están ligadas: la comunicación hace que la cultura sea un proceso continuo mediante el cual los hábitos culturales, valores, actitudes, y otros aspectos similares son estructurados; de este modo son comunicados a los demás miembros de la cultura. Tan intensa es esta necesidad de unir una generación con otra del pasado y del futuro que Keesing lo expone así: “Cualquier ruptura en la cadena de aprendizaje conduciría a la desaparición de la cultura”⁴⁰.

Para los estudiantes de comunicación intercultural es importante recordar que, a pesar de la existencia de conceptos universales, cada cultura es única por lo que dispone de un compendio de conocimientos diferente al de otra sociedad humana. En los Estados Unidos siempre se dice

que se debe mirar hacia el futuro. Por el contrario, en China el mensaje es mirar hacia el pasado para encontrar guía y fortaleza. Para los estadounidenses la competencia es una buena cualidad, mientras que para los mejicanos y nativos norteamericanos lo mejor es cooperar en lugar de competir. Otra idea es que los estadounidenses enseñan a apreciar la juventud; por otro lado, los coreanos respetan y atesoran las experiencias de los adultos mayores. Cada uno de estos ejemplos nos encausan al mismo punto: el contenido de una cultura es lo que se transmite de una generación a otra.

La cultura se basa en símbolos

El antropólogo Clyde Kluckhohn afirmó que “la idea de la cultura humana sin un idioma es inconcebible”⁴¹. El surgimiento de un idioma fue el paso gigante que hizo posible el desarrollo del notable e intrigante sistema que llamamos cultura. Nuestra corteza cerebral, y todas las estructuras neurológicas relacionadas con ella, se han desarrollado de tal manera que nos permite utilizar los símbolos a un nivel de sofisticación que no tienen igual en otras criaturas. Además de transmitir conocimiento de generación en generación también podemos divulgar ideas, una característica ya examinada. De esta forma, las reflexiones, observaciones, hechos, experimentos y sabiduría acumulados a través de miles de años se encuentran a nuestra disposición; el lingüista Weinberg se refería a este conocimiento al decir que “los grandes pensamientos de los genios, transmitidos mediante símbolos, nos permiten abarcar el aprendizaje realizado a través de los siglos”⁴². Según Goodenough, el lenguaje, sea verbal, no verbal o de iconos, es “posible de aprender de las experiencias compartidas acumuladas”⁴³. Bates y Plog nos ofrecen un resumen de su visión de la importancia del lenguaje:

El lenguaje permite que las personas se comuniquen en cada situación, que organicen sus experiencias en categorías abstractas (por ejemplo: “una ocasión especial” o “un mal augurio”) y que expresen pensamientos nunca antes dichos. Áreas del conocimiento humano y creencias tales como la moral, la religión, la filosofía, la literatura, la ciencia, la economía y la tecnología entre otras, además de la capacidad de aprender acerca de ellas y saber utilizarlas, dependen de este tipo de comunicación avanzada⁴⁴.

Como ya fue indicado antes, los símbolos que cada cultura utiliza son muy variados. Una cultura utiliza el lenguaje oral como su símbolo para comunicar a la población la importancia de la libertad. Se recurre a la palabra escrita para que las personas se informen de los hechos históricos como guerras, revoluciones o luchas por la independencia de sus países; o también puede utilizar acciones, es decir lenguaje no verbal como un apretón de manos o una reverencia, como símbolos para representar por ejemplo, un saludo. Por medio de una bandera las culturas reclaman territorios como suyos o demuestran lealtad, joyas o automóviles para representar éxito y posición social, y simbolizar su amor por Dios a través de una cruz, una estrella de David (estrella de seis puntas) o una luna creciente.

La facilidad de llevar consigo los símbolos permite que los guardemos, almacenemos y enseñemos lo relacionado con ellos a otras personas. La mente, la literatura, las pinturas, las películas, los videos, los discos de computadora y otros medios por el estilo, permiten preservar lo que la cultura considera valioso para el aprendizaje de las futuras generaciones. Con esto, cada individuo, sin importar su generación, es heredero de un gran repertorio de información que ha sido recopilado y mantenido desde mucho antes que esta persona existiera en la cultura. Concluimos que la cultura se acumula a través del tiempo y de esta forma se preserva. Como el novelista francés Marcel Proust una vez dijo: “El pasado continúa en el presente”.

La cultura es sujeto de cambio

Las culturas son sistemas dinámicos que no existen en aislamiento, ellas están sujetas al cambio. Desde muchísimo tiempo atrás, y por causas diversas que van desde el contacto con viajeros hasta con los medios de comunicación disponibles hoy en día, las culturas contrastan ideas e información de fuentes externas lo que provoca cambios por la misma naturaleza del contacto. En nuestros días las culturas están bombardeadas ya sea por los medios electrónicos o por interacción directa con las “culturas extranjeras”. Estas “culturas extranjeras” pueden ser los vecinos de al lado o encontrarse realmente al otro extremo del mundo; el contacto y los cambios se han hecho inevitables.

Los cambios provocados por el contacto directo ejemplifican la similitud entre la cultura y la comunicación. Más que estática, la cultura se caracteriza por ser dinámica y en constante evolución. Las culturas son sujeto de fluctuaciones, algunas de las cuales son constantes. Si bien las culturas cambian por medio de diversos mecanismos, los tres más comunes son la innovación, la difusión y la aculturación.

La *innovación* es por lo general definida como el descubrimiento de nuevas prácticas, herramientas o conceptos que muchos miembros de una cultura aceptan eventualmente y que pueden producir pequeños cambios en los hábitos sociales y de comportamiento⁴⁵. La televisión, las computadoras y el movimiento de los derechos de la mujer son buenos ejemplos de productos y conceptos que dieron nueva forma a una sociedad, en este caso la estadounidense. Como se puede notar en lo anterior, los cambios son rápidos y las culturas modernas y con mayor tecnología incurren más en ellos⁴⁶.

Podemos encontrar muchas situaciones en las que la innovación no ha sido aceptada, ya sea por temor de las personas o por el hecho de que la cultura se forma con los hábitos. Por

ejemplo, a muchas personas no les gustan las computadoras, y hay otras que se quejan de que la mujer tenga derechos iguales a los del hombre.

La *difusión* es otro mecanismo de cambio el cual consiste en el préstamo de ciertas características de una cultura a otra. Históricamente, la difusión ha sido parte del contacto cultural desde la consolidación de las culturas. La difusión está por doquier, en la utilización de plantas propias de otras culturas para obtener un producto o en la venta de un producto a nivel mundial por una franquicia.

Uno de los objetivos de las culturas es perdurar, por ello suelen adoptar sólo aquellos elementos que sean compatibles con los valores y creencias ya existentes, o bien que la modificación que se vaya a causar sea mínima. La habilidad de asimilación aumenta cuando una cultura está en contacto directo y regular con otras culturas. Por ejemplo, como resultado de la firme relación de comercio entre Estados Unidos y Japón se puede apreciar cómo los estadounidenses asimilan las prácticas de negocios de los japoneses mientras que estos utilizan las tácticas de comercio de los primeros.

La *aculturación*, como cambio cultural, “ocurre cuando una cultura experimenta cambios drásticos por la influencia de otra cultura y sociedad más dominante con la cual tiene contacto”⁴⁷. Es usual que la aculturación sea una consecuencia del contacto prolongado, intensivo y directo entre dos o más culturas o culturas paralelas antes ajenas una de la otra. Este tipo de cambio se ve reflejado en los inmigrantes, los cuales se ven involucrados en una cultura ajena por diversas razones. Como parte de la aculturación, estas personas se ven forzadas a lidiar con una considerable cantidad de cambios culturales. En la mayoría de los casos “estas personas detectan nuevas formas de pensamiento y comportamiento y estructuran una nueva personalidad que logre adaptarse a la sociedad anfitriona”⁴⁸. Un concepto inherente

al de la aculturación es que la mayoría de las personas se adaptan pero también conservan muchos de los valores, costumbres y patrones de comunicación de su cultura original.

El grado de éxito en la adaptación de una persona a otra cultura depende de un sinfín de factores. Para explicar esto haremos énfasis en dos factores en especial: el primer factor es que todo depende de nuestra cultura de origen y el segundo es que el grado de aculturación depende del comportamiento que está siendo modificado. Un ejemplo del primer factor es que un inmigrante británico experimentaría un período de adaptación a la cultura estadounidense menos pesado que un inmigrante de Burma. Con respecto al segundo factor, como indican Bates y Plo, “una cultura que se adapta gradualmente a las prácticas de otras culturas no adapta cada comportamiento o creencia de la otra cultura”⁴⁹. Como puede imaginarse, el proceso de adaptación no es el mismo si hablamos de cubiertos que si hablamos de creencias religiosas. Posteriormente hablaremos del tema de la aculturación y cómo hacer que este proceso sea una etapa de menor presión en la persona.

Para finalizar vamos a destacar un aspecto que considerar cuando hablamos del análisis de cambios culturales: si bien muchos de los aspectos culturales son sujeto de cambio, la estructura interna de una cultura se resiste a experimentar un cambio significativo. Esto quiere decir que aspectos tales como el guardarropa, la alimentación, el transporte, la vivienda y otros por el estilo pueden cambiar; por el contrario, valores asociados con la ética, la moral, el trabajo y el tiempo libre, la definición de libertad, la relevancia del pasado, las prácticas religiosas, las concepciones con respecto al género y la edad, están tan arraigadas a la cultura que persisten de una generación a otra. El escritor Barnlund destaca esta misma idea al decir que “la difusión del budismo, el islamismo, el cristianismo y el confucianismo no significó la homogenización de las culturas en las cuales se desarrollaron. Generalmente ocurrió lo opuesto: las sociedades adaptaron las creencias religiosas a sus propias tradiciones culturales”⁵⁰. Estudios realizados en

los Estados Unidos demuestran que los valores que esta sociedad manifestó en la década de 1990 son similares a los presentes durante los últimos doscientos años de historia de ese país. Al evaluar el grado de cambio de una cultura se debe tener en cuenta lo que se ha cambiado de ella. No se deje llevar por las apariencias, lo que en realidad denominamos cultura se encuentra presente más allá de las primeras impresiones. En cierta forma la cultura es como la Luna: podemos ver una cara, la cual aparenta ser plana y unidimensional; pero en realidad tiene muchas otras dimensiones que no podemos observar.

La cultura es integral

A lo largo de este capítulo hemos fragmentado y aislado diversas partes de la cultura y hemos hablado de ellas como si fueran independientes unas de otras. Esto es inevitable por la misma naturaleza del idioma; sin embargo, todas estas partes forman un todo integral llamado cultura, que al igual que la comunicación, es sistemática. Esto quiere decir que la cultura funciona de manera interrelacionada. Hall indica que “si intervenimos en una parte de la cultura todo lo demás se verá afectado de igual modo”⁵¹. Valores asociados al materialismo influyen el tamaño de la familia, la ética de trabajo, las metas espirituales y otros aspectos relacionados. Un complejo ejemplo de la interconexión de los elementos culturales es el movimiento de los derechos civiles se dio en los Estados Unidos. Este movimiento provocó cambios en la vivienda, en las prácticas discriminatorias, en las oportunidades de educación, en el sistema legal, en las oportunidades profesionales e incluso en la comunicación. Con esto podemos observar como una sola situación cambió comportamientos, valores y actitudes en la sociedad estadounidense.

La cultura es etnocentrista

Mientras que una cultura considera que comer carne es un acto de bárbaros, las personas que lo practican considerarán que un acto bárbarico es, en realidad, el internar a una persona mayor en un asilo. Esta diferencia de perspectivas es lo que se denomina etnocentrismo. El etnocentrismo puede ser la característica que más directamente se relaciona con la comunicación intercultural. Si consideramos su definición formal será evidente el lazo que lo une al concepto de comunicación. Sumner, al cual se le adjudica el introducir este término en el estudio de la cultura, define etnocentrismo como “el nombre técnico que designa al punto de vista de algunas personas que piensan que su propia cultura es el centro de todo, y que clasifican y posicionan las demás culturas con base en su cultura de origen”⁵². Los antropólogos coinciden por lo general en la idea que el etnocentrismo se encuentra presente en todas las culturas⁵³. La mayoría de los estudiosos sostienen que la tendencia a juzgar las situaciones desde el punto de vista de nuestra propia cultura es normal y si no llega a puntos extremistas, puede incluso acarrear beneficios. Por ejemplo, el etnocentrismo suele ser una “fuente de identidad personal y cultural”⁵⁴. Keesing describe el impacto provocado por el etnocentrismo en la imagen de una cultura al decir que “casi siempre el folklore de una sociedad incluye mitos a cerca de la creación, los cuales dan prioridad al nacimiento de ese grupo social y enviste sus costumbres particulares de la aprobación supranatural”⁵⁵.

Por el contrario, el etnocentrismo puede tornarse negativo y volverse “destrutivo cuando es utilizado para excluir a otras personas, para proveer criterios derogatorios y para rechazar cambios”⁵⁶. El sentimiento de “nosotros estamos en lo correcto ellos están equivocados” estimula que cada aspecto de una cultura prevalezca. Los ejemplos pueden ser insignificantes, como el pensar que los aretes sólo se deben colocar en las orejas y no en la nariz, hasta ideas más relevantes como el aseverar que “debemos protegernos y alzar nuestras

defensas contra esos fanáticos religiosos”. En otras palabras, el etnocentrismo puede provocar la alienación de la cultura paralela con respecto a la dominante, o bien, de un grupo hacia otro. Por ejemplo, es usual que un grupo étnico viva separado de otro diferente, o bien que las personas discapacitadas sean excluidas de nuestro entorno diario.

No deseamos dar la impresión de que el ser etnocentrista es un acto consciente, pues en realidad la mayoría de las veces no lo es. Al igual que la cultura, el ser etnocentrista se aprende a nivel inconsciente. Por ejemplo, cuando en la escuela se enseña primordialmente la historia, la geografía, la literatura y el sistema de gobierno de un país específico, se está enseñando etnocentrismo sin percatarse. Si sólo estudiamos los logros de los hombres blancos, por ejemplo, aprendemos a ser etnocentristas sin tomar conciencia de esto. Los estudiantes instruidos en una visión tan limitada desarrollan la creencia de que su país es el centro del mundo y aprenden a juzgar el mundo según sus normas nacionales. Este fenómeno no es inherente de una cultura en específico, todos aprendemos a juzgar a las demás personas basados en nuestra religión, pertenencia política, moral, etc.

En el capítulo final del libro hablaremos de algunos de los problemas asociados al etnocentrismo y daremos algunos consejos para sobrellevarlos.

La cultura se adapta

Teniendo en cuenta lo discutido, podemos ver que las culturas tienden a adaptarse. La historia nos muestra cómo las culturas han cambiado a causa de leyes, cambios de valores, desastres naturales, guerras y otras calamidades. Estudiemos, por ejemplo, el cambio de papeles entre hombres y mujeres. Tradicionalmente lo usual era pensar que el lugar de una mujer era hogar y criando a los niños. Existían labores socialmente aceptadas para una mujer, por ejemplo secretaria, enfermera o maestra. Sin embargo, los cambios culturales así como

consideraciones económicas hicieron que el papel de la mujer en la sociedad cambiara drásticamente. Tanto hombres como mujeres han tenido que experimentar una gran adaptación debido a esto. Existen otros cientos de ejemplos, observemos al pueblo judío extendido alrededor del mundo en los últimos doscientos años y sin embargo sobrevive; o bien, el proceso de recuperación que han experimentado los japoneses, después de la gran destrucción en la Segunda Guerra Mundial, los ha transformado en una de las más grandes fuerzas políticas y económicas en el mundo.

Al concluir esta sección deseamos remarcar que el poder de la cultura es tan grande ya que su enseñanza empieza desde el momento de nacer y continúa durante toda nuestra vida. Si bien un poco sexista para nuestro tiempo, la antropóloga R. Benedict nos ofrece una excelente explicación de la gran influencia de la cultura en nuestras vidas:

La historia de vida de una persona es desde el principio un ajuste a los patrones y normas que tradicionalmente se presentan en su entorno social. Desde el momento del nacimiento las costumbres practicadas en la comunidad en la que se nace, dan forma a las experiencias y comportamientos del individuo. Al desarrollar la capacidad verbal, una persona es una pequeña criatura en su cultura; y para el momento en que ha crecido y puede ser parte de las actividades de su sociedad, sus hábitos, creencias y limitaciones son los mismos que los de la comunidad. Cada nuevo niño compartirá estos rasgos con las otras personas que lo rodean, y será imposible para una persona de otro lugar alcanzar tal inmersión cultural⁵⁷.

El punto más importante de esta discusión sobre la cultura, lo expresa de manera hermosa la siguiente frase: “Dios dio a cada persona una jarra, una jarra de barro, y de esta jarra

ellos bebieron la vida... todos se sumergieron en el agua, pero sus jarras eran diferentes”⁵⁸. Es decir, todos somos parecidos pero diferentes a la vez, y nuestra cultura representa parte de esas diferencias.

Comunicación intercultural

La mayor parte de este capítulo demuestra la relación entre la comunicación y la cultura. En toda nuestra discusión hemos tenido en cuenta la premisa que el individuo y su cultura son un sistema fuertemente entrelazado. Según Barnlund “el individuo y la sociedad son antecedente y consecuencia uno del otro: cada persona es creador de la sociedad y el producto más notable de ésta a la vez”⁵⁹. Una vez que hemos explicado el desarrollo de la fusión entre la cultura y la comunicación, nos disponemos a examinar cómo esa coalición da como resultado el estudio de la comunicación intercultural. Comenzaremos con la definición de comunicación intercultural, mencionaremos algunas de sus formas más comunes y daremos una breve explicación de sus elementos. El resto de este libro se dedica a la discusión en profundidad de estos aspectos.

Definición de comunicación intercultural

En un sentido amplio, la comunicación intercultural ocurre cuando un miembro de una cultura elabora un mensaje que será recibido por un miembro de otra cultura. Para ser precisos, *la comunicación intercultural es aquella comunicación que toma lugar entre personas cuyas percepciones culturales y sistema de símbolos son suficientemente distintos como para alterar el proceso de comunicación*. Suele utilizarse el término *comunicación transcultural* al referirse a la comunicación entre personas de diferentes culturas. Ya que este término implica la comparación entre las culturas (por ejemplo en lo que respecta a liderazgo), lo consideramos

limitante. Sin embargo, existen otras expresiones que podemos utilizar cuando nos referimos a diferentes dimensiones y formas de comunicación intercultural.

Formas de comunicación intercultural

Los términos *raza*, *grupos étnicos* y *comunicación intracultural* son a menudo utilizadas en este tipo de contexto. Consideramos que todas en realidad son formas de comunicación intercultural, sin embargo vamos a definir las de forma breve.

Comunicación interracial

La comunicación interracial toma lugar cuando el emisor y el receptor de un mensaje son de diferentes razas. La mayoría de los estudiosos se refieren a *raza* al designar el grupo de características físicas, y no tanto las culturales, de un grupo. Algunos argumentan que dada la mezcla de rasgos físicos, las razas no serán suficientemente diferentes como para separarlas por categorías. Lo importante es recordar que no siempre las características físicas influyen en la comunicación. Como explicaremos más adelante, la comunicación se ve afectada por las características físicas al imponerse fuertes prejuicios que conllevan a los estereotipos y a la discriminación.

Comunicación interétnica

Los grupos étnicos forman por lo general sus propias comunidades en un país o cultura. Estos grupos comparten su origen y herencia, lo que influye en los apellidos, el lenguaje, la religión, los valores, entre otros. Los cubanos de Miami, los salvadoreños de Québec, los turcos de Berlín y los marroquíes de París pueden ser todos ciudadanos de su país anfitrión, pero su cultura étnica se transfiere de generación en generación. Este estilo de vida

permite que estos grupos mantengan, hasta cierto punto, su cultura mientras que viven dentro de otra dominante⁶⁰.

Comunicación intracultural

Algunas veces este término es utilizado para referirse al intercambio de mensajes entre los miembros de una cultura dominante; no obstante suele utilizarse para designar la comunicación en la cual uno o ambos de los participantes pertenecen a dos o múltiples grupos culturales. En estos casos, factores como la raza, la etnia y otros similares influyen. Creemos que el término *culturas paralelas* es lo más adecuado para describir la situación en la cual la comunicación se ve afectada cuando una o más personas pertenecen a una variedad de grupos culturales. Si bien hemos utilizado este término desde el principio del libro, es de gran importancia dejar en claro su concepto.

Durante años, la literatura social científica utilizó la palabra *subcultura* al referirse a individuos o grupos de personas que eran miembros de otra cultura mientras vivían en una cultura dominante. En los últimos años el término se dejó de utilizar y el concepto se ha redefinido. Si nos referimos a una categoría general de comunicación intracultural, la expresión *culturas paralelas* es la que se utiliza puesto que el prefijo *sub* implica que los miembros de la cultura no dominante son deficientes o inadecuados. La palabra *subcultura* también conlleva connotaciones que designan “la mejor y la peor, la superior y la inferior”⁶¹. Consideramos que este cambio de *subcultura* a *culturas paralelas* es muy acertado. Por lo tanto, continuaremos utilizando el término ***culturas paralelas*** cuando nos referimos a *grupos o comunidades sociales que muestran características comunicativas; de percepción, valores y creencias; y prácticas que son significativamente diferentes como para distinguirlas de otros grupos, comunidades y de la cultura dominante.*

Ahora, tratemos de entender por qué estas culturas paralelas tienen distintos patrones de comunicación. Los conceptos esenciales característicos de la cultura también pueden ser aprovechados en la comprensión de las culturas paralelas. El primer principio es el proceso por el cual una cultura dicta lo que uno experimenta. El ser homosexual, discapacitado, mejicano nacido en Estados Unidos, negro o mujer, expone al individuo a un determinado conjunto de mensajes que ayudan a establecer la percepción de esa persona hacia aspectos del mundo externos; además, determina la manera de comunicar esas percepciones. Es importante destacar que la conexión entre las culturas paralelas puede tomar como base la raza, la etnia, los antecedentes, el género, la edad, las preferencias sexuales y otros factores por el estilo, como Wood bien lo explica⁶². En el caso de los Estados Unidos, Smith se refiere al grupo afroamericano como cultura paralela y dice que “el pueblo negro estadounidense ha desarrollado un lenguaje y otras características de comportamiento, las cuales constituyen la manifestación de este grupo como cultura paralela”⁶³. El segundo principio es el proceso por el cual la cultura, mediante diversos medios, como los medios de comunicación, las iglesias, las escuelas, los padres de familia o la religión, transmite las experiencias para que los nuevos miembros, ya sean niños o adultos, las aprendan. Ilustraremos estos dos principios con el ejemplo de las mujeres estadounidenses como cultura paralela, y trataremos de dar una explicación para la clasificación de este grupo social como cultura paralela. Nótese que se puede realizar el mismo análisis para cualquier otra cultura paralela compuesta por individuos que han tenido en común mensajes y experiencias por un largo período.

Si, como Bates afirma, la cultura es “un conjunto relativamente organizado de creencias y expectativas sobre la más adecuada forma de hablar, pensar y organizar nuestras vidas”⁶⁴, podemos entender cómo los hombres y las mujeres crecieron en dos grupos distintos de cultura de comunicación. Si bien a primera vista pareciera que ambos comparten el mismo ambiente y

experiencias, tales como el sistema jurídico, el hogar, la escuela, la Iglesia y los medios de comunicación, los mensajes que ambos grupos reciben de cada una de estas instituciones son distintos. Pensemos por un momento acerca de lo que se “enseña” a las mujeres norteamericanas con los siguientes mensajes. Usualmente una mujer adopta el apellido de su esposo una vez casada. Según lo reportado en la investigación de Wood, en el ambiente escolar se “tiende a estimular la dependencia, el sosiego, la deferencia y la blandeza de carácter en el estudiantado femenino” y “recompensa la independencia, la reafirmación personal, y actividad en los muchachos”⁶⁵. A las mujeres se les designan actividades dentro del hogar mientras que a los hombres se les asignan las actividades del exterior. Las muchachas deben estar cerca de la casa mientras que los muchachos pueden salir a explorar. Los juegos de las niñas son calmos y restringidos, mientras que los de los chicos son dinámicos, violentos, combativos y competitivos⁶⁶. Pensemos por un momento en los mensajes implícitos en la escogencia de juguetes: muñecas para las niñas y carros o armas para los niños. Los libros, las revistas y la televisión alientan la formación de conceptos de género que indican lo que es importante y *quién* es importante. Por ejemplo, recientemente la revista *Time* listó “los diez más poderosos” de los Estados Unidos, todos hombres blancos⁶⁷. Este tipo de mensajes, y miles de otros, producen dos grupos de personas que se perciben a sí mismas de forma diferente (la autoestima de las mujeres es más baja que la de los hombres), ven el mundo de forma distinta (las mujeres ven el mundo con más ansiedad y hostilidad), actúan diferente (92% de las personas encarceladas son hombres), se relacionan con las personas de distinto modo (las mujeres son más empáticas que los hombres), se expresan distinto (las mujeres indagan e interrumpen menos que los hombres), y hacen uso diferente de las formas no verbales del idioma (las mujeres sonríen más, utilizan más el contacto visual y emplean gestos más discretos). La lista de diferencias podría extenderse hasta el fin de este libro, pero este no es nuestro propósito. Lo

importante es recordar que como las experiencias son únicas, también generan formas de comportamiento únicas que influyen en la comunicación.

Si bien hemos discutido los conceptos de comunicación racial, étnica e intracultural, creemos que estas tres se manifiestan bajo el mismo proceso y elementos. Es decir que las alianzas y asociaciones creadas comparten percepciones, valores y normas similares, y distintos códigos verbales y no verbales. Por lo tanto, el término *comunicación intercultural* encaja mejor para referirnos al proceso de interacción, el cual es el sujeto principal de este libro.

Capítulo 5

El idioma y la cultura: palabras y significados

La importancia del idioma

Decir que el idioma tiene importancia es exaltar lo obvio, sin embargo con frecuencia ignoramos la influencia de éste en el comportamiento humano; es decir, damos por sentado la habilidad de hablar y escribir. Mediante el uso de sonidos y símbolos, podemos dar vida a nuestras ideas; como Henry Ward Beecher escribiera: “El pensamiento es la flor; el lenguaje es el botón de flor cuando se abre; y la acción es la fruta tras la flor”.

El idioma es sumamente importante pues con él logramos interactuar con nuestro entorno. Si monitoreamos un día normal, veríamos cómo utilizamos el idioma para una amplia gama de propósitos. Lo utilizamos al despertar (¡buenos días!) y para relacionarnos con el mundo exterior. También utilizamos las palabras para compartir una experiencia poco grata y para obtener apoyo de otras personas: —¿Te cuento la horrible pesadilla que tuve anoche?—. En este ejemplo también demostramos cómo con las palabras nos relacionamos con el pasado, es decir, hablamos de lo que ya ocurrió.

Con las palabras tratamos de obtener alguna clase de control sobre el presente: —Pásame la sal y la pimienta—. Todos tratamos de influir en nuestro entorno y de alterar las situaciones diarias en las que nos vemos inmersos. Las palabras, y cómo hacemos uso de ellas, nos permiten realizar esos cambios a través de transacciones simbólicas con otras personas.

Del mismo modo, empleamos las palabras para formar imágenes del futuro: —Debo reunirme con Jane hoy en el trabajo, pero temo que ella va a estar muy enfadada por los cambios que hice en su horario—. La habilidad para emplear las palabras nos permite predecir

y describir el futuro. Utilizamos palabras para persuadir, intercambiar ideas, expresar opiniones, buscar información y expresar nuestros sentimientos.

Nuestra habilidad para usar las palabras es realmente un don valioso. Hace unos dos mil años, Aristóteles glorificó la belleza de las palabras: “las alas de la mente son las palabras”. Todo lo que somos está dentro de nuestro cuerpo. Nuestro interno es una mezcla electroquímica que reside en nuestro cerebro. Nuestras creencias, valores, actitudes, perspectivas del mundo, emociones y un sinnúmero de otros aspectos de nosotros y de nuestras personalidades, están consignados dentro de nosotros. También nos expresamos mediante gestos faciales mediante el tacto. Exploraremos a profundidad la comunicación no verbal en el capítulo 6. El objetivo en este capítulo es desarrollar la comprensión y apreciación del lenguaje verbal dada su función en la comunicación intercultural. La diversidad cultural en los comportamientos relacionados al idioma es uno de los problemas más difíciles y persistentes que encontramos en la comunicación intercultural. Por esto, examinaremos tres problemas relevantes relacionados con el idioma: 1. la relación entre el idioma y la cultura, 2. la traducción, y 3. diversidad de idiomas en las culturas paralelas.

El idioma y la cultura

Empezamos esta sección indicando que es imposible separar el uso del idioma y nuestra cultura. Básicamente, el idioma es una serie de símbolos, y de reglas para combinar esos símbolos, los cuales son utilizados y entendidos por una comunidad numerosa. Cuando estudiamos otro idioma, con rapidez nos percatamos que no sólo son los símbolos (palabras) y los sonidos de esos símbolos los que son diferentes; también las reglas (fonética, gramática, sintaxis, y entonación) para utilizar esos símbolos y sonidos son distintas.

Las diferencias de palabras son evidentes en muchos idiomas. En inglés se dice *house*, pero en español decimos *casa*, en tailandés es *ban* y así en cada idioma. Del mismo modo las diferencias resaltan a nivel fonético. En inglés existen 21 consonantes y 5 vocales que al ser combinadas dan un total de 38 sonidos diferentes. Por el contrario, “el vietnamita tiene 34 fonemas segmentados clasificados en vocales, semi-vocales y consonantes”⁶⁸. El idioma tagalo consta de 16 consonantes y 10 vocales, las cuales forman 26 fonemas. El portugués tiene 21 consonantes y 13 vocales que forman 34 fonemas básicos⁶⁹. Las estructuras gramaticales no se quedan atrás, por lo que son otro rasgo característico cuando hablamos del aprendizaje de otro idioma. En español existen pronombres y sustantivos plurales y singulares; por el contrario, en coreano “la diferencia entre singular y plural se hace explícita gracias al contexto de la oración”. En nuestro idioma, los tiempos verbales expresan contraste entre las acciones del pasado, del presente y del futuro, pero en vietnamita el mismo verbo expresa los tres tiempos verbales por lo que el tiempo de la acción se infiere del contexto⁷⁰. La sintaxis, o el orden de las palabras y la estructura de las oraciones, también varían dependiendo del idioma. En tagalo, idioma de las Filipinas, el orden básico de la oración es contrario al utilizado habitualmente en español; es decir, en tagalo el verbo va primero que el sujeto. Por ejemplo, la representación de la oración “*El maestro murió*” en tagalo sería “*Namatay ang guro*” es decir “*Murió el maestro*”, lo cual es permisible en español pero se le da importancia a la acción en lugar de al sujeto como lo hace la estructura en tagalo. Este orden de palabras se utiliza en español para destacar cierta información sobre otra, por ejemplo en los títulos de periódicos y revistas. Otro caso es que en español el sujeto antecede al verbo y al objeto de la oración, pero en coreano el orden es: sujeto, objeto y verbo. Entonces, la oración “*El gato se comió al ratón*” en coreano sería: “*gato ratón comió*”⁷¹.

Estos ejemplos nos indican que si deseamos comunicarnos en otro idioma es importante conocer no sólo los símbolos (palabras), si no también las reglas del uso de esos símbolos. Un idioma es mucho más que símbolos y reglas sistemáticas que nos permiten comunicarnos con otras personas; un idioma da forma al proceso por el cual las personas son expuestas al orden del ambiente físico y social. Nanda expone que “un idioma, por lo tanto, parece tener gran impacto en la forma en que un individuo percibe y conceptualiza el mundo”⁷².

El idioma y sus influencias culturales se ven ejemplificadas en la formulación teórica de la hipótesis de Sapir-Whorf. Esta hipótesis explica que el idioma es una guía para encontrar la “realidad social”. Esto implica que el idioma no es sólo un simple medio de externar las experiencias si no también, más importante aun, es una forma de definir las experiencias. Sapir escribe que:

Los seres humanos no viven solos en el mundo de los objetos, tampoco viven solos en el mundo de las actividades sociales así conocido habitualmente; en realidad están a merced de un idioma en particular el cual se convierte en el medio de expresión de su sociedad... el mundo real está en gran medida construido en el inconsciente de los hábitos idiomáticos de un grupo. Ningún idioma puede ser considerado como similar a otro al extremo de representar la misma realidad social. Los mundos donde viven las diferentes sociedades son en realidad mundos distintos, y no simplemente un mismo mundo llamado de forma distinta⁷³.

Nanda nos ofrece un excelente ejemplo del concepto de Sapir-Worf en la realidad:

En mi idioma sólo existe una palabra—*cuñado*— la cual se refiere al esposo de mi hermana, los hermanos de mi esposo y a los esposos de mis cuñadas, de esta forma el

idioma me guía para percibir a todos estos parientes de la misma forma. El vocabulario, el cual agrupa bajo una misma categoría y establece las diferencias de los objetos con base en los grupos de clasificación, es una forma mediante la cual el idioma da forma a nuestra percepción del mundo”⁷⁴.

Otro ejemplo de cómo el idioma define nuestras experiencias se ve reflejado en la lengua navajo; esta lengua enfatiza la naturaleza y las direcciones de los movimientos. En lugar de decir “*me visto*” los navajo dirían “*me introduzco en la ropa*”; en lugar de decir “*soy joven*” dirían “*recorro la juventud*”. La lengua navajo es un aspecto cultural que coincide con la noción del universo en movimiento⁷⁵.

Aunque la hipótesis de Sapir-Whorf es controversial, su aplicación a la cultura y a los idiomas es clara: el idioma es un reflejo de la cultura y viceversa. Hemos estudiado cómo la cultura influencia el idioma por medio de símbolos y reglas, además de nuestras percepciones del universo. Es importante destacar que los significados cambian de cultura a cultura.

La cultura y los significados

Cuando éramos niños la mayoría de nosotros preguntábamos a nuestros padres ¿qué quiere decir esto?, ¿qué quiere decir aquello? Estas preguntas reflejan la forma en que nosotros percibimos el idioma. Lo que refleja es que tendemos a buscar el significado en las palabras en sí, pero estamos errados si pensamos que las palabras poseen significados por sí solas. En realidad, sería mejor decir que las personas tienen los significados y que las palabras los suscitan. Podemos asignar diferentes significados a la misma palabra. Por ejemplo, para una persona la palabra *hierba* representa algo que se encuentra en la casa, es verde y necesita ser regado y cortado una vez por semana; para otra persona *hierba* es la palabra que representa un

objeto que se enrolla en papel y se fuma. Cada persona establece un significado dependiendo de su formación. Las personas poseen significados similares para las palabras si han tenido experiencias afines o si pueden prever las experiencias de la otra persona. Los conceptos que utilizamos están íntimamente ligados a nuestro pasado y experiencia; por ejemplo, para un médico la palabra *cáncer* conlleva un significado diferente que si lo comparamos con el de cualquier otra persona con diferente formación.

Tenemos entonces que una palabra puede encausarnos hacia muchos significados. Los lingüistas estiman que las quinientas palabras más utilizadas en inglés pueden estar relacionadas con unos catorce mil significados. Sencillamente tenemos más ideas, sentimientos, y pensamientos por representar que palabras para expresarlos. Como dijo el poeta inglés Tennyson: “las palabras, como la naturaleza, revelan y ocultan sólo la mitad del alma”. Es decir que lo que está a “medio ocultar” a menudo es más importante que lo que se revela.

Si incluimos la cultura como una variable en el proceso de abstracción de los significados, el problema se grava pues la cultura nos enseña tanto los símbolos (*perro*) como su representación (un animal doméstico peludo). Cuando nos comunicamos con una persona de nuestra misma cultura, el proceso de utilizar las palabras para expresar lo que se quiere decir es más fácil, pues dentro de la misma cultura las personas comparten experiencias similares. Pero cuando entablamos una conversación con una persona de diferente cultura con diferentes experiencias, el proceso se dificulta un poco más. Los objetos, las experiencias, los eventos y los sentimientos tienen un nombre determinado porque una comunidad de personas así lo decidió, de manera arbitraria. Si esto lo relacionamos con el escenario intercultural, podemos constatar cómo distintas culturas pueden tener tanto símbolos diferentes como respuestas diferentes. Por ejemplo utilizemos la palabra *dolor*. En las culturas occidentales evadimos el dolor a toda costa, y muchos de nosotros no consideraríamos ni siquiera calzarnos un diente sin anestesia. Por el

contrario, en otras culturas esta palabra carece de importancia. Si usted puede imaginarse cambiando cada referencia cultural de cada palabra y significado de nuestro idioma, ya está entendiendo los alcances de la influencia cultural y el proceso de recibir y enviar mensajes a otras personas. Piense por un momento en la gran variedad de significados que tienen las palabras *libertad, sexualidad, traspasar, salud, naturaleza, liderazgo, asertivo, seguridad, democracia, espacio* o *SIDA*.

Las lenguas hawaiana y sami nos ofrecen más ejemplos del impacto de la cultura sobre el significado. La lengua hawaiana consta de unas 20.000 palabras y sólo unas 15.000 se encuentran en diccionarios. Esta lengua es muy ambigua y algunas de las palabras pueden ser empleadas en una variedad de modos y contextos muy grande. “Sólo un amplio conocimiento de los posibles significados y probables intenciones puede facilitar que una persona llegue a dar una interpretación adecuada a lo que escuchó”⁷⁶. En sami, lengua en Kiruna en Suecia, existen unas 500 palabras que designan a la *nieve* y unos cuantos miles más para definir *reno*, pero no existe una palabra para *computadora*. Por ejemplo, una palabra describe la nieve en la cual “un reno excavó, comió y se fue, por lo que no es de ninguna utilidad ir ahí”⁷⁷. Los renos son de primera necesidad en la economía Sami y la nieve es una constante en su entorno. Ya que estos dos aspectos conllevan tal importancia para este pueblo, su idioma incluye cientos de palabras que las representan. Por el contrario, las computadoras no tienen importancia alguna en esta sociedad por lo que carecen de una palabra que las designe.

De la misma forma existen diferencias de uso entre el español europeo y americano con respecto al significado de las palabras. Si bien algunas palabras se escriben igual y se pronuncian de manera similar, tienen significado diferente. Por ejemplo, en el español de España, las palabras *magdalena, coche* y *cofre* corresponden a *quequito seco, carro* y *cajuela* en algunos países de Latinoamérica. En el área de la tecnología existen de igual manera

interesantes diferencias. En España se llama *ordenador* a lo que en América Latina conocemos como *computador/a*, lo que se llama *portable* lo conocemos como *teléfono celular*. De este modo vemos cómo la cultura ejerce una gran influencia en el uso del idioma, debido a que la cultura nos enseña a utilizar los símbolos y asociarlos con un significado, lo que es aún más importante. Además, la cultura interviene en el modo de utilizar el idioma.

Idiomas extranjeros y la traducción

La comunicación internacional toma relevancia conforme el mundo se agrupa en una aldea global. Más adelante examinaremos diferencias culturales en las normas de educación y estudiaremos el hecho de que varias sociedades insisten en que sus miembros aprendan a hablar algo más que su lengua materna. De hecho, es usual que en algunas culturas sus miembros hablen dos o tres idiomas. Por el contrario, otros países como los Estados Unidos no han asignado la importancia adecuada al aprendizaje de otros idiomas entre su población. Debido a esto “muchos estadounidenses hablan sólo un idioma, por lo que necesitan encontrar una persona que hable inglés con ellos o bien un traductor”⁷⁸. Ciertos tratados comerciales multilaterales entre países cuyos idiomas son diferentes, como los realizados entre Canadá, Estados Unidos y México o bien entre miembros de la Unión Europea, así como la continua migración de un país a otro, han estimulado a las poblaciones involucradas a mejorar sus habilidades lingüísticas y a buscar traducciones confiables.

Por ejemplo, los tribunales del gobierno federal de los Estados Unidos requieren de intérpretes certificados. Las escuelas y los hospitales imprimen materiales en diferentes idiomas. Las empresas ofrecen manuales de uso bilingües y los negocios toman en cuenta otros idiomas al realizar su publicidad. Las pequeñas compañías de traducción se han convertido en grandes negocios y sus contratos equivalen a millones de dólares, además los traductores

independientes pueden llegar a cobrar hasta 40 centavos por palabra⁷⁹. Schulte define con claridad el papel del traductor en esta época de transición hacia el globalizado siglo veintiuno:

La persona que tendrá un papel de importancia en la regulación del péndulo entre la comunicación global y la local será el traductor. Los traductores construyen puentes no sólo entre los idiomas sino también entre las diferencias de las dos culturas. Como hemos visto, cada idioma es una forma de ver y reflejar el delicado matiz de las percepciones culturales, es el traductor quien reconstruye las equivalencias de las palabras a través de las fronteras lingüísticas, y refleja y transplanta las vibraciones emocionales hacia la otra cultura⁸⁰.

Queda demás establecer la necesidad de traductores precisos en la sociedad actual globalizada. A veces, las traducciones pueden ser inexactas debido a la gran demanda y a la complejidad del proceso. Algunas eventualidades en el momento de realizar una interpretación¹, o una traducción, pueden llevar a malentendidos entre los participantes o a la omisión de información debido a factores, los cuales van desde la falta de conocimiento de los idiomas (a nivel sintáctico, léxico o morfológico), problemas de pronunciación, hasta los problemas en el uso del idioma (por ejemplo traducción de frases idiomáticas o populares)².

Las personas tienden a pensar que un texto en un idioma puede ser traducido con precisión siempre y cuando el traductor use un buen diccionario bilingüe. Por desgracia los idiomas no son tan sencillos y esto hace que las traducciones sean en muchos casos muy

¹ Nota del traductor: la interpretación debe ser entendida como la traducción oral; mientras que la traducción es escrita.

² Nota del traductor: el texto original brinda un ejemplo de un periodista estadounidense que fue criticado duramente por la comunidad japonesa estadounidense por haber realizado una entrevista a uno de sus miembros y no haber realizado una interpretación precisa. En el ejemplo se explican los factores que incidieron en al entrevista, dichos factores son los expuestos en la traducción realizada.

difíciles e incluso imposibles. Algunos de los factores que influyen en esto son: la multiplicidad de significados, la asociación de palabras con las referencias culturales (por lo que no existen equivalentes en otros idiomas), la falta de sentido del texto por haber realizado una traducción muy literal la cual omite las orientaciones culturales del texto fuente. Además, una cultura puede que no tenga los antecedentes o conocimientos para traducir experiencias específicas hacia otras culturas. Por ejemplo: ¿cómo traducir “Océano Atlántico” a la lengua de un pueblo que no conoce o no tiene contacto alguno con el mar?

Incluso cuando se da una adecuada interpretación al texto original, es usual que la traducción no tenga equivalencia completa. “Todo traductor sabe que la equivalencia palabra por palabra no existe, y que este tipo de traducción no le haría justicia al texto encomendado”⁸¹. Lo que parecen ser mensajes sinónimos pueden no ser equivalentes⁸². A continuación exploraremos con brevedad la equivalencia lingüística de los términos con el fin de asegurar una adecuada traducción. Después, examinaremos algunas formas para realizar un mejor trabajo cuando se trata de una interpretación.

Problemas de traducción y de equivalencia

Cuando el historiador norteamericano Herry Brooks Adams escribió “las palabras son resbaladizas”, con seguridad se refería al hecho de que la traducción de un idioma es difícil y es sujeto de numerosas posibles interpretaciones erróneas. Se dice que un misionero predicaba en el idioma Bantu de África occidental y que, en lugar de decir “*Los hijos de Israel cruzaron el Mar Rojo y siguieron a Moisés*”, dijo “*Los hijos de Israel cruzaron los mosquitos rojos y se tragaron a Moisés*”. Los ejemplos en esta sección tratan de ilustrar las dificultades de la traducción de un idioma extranjero y las serias consecuencias de una inadecuada traducción de palabras con múltiples significados. Estas dificultades pueden ser a nivel de equivalencia

lingüística, lo cual incluye las equivalencias idiomática, léxica, gramática-sintáctica, conceptual y de experiencia cultural.

Equivalencia léxica o de vocabulario

Una de las principales metas de la traducción es transmitir el significado y el estilo del idioma original, pero la traducción por diccionario pocas veces refleja el uso común del idioma. Los problemas también surgen cuando hay traductores con mucha experiencia pero que sus estilos interfieren en la libre apreciación del estilo del texto fuente. Los traductores deben lidiar con matices y con palabras que no tienen equivalentes en otros idiomas. Por ejemplo, en el idioma tagalo³ no hay equivalencia para las palabras *femenino* y *doméstico*. Por el contrario, las palabras tagalas *hiya*, la cual expresa timidez, sonrojo, pena y deferencia, y *pakisisama*, la cual expresa las buenas relaciones sociales en conformidad, son difíciles de traducir⁸³.

Los estudiosos Hupka, Otto, Tarabina y Redil han demostrado que los sustantivos asociados con el concepto de *celos* difieren entre Alemania, Rusia y los Estados Unidos. Por ejemplo, estos países tienen en común los sustantivos de *rival*, *egoísmo*, o *sexo* como indicadores de celos, pero cada uno tiene también distintos sustantivos relacionados. Esta misma situación ocurre para los sustantivos relacionados con *envidia*. Las tres naciones comparten los sustantivos *dinero*, *prestigio*, *propiedad*, *venganza*, *egoísmo*, *posición social o económica*, y *salud*, pero de nuevo, hay varios otros sustantivos que son propios de cada país. Imagine la dificultad que esto representa para un traductor que no tiene un conocimiento profundo de los sustantivos descriptivos y que trata de expresar el sentimiento estadounidense de celos o de envidia en Alemania o en Rusia⁸⁴.

³ Nota del traductor: Tagalo es una raza indígena de las Filipinas. Idioma que hablan los tagalos.

Equivalencia idiomática y de lenguaje popular

Las expresiones idiomáticas son creaciones de cada cultura, no se pueden traducir con exactitud. Consideremos este ejemplo de una expresión idiomática italiana y su traducción literal al español: “*Giovanni sta menando il cane per l’aià*”, cuya traducción literal sería “Giovanni está paseando el perro por la era”. Una traducción con mayor similitud de significado diría “Giovanni se anda con rodeos”. Para llegar a la segunda traducción hace falta que el traductor esté al tanto de las expresiones idiomáticas en español. Por ejemplo, si se analiza la frase popular “me dieron una goleada en el examen” ¿cómo traduciría lo anterior a un idioma cuya cultura no dispone de la misma referencia deportiva al fútbol que la cultura de origen? De la misma manera imagine traducir expresiones idiomáticas relacionadas con deportes, animales o alguna otra situación, a otro idioma cuya cultura no practica los mismos deportes, no está relacionada con los mismos animales o simplemente no tiene las mismas referencias culturales; esto sería una difícil labor⁴.

Equivalencia gramática-sintáctica

Las dificultades también se pueden dar cuando no existen partes de la oración que sean equivalentes. Ya analizamos algunas con anterioridad, pero unos ejemplos más ayudarán a una mejor comprensión. En la lengua urdu⁵ no hay gerundios, por lo que es difícil encontrar un equivalente en tal caso. En tagalo no hay equivalente para los verbos *ser* y *estar*. En coreano no existen pronombres relativos comparables con *quien, el / la cual, que* y *lo que* en español. En el idioma japonés, a diferencia del español, no existen estructuras gramaticales para diferenciar

⁴ Nota del traductor: en el texto fuente brindan un ejemplo de un ejemplo de expresiones idiomáticas relacionadas al football americano, por lo que se eliminó el ejemplo y se explicó el sentido de la oración.

⁵ Nota del traductor: la urdu es una lengua indoeuropea oficial en Pakistán.

el género femenino del masculino o el número. Como resultado, un traductor japonés podría escribir algo como “muchas zapato” o “mucho paciencia”.

Equivalencia de experiencia cultural

Los traductores también deben lidiar con diferencias culturales, para lo cual se requiere de precisión y de capacidad para transmitir la intención del emisor o del autor. Aún más importante, el traductor debe considerar las experiencias que confortan las culturas. *Paz y guerra* tienen múltiples significados para las personas en el mundo, todo depende de sus condiciones, época y lugar. Los significados que las culturas asignan a las palabras están basados en experiencias compartidas; el poder de una palabra para transmitir o suscitar significados depende tanto de la percepción de la información cultural de la fuente, como del receptor. Cuando los equivalentes culturales no existen, también faltan las palabras en nuestro léxico para representar esas experiencias. Por ejemplo, una tribu que habita en una selva montañosa tendrá dentro de su vocabulario un término para *río* y otro para *naciente*, pero ¿cómo podrían traducir las palabras *océano* o *mar*? O bien, ¿qué se debería hacer al traducir un verso bíblico, “*si bien tus pecados son escarlata, deberán ser tan blancos como la nieve*”, en el idioma de una tribu que desconoce la nieve?

Las traducciones son a menudo objeto de malentendidos y ambigüedades debido a las orientaciones culturales. Por ejemplo, el quechua utiliza referencias pasadas y futuras que son contrarias a las utilizadas en español. En quechua, el pasado se visualiza como el principio o comienzo en la vida de una persona puesto que, según la cultura, se puede ver. Por el contrario, se visualiza el futuro como algo detrás de nosotros ya que no lo podemos ver. En español en cambio, decimos que el pasado quedó atrás y el futuro está frente a nosotros. Si estas diferencias en las orientaciones culturales no se supieran o fueran ignoradas, las traducciones

que se relacionan con conceptos de tiempo, del pasado y del presente, serían incomprensibles; se les estaría pidiendo a las personas que miraran hacia atrás por algo que normalmente estaría frente a ellos.

Equivalencia de concepto

Otra dificultad al traducir es la asociación de conceptos. Algunos conceptos son específicos de una cultura, otros se relacionan con la cultura general. Por definición, es imposible traducir un concepto específico de una cultura⁸⁵. Por ejemplo, las experiencias culturales del español son tan diferentes a las del inglés que algunas palabras no se pueden traducir directamente. Un cariño muy fuerte es expresado con el verbo *to love* en inglés, mientras que en español existen los verbos *querer* y *amar*. *Amar* se refiere al amor entre padres e hijos o bien en una pareja. *Querer* se traduciría literalmente en inglés como *want*, lo que conlleva connotaciones de propiedad que la expresión en inglés no contempla. Usualmente utilizado para expresar el cariño entre dos adultos, el significado de *te quiero* se encontraría entre las expresiones inglesas *I love you* y *I like you*.

Entre las frases utilizadas para expresar acuerdo en inglés la más usual es “ok”, que significa “de acuerdo”. En México, se utilizan cinco expresiones (“me comprometo”, “yo le aseguro”, “sí, como no, lo hago”, “tal vez lo hago”, y “tal vez lo haga”), todas con un diferente grado de acuerdo. Simplificar estas estructuras traduciéndolas por un simple “ok” al inglés, puede ser causa de malos entendidos y confusiones. La mejor forma de traducir un término cultural es relacionándolo con un concepto parecido pero de cultura general; además, se debe tomar en cuenta el contexto donde se hace uso de esa expresión⁸⁶. Una vez discutidos estos aspectos, continuamos con algunas consideraciones que mejorarían la labor al trabajar con un intérprete.

Trabajando con el intérprete

Una labor conjunta con el intérprete da como resultado una mejor comunicación entre personas de distintas culturas, pero lo contrario puede causar graves problemas. Un buen intérprete requiere de capacidades idiomáticas especiales y precisas. El intérprete debe ser capaz de traducir un mensaje para que otros lo escuchen y parezca ser un mensaje original en el otro idioma. Esto significa que el intérprete no sólo debe ser habilidoso con el uso del vocabulario si no también con la emotividad del lenguaje, con el proceso cultural de análisis del pensamiento y con las técnicas de comunicación. En algunas situaciones, también debe incluir y comunicar posibles significados de otros aspectos de la comunicación como el lenguaje corporal, los gestos, los movimientos y demás. El siguiente ejemplo ilustra este punto: en un juzgado un intérprete traducía del español al inglés; el juez preguntó al acusado, que hablaba español, su nombre. A esto el hombre contestó “José Manuel Gómez Pérez-Marín”. Por lo cual el juez preguntó por qué el hombre tenía tantos nombres, a esto el acusado explicó que esos eran su primer y segundo apellido. En lugar de interpretar exactamente lo que el acusado había dicho, el intérprete buscó en su conocimiento de la cultura y explicó que lo usual es utilizar los apellidos tanto del padre como de la madre. Con esto, el intérprete no sólo ahorró tiempo en el interrogatorio sino también libró al acusado de un posible malentendido por utilización de alias para encubrir su identidad⁸⁷.

Para trabajar de una forma efectiva con un intérprete, se necesitan tres canales de comunicación: entre el emisor y el intérprete, entre el emisor y la audiencia, y entre el intérprete y audiencia. La interpretación es una actividad realmente difícil por lo complejo de la traducción en “tiempo real”. Consideremos lo que debe hacer un intérprete al mismo tiempo: cuando el emisor habla, el intérprete debe escuchar la frase, cuando el emisor dice la frase que

sigue, el intérprete debe prestar atención al mismo tiempo que interpreta la primera frase; después, mientras que el emisor dice su tercera frase, el interprete debe almacenar la primera en su memoria, interpretar la segunda y prestar atención a la tercera para estructurar su discurso. Este procedimiento se extiende a lo largo de una interpretación, pero “debido a que el emisor no se detiene para que el interprete pueda realizar todas estas acciones, el intérprete debe escuchar, procesar, y guardar información nueva mientras procesa y entrega la información pasada”⁸⁸.

Un intérprete debe cumplir con las siguientes características o calidades. Lo primero es la compatibilidad; se necesita una persona con la cual el emisor pueda estar comfortable, es decir un intérprete que no sea ni dominante ni tímido. El segundo aspecto es la compatibilidad de criterios ético; se necesita una persona que sea, o esté muy relacionado, con la tribu, grupo religioso, o antecedentes éticos de la persona que va a interpretar. El tercer aspecto es el dialecto; el traductor debe hablar el mismo dialecto que el emisor. El aspecto final es que el intérprete debe tener saber de la rama del conocimiento que va a interpretar, lo cual incluye vocabulario especializado.

Cuando interviene un intérprete en el proceso de comunicación existen varios elementos que pueden facilitar su labor. Si usted trabaja con un intérprete, explíquele el tono, el propósito y el contenido de la interpretación. La revisión de vocabulario especializado es algo muy importante para el buen desarrollo de la actividad de interpretación. Pida al intérprete que esté al tanto de la comunicación no verbal de la otra persona, y que le informe en caso de detectar algo importante. Pida que le dé un breve resumen de costumbres locales (concepción de tiempo y espacio de la audiencia), destacando aquellas que sean diferentes a las suyas, esto para evitar malentendidos. Pregúntale también por normas comunicativas que podrían no ser evidentes para un extranjero. Por ejemplo, en los países musulmanes es de mala educación preguntar a los esposos por sus esposas. Durante la presentación, trate de hablar a un ritmo en que el intérprete

pueda procesar la información y seguir su discurso. Hable con oraciones cortas, haga pausas, y mire a la audiencia, no al intérprete, mientras que hable. Esté listo para saludar y despedirse en el otro idioma y evite el uso de dialectos regionales, frases idiomáticas, jergas familiares, acrónimos y lenguaje coloquial y soez. Al final de su presentación resuma los puntos más importantes y aclare cualquier punto ambiguo.

Debido al creciente flujo de personas que viajan en todo el mundo, y como consecuencia de las continuas inmigraciones, siempre habrá personas que no hablen el idioma del país donde se encuentran. La necesidad de intérpretes profesionales calificados continuará incrementando. Finalmente, recuerde el complejo proceso que implica traducir de un idioma a otro; también tome en cuenta los elementos que facilitan y mejoran el proceso de comunicación en esta situación.

-
- ¹ M. Weinberg, "Defining Multicultural Education," *Multicultural Newsletter* (California State University, Long Beach), Diciembre 1992, 2.
- ² F Johnson, "The Western Concept of Self," en *Culture al Self: Asian and Western Perspectives*, Anathony J. Marsella, George De Vos, y Francis L. K. Hsu, Eds. (Nueva York: Travistock, 1985), 91-92.
- ³ A. G. Smith, Ed., *Communication and Culture: Readings in the Codes of Human Interaction* (Nueva York: Holt, Rinehart, and Winston, 1966), v.
- ⁴ F. E. X. Dance y C. E. Larson, *Speech Communication: Concepts and Behavior* (Nueva York: Holt, Rinehart, and Winston, 1972).
- ⁵ Smith, 1966, v.
- ⁶ G. R. & M. Steinberg, *Between People: A New Analysis of Interpersonal Communication* (Chicago: Science Research Associates, 1975).
- ⁷ J. Reusch, "Values, Communication, and Culture," *Communication: The Social Matrix of Psychiatry*, J. Reusch & G. Bateson, Eds. (Nueva York: W.W. Norton, 1951), 5-6.
- ⁸ P. Andersen, "Cues of Culture: The Basis of Intercultural Differences in Nonverbal Communication," en *Intercultural Communication: A Reader*, 8 ed., L.A. Samovar y R. E. Porter, Eds. (Belmont, CA: Wadworth, 1977), 224.
- ⁹ J. T. Wood, *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture* (Belmont, CA: Wadworth, 1994), 28.
- ¹⁰ J. Mascara, *Dhammapada* (Nueva York: Penguin. 1973), 40.
- ¹¹ S. W. Littlejohn, *Theories of Human Communication*, 3. ed. (Belmont, CA: Wadworth, 1989), 152.
- ¹² S. Shimanoff, *Communication Rules: Theory and Research* (Bervely Hills: Sage, 1980), 57.
- ¹³ E.T. Hall y M. R. Hall, *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans* (Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1990), 18.
- ¹⁴ Wood, 1994, 29.
- ¹⁵ S. Trenholm y A. Jensen, *Interpersonal Communication*, 2 ed. (Belmont. CA: Wadsworth, 1992), 152.
- ¹⁶ B. D. Ruben, *Communication and Human Behavior*, 3 ed. (Nueva York: Macmillan, 1988), 111.
- ¹⁷ Ruben, 1988, 107.
- ¹⁸ K. S. Sitaram y R. T. Cogdell, *Foundations of Intercultural Communication* (Columbus, OH: Charles E. Merrill, 1976), 50.

-
- ¹⁹ E. T. Hall, *Beyond Culture* (Garden City, Nueva York: Anchor Doubleday, 1977), 14.
- ²⁰ E. T. Hall, *The Silent Language* (Nueva York: Doubleday, 1959)169.
- ²¹ Smith, 1966, 1.
- ²² W. A. Haviland, *Cultural Anthropology*, 7th ed. (Fort Worth, Tejas: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1993), 29.
- ²³ H. L. Shapiro, *Aspects of Culture* (New Brunswick, Nueva Jersey: Rutgers University Press, 1956), 21
- ²⁴ M. Hatris, *Cows, Pigs, Wars and Witches: The Riddles of Culture*. (Nueva York; Random House, 1974), 84
- ²⁵ S. Nanda, *Cultural Anthropology*, 5 ed. (Belmont, CA: Wadsworth, 1994), 50.
- ²⁶ A. L. Kroeber y C. Kluckhohn, "Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions," *Harvard University Peabody Museum of Americana Archeology and Ethnology papers*, 47 (1952), 181.
- ²⁷ E. A. Hoebel y E. L. Frost, *Culture and Social Anthropology* (Nueva York: McGraw-Hill, 1976), 6.
- ²⁸ Hoebel y Frost, 1976.
- ²⁹ | D. G. Bates y F. Plog, *Cultural Anthropology*, 3d ed. (Nueva York: McGraw-Hill, 1990),28.
- ³⁰ Shapiro, 1956, 54.
- ³¹ S.D. McLemon, *Racial and Ethic Relations in America* (Boston, MA: Allyn y Bacon, 1994), 60.
- ³² E. A. Folb, "Who's Got the Room at the Top? Issues of Dominance and Nondominance in Intracultural Communication," en *Intercultural Communication: A reader*, 8 ed., L.A. Samovar y R.E. Poter, Eds. (Belmont, CA: Wadsworth, 1997), 140.
- ³³ Folb, 1997, 140.
- ³⁴ C. Kluckhohn, *Mirror for Man* (Nueva York: McGraw-Hill, 1944), 24-25.
- ³⁵ Bates y Plog, 1990, 19.
- ³⁶ Hoebel y Frost, 1976, 58.
- ³⁷ F. M. Keesing, *Cultural Anthropology: The Science of Custom* (Nueva York: Holt, Rinehart, and Winston, 1965), 18.
- ³⁸ Ruben, 1988, 384.
- ³⁹ R. Brislin, *Understanding Culture's Influence on Behavior* (Fort Worth, Tejas: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1993), 6.
- ⁴⁰ Keesing, 1965, 28.

-
- ⁴¹ Kluchlohn, 1944, 26.
- ⁴² H. L. Weinberg, *Levels of Knowing and Existence* (Nueva York: Harper y Row, 1959), 157.
- ⁴³ W. H. Goodenough, "Evolution of the Human Capacity for Beliefs", *American Anthropologist*, 92 (1990), 605.
- ⁴⁴ Bates y Plog, 1990, 20
- ⁴⁵ Nanda, 1994, 62
- ⁴⁶ Nanda, 1994, 63.
- ⁴⁷ Hoebel y Frost, 48
- ⁴⁸ W.B. Gudykunst y Y. Y. Kim, *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*, 2d ed. (Nueva York: McGraw-Hill, 1992) 215.
- ⁴⁹ Bates y Plog, 437.
- ⁵⁰ D. C. Barnlund, *Communicative Styles of Japanese and Americans: Images and Realities* (Belmont, CA: Wadsworth, 1989), 192.
- ⁵¹ E. T. Hall, *Beyond Culture* (Nueva York: Doubleday, 1976), 13-14.
- ⁵² W. G. Sumner, *Folkways* (Boston: Ginnand, 1940) 13.
- ⁵³ Haviland, 1993, 48. Ver también Keesing. 1965, 46; Bates y Plog, 1990, 17; Nanda, 1994, 9.
- ⁵⁴ L. Bamen, *Cultural Learning: The Fifth Dimension in the Language Classroom* (Reading, MA: Addison-Wesley, 1987), 214.
- ⁵⁵ Keesing, 1965, 45.
- ⁵⁶ Damen, 1987, 214.
- ⁵⁷ R. Benedict, *Patterns of Culture*, 2 ed. (Nueva York: Mentor, 1948), 2.
- ⁵⁸ R. Benedict, *Patterns of Culture* (Boston, MA: Houghton Mifflin, 1934), 21-22.
- ⁵⁹ Barnlund, 1989, vii.
- ⁶⁰ M L. Hecht, M. J. Collier, y Sidney A. Ribeau, *African American Communication: Ethic Identity and Cultural Interpretation* (Newbury Park, CA: Sage, 1993), 19.
- ⁶¹ Nanda, 1994, 62.
- ⁶² J. T. Wood, "Gender, Communication, and Culture," *Intercultural communication: A Reader*, 7 ed., L. A. Samovar y R.E. Poter, Eds. (Belmont, CA: Wadsworth, 1994), 157.

-
- ⁶³ A. L. Smith, *Transracial Communication* (Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice-Hall, 1973), 26. Ver también T. Kochman, *Black and White Styles in Conflict* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 1981), 8-9; Hecht, Collier, y Ribeau, 1993.
- ⁶⁴ B. Bate, *Communication and Sexes* (Nueva York: Harper y Row, 1988), 35.
- ⁶⁵ Wood, *Gendered Lives*, 1994, 27.
- ⁶⁶ Wood, "Gender, Communication, and Culture", 1994, 158-159.
- ⁶⁷ *Time*, junio 17 1996, 83
- ⁶⁸ N. Dresser, *Multicultural Manners* (New York: Wiley & Sons, 1996), 89-90.
- ⁶⁹ M. Singer, *Intercultural Communication: A Perceptual Approach* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1987), 9.
- ⁷⁰ S. Trenholm y A. Jensen, *Interpersonal Communication*, 2 ed. (Belmont, CA: Wadsworth, 1992), 61.
- ⁷¹ S. W. King, Y. Minami, y L. A. Samovar, "A Comparison of Japanese and American Perceptions of Source Credibility", *Communication Research Reports*, 2 (1985), 76-79.
- ⁷² R. B. Adler y G. Rodman, *Understanding Human Communication*, 5 ed. (Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1994), 37.
- ⁷³ W. B. Gudykunst, *Bridging Differences: Effective Intergroup Communication*, 2 ed. (Thousand Oaks, CA: Sage, 1994), 67.
- ⁷⁴ P. R. Harris y R. T. Moran, *Managing Cultural Differences: Leadership Strategies for a New World of Business* (Houston, Tejas: Gulf, 1996), 274.
- ⁷⁵ M. Rokeach, *The Nature of Human Values* (New York: Free Press, 1973), 5.
- ⁷⁶ Rokeach, 1973, 161.
- ⁷⁷ E. Albert, "Value system," en *The International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 16 (New York: Macmillan, 1968), 32.
- ⁷⁸ R. L. Kohls, *Survival Kit for Overseas Living* (Chicago: Intercultural Network/SYSTRAN, 1979), 22.
- ⁷⁹ Kohls, 1979, 23.
- ⁸⁰ N. C. Jain y E. D. Kussman, "Dominant cultural Patterns of Hindus in India," en *Intercultural Communication: Reader*, 8 ed., L. A. Samovar y R. E. Porter, Eds. (Belmont, CA: Wadsworth, 1997), 90.
- ⁸¹ N. J. Adler, *International Dimensions of Organizational Behavior* (Boston: MA: PWS-KENT, 1991), 32.
- ⁸² E. T. Hall, *Beyond Culture* (Garden City, NY: Doubleday, 1976).

⁸³Hall, 1976, 74.

⁸⁴E. T. Hall y M. R. Hall, *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans* (Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1990), 6.

⁸⁵Foster, 1992, 280.

⁸⁶Hall y Hall, 1990, 7.

⁸⁷ 47 J. Servaes, "Cultural Identity in East and West," *Howard Journal of Communications*, 1 (1988), 68.

⁸⁸ 48 Hall y Hall, 1990, 9.

Informe de investigación

Introducción

El escritor español José Ortega y Gasset dijo, al opinar sobre la importancia de la palabra como agente de unión entre el pensamiento y la expresión de nuestras ideas, que “toda palabra dice algo más, y también menos, de lo que debiera expresar” (*Diccionario Océano de sinónimos y antónimos*: 970). Igual que los escritores, los traductores también lidiamos con las palabras que, además de su significado evidente, presentan también una infinidad de connotaciones ya no tan evidentes y muchas veces ocultas; dificultad que es agravada por las diferencias entre los idiomas y las culturas.

Para sobrellevar estas diferencias, la gama de estrategias traductológicas va desde la omisión de parte del texto fuente hasta la incorporación de una explicación con respecto a un elemento ajeno al idioma y a la cultura meta, pero propio de la fuente. Entre las opciones traductológicas se encuentra la adaptación, la cual, según la definición de Vinay y Darbelnet (Bastin: 6), es “a procedure which can be used whenever the context referred to in the original text does not exist in the culture of the target text, thereby necessitating some re-creation”. Al adaptar se debe reescribir el texto fuente; por esto es una estrategia controvertida que despierta el debate entre los defensores de la fidelidad y belleza, de inmediato. En esta investigación se abordará el problema de la adaptación desde el punto de vista de su “justificabilidad” como estrategia de traducción.

Información general sobre el texto traducido:

Como material de trabajo se eligió el libro *Communication Between Cultures*¹, el cual se enmarca en el estudio de la comunicación intercultural y pretende reunir los principios básicos de la comunicación humana y de la cultura. El libro fue escrito por Larry A. Samovar, Richard E. Porter (prof. emeritus) y Lisa A. Stefani, profesores de San Diego State University, California State University y de University of California, respectivamente. Ellos basan su libro en el precepto de que “lo ocurrido en una parte del mundo repercute también en otros lugares” y que “la mayor parte de los obstáculos de comprensión pueden ser superados con motivación, conocimiento y apreciación de la diversidad cultural”².

Este material, publicado en 1998, ha sido traducido del inglés al francés y al portugués. Uno de sus creadores, Larry A. Samovar, ha escrito alrededor de 17 libros, muchos de ellos estudios relacionados con la comunicación intercultural. El público meta original de este libro son profesionales y otras personas adultas que se encuentren en un ambiente de interrelación entre culturas en los Estados Unidos y que desean mejorar sus habilidades de comunicación intercultural. Como base principal, los autores establecen que “toda forma de comunicación humana conlleva una acción”³. Además, “la comunicación es una actividad que afecta a otros individuos y a nosotros mismos; ya sea como productores o receptores de palabras o gestos, estamos ejecutando la acción de comunicarnos”⁴.

Para efectos de este trabajo, se tradujeron tres partes de los capítulos 1, 2 y 5. La sección escogida del Capítulo 1 explica la filosofía de la comunicación intercultural y la forma de estudiar los eventos que ocurren en este tipo de comunicación. Se tradujo

¹ Samovar, Larry A, Richard E. Porter y Lisa A. Stephanie. *Communication Between Cultures*. 3 ed. California: Wadsworth Publishing Company, 1998. (En adelante: C.B.C.)

² C.B.C., página xii, traducción lrgv.

³ C.B.C., página xii, traducción lrgv.

⁴ C.B.C., página xii, traducción lrgv.

sólo el pasaje que explica las generalidades del estudio de la comunicación intercultural. El Capítulo 2 se tradujo casi en su totalidad, con excepción del apartado de refranes, donde se aclaran los conceptos relacionados con la comunicación humana, sus componentes y características, el concepto de cultura, sus rasgos y funciones, y finalmente, el concepto de comunicación intercultural y las formas existentes. El capítulo 5 se centra en la relación entre la teoría expuesta en los fragmentos seleccionados, y el lenguaje: se define la importancia de los idiomas y se expone su relación con la cultura, con el significado y su uso en la cultura. De este mismo capítulo se tradujo también el apartado sobre lenguas extranjeras y traducción, el cual desarrolla, desde el punto de vista intercultural, el problema de traducción y equivalencia. Además, se incluyó el apartado de consideraciones al trabajar con una persona que es traductor.

Justificación de la selección del texto:

El objetivo al escoger estas secciones es reunir las principales explicaciones teóricas que se presentan en el libro. La traducción va dirigida a un público costarricense joven-adulto (18-25 años) y adulto (25-45 años) que esté en contacto con extranjeros; su finalidad es crear conciencia de que la clave de una buena relación humana es la comunicación, la comprensión y respeto de las diferencias culturales. Esta idea adquiere mayor importancia al tener en cuenta que Costa Rica se está convirtiendo, por distintas razones, en un país de destino turístico y en centro de migración.

Si bien existen otras publicaciones sobre comunicación humana que tratan el tema de la comunicación intercultural, como el libro de Eileen McEntee *Comunicación intercultural: bases para la comunicación efectiva en el mundo actual*, no se encontró en el mercado costarricense ninguno que tratara este tema desde un punto de vista teórico-práctico, como en este caso. Desde la perspectiva de la traductología, este texto ofrece

un terreno fértil para las adaptaciones, tema controversial, como ya hemos señalado, por el grado de “manipulación” que este recurso significa para el texto fuente.

El campo de la adaptación ha sido relativamente poco estudiado, ya que en muchos estudios del siglo XX predomina la visión defensora de la “fidelidad” y la adaptación ni siquiera se consideraba compatible con la traducción. Sin embargo, hoy día, existen teorías que favorecen una concepción más creativa de la traducción y el tema toma relevancia, especialmente aplicado a un texto intercultural.

Presentación del problema:

Los autores, para ejemplificar sus afirmaciones, recurren frecuentemente a situaciones referentes a la realidad estadounidense. Para el lector costarricense, este aspecto puede provocar que se sienta ajeno a la realidad descrita, lo que entra en conflicto con la intención de los autores de utilizar situaciones reales del entorno para explicar la teoría de forma que el lector se vea reflejado. Por esto, el principal reto del texto traducido es lograr que los ejemplos surtan un efecto similar al efecto que el texto fuente tiene sobre su lector meta. En este proceso surge el imperativo de valorar, en qué casos es preferible la adaptación para conservar la función del ejemplo, y en qué casos se trata de una opción entre otras.

Hipótesis:

- 1) Como punto de partida para el análisis, asumimos que la adaptación aparece como el procedimiento más idóneo en casos de un texto de **naturaleza metalingüística**, es decir, cuando el texto tiene como objeto el lenguaje mismo (Bastin: 6). Agregando a esto la idea de James Holmes, de que la traducción es un metatexto, dado que su referente es otro texto (el texto

fuente), podemos precisar la hipótesis en la siguiente forma: la adaptación es la estrategia más adecuada si estamos en presencia de un texto doblemente metalingüístico; es decir, en presencia de un texto metalingüístico en la traducción.

- 2) En los demás casos, la adaptación será optativa. Dentro de esta categoría, identificamos la adaptación **ideológica**, que se lleva a cabo para lograr la naturalidad del texto en un contexto socio-cultural específico.

En resumen, la adaptación “ideológica”, si bien no es indispensable, se lleva a cabo por razones de ideología personal, grupal, temporal e idiomática, entre las más importantes. Como se plantea anteriormente, estas adaptaciones no son imprescindibles pero, por medio de la comparación entre posibles traducciones literales y adaptadas, se puede preferir re-crear el efecto del texto fuente utilizando elementos más familiares al nuevo público meta para que, de este modo, se sienta más cómodo con el texto y pueda sentirse reflejado en lo leído, como es el caso al leer el texto fuente.

Con base en lo planteado, definiremos los objetivos de esta investigación en los siguientes términos:

Objetivo general:

Aportar elementos para definir las condiciones de uso de la adaptación como estrategia traductológica.

Objetivos específicos:

1. Establecer las posibles situaciones o condiciones en las cuales se da la adaptación.

2. Identificar los ejemplos de adaptación realizados durante el proceso de traducción, y clasificarlos según su naturaleza en adaptaciones metalingüísticas y adaptaciones ideológicas.
3. Defender la hipótesis de que las adaptaciones son preferibles a otras estrategias cuando se trata de textos metalingüísticos.
4. Utilizar la adaptación para crear un nuevo texto en el cual el lector no se sienta alienado durante su lectura.

Organización del informe:

En el siguiente capítulo se expondrá el marco teórico que sirve de base para la investigación. En especial se hace referencia a los conceptos de “adaptación” (incluye un resumen de los antecedentes del debate histórico alrededor de este concepto) “metalenguaje” y “metatexto”, así como a las ideas de J. Holmes referentes a la traducción como metatexto. Se incluyen también definiciones de conceptos tales como “ideología” y “cultura”, para hacer el vínculo con la Escuela de Manipulación, en especial con el pensamiento de André Lefevere.

En el Capítulo 1, denominado “Adaptaciones de tipo ideológico”, se organizan los ejemplos clasificados en esta categoría y se analizan las razones de estas adaptaciones. En el Capítulo 2, titulado “Adaptaciones de tipo metalingüístico”, se recopilan los ejemplos pertenecientes a esta categoría y se analizan con el fin de evidenciar la necesidad de la adaptación. Finalmente, se presentan las principales conclusiones junto con los aportes al área de la traducción.

Marco Teórico

Con el fin de ofrecer las referencias teóricas y conceptuales relacionadas con este informe de investigación, el presente capítulo se ha dividido en tres partes: historia y concepto de adaptación, adaptación y metatexto, y adaptación, cultura e ideología.

En la primera parte se hace una breve reseña histórica de la utilización de la adaptación como herramienta traductológica, diferentes conceptos acuñados y aquellos que se tomaron como base en este estudio. En la segunda parte se describe el papel de la adaptación en la traducción de un metatexto, y específicamente el concepto de “metalingüística” y “metatexto” desde el punto de vista lingüístico, para así llegar al aspecto traductológico desde la perspectiva de James Holmes al considerar la traducción como un metatexto. Por último, se vinculan los conceptos de ideología y de cultura con la adaptación y se retoma la perspectiva de André Lefevere, uno de los exponentes de la Escuela de Manipulación.

Adaptación como herramienta traductológica

La adaptación no es algo reciente y la polémica a su alrededor se remonta cientos de años atrás. Según la enciclopedia *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (Bastin, 5), en los tiempos del Imperio Romano, grandes figuras del mundo literario ya debatían sobre la libertad del traductor y el efecto de la versión final sobre el público. Uno de los personajes que defendía esta libertad del traductor era Marco Tulio Cicerón (del 106 al 43 AC), quien veía en la adaptación una transferencia de operaciones más libre pero enteramente legítima. En algunas de sus traducciones, Cicerón no actuaba como “intérprete” (simple traductor, según él) sino como “orador” (orador); con esto trataba de remarcar que no buscaba conservar cada palabra, sino el estilo y la fuerza de la frase (García, *En torno...*: 134).

La época de mayor apogeo de la adaptación fue en Francia, durante los siglos XVII y XVIII, bajo el resplandor del reinado de Luis XIV. En ese momento, Francia era el modelo de sociedad y cultura europea. Era importante mantener el estilo de vida para la misma sociedad francesa ya que seguía el ejemplo de sus vecinos más desarrollados del resto de Europa. Este estilo de vida afectaba a toda la sociedad y sus productos, incluyendo la traducción, la cual era principalmente del inglés al francés. Lo que se esperaba de los traductores era cumplir con los cánones literarios de la época y esto justificaba una traducción más libre y dinámica que proveyera textos más placenteros de leer. Es decir, los autores clásicos eran reproducidos según la moda literaria francesa y la moralidad de ese momento. Georges L. Bastin explica que, para aquel movimiento traductológico llamado *Les belles infidèles*, la adaptación no era una traición sino un medio de ajuste de un texto extranjero para concordar con los gustos contemporáneos (Routledge, 413). Las adaptaciones realizadas eran de tal magnitud que muchas veces no se reconocía la relación entre el texto fuente y su respectiva traducción. Las omisiones, las adiciones y la reescritura del texto fuente eran algunas de las libertades que los traductores se tomaban para complacer a su público.

Las traducciones francesas se difundían por toda Europa y en el caso de Alemania, eran la base de traducciones en otro idioma. Sin embargo, algunos de los traductores alemanes y franceses que tenían conocimiento de ambos idiomas, inglés y francés, analizaron las diferencias entre los textos y fue así como el efecto causado fue opuesto al deseado. Las traducciones francesas fueron desprestigiadas y los traductores alemanes se abocaron a crear sus propias traducciones a partir de los textos fuentes para tener un texto meta más apegado al original. Una vez más, el tema de la fidelidad y la belleza se constituyó en motivo de conflicto.

El siglo XX acarrea un nuevo desafío: el tipo de documentos que se traducen en mayor cantidad son textos técnicos, científicos y de negocios; por esto se recomienda continuar el ejercicio de la traducción de la manera más transparente posible. No obstante, hay una nueva variable esta vez: se desea que la traducción contribuya con una comunicación eficiente y esto abre las puertas a la adaptación para la reescritura del texto que se destina a un nuevo lector meta (Routledge, 6).

De esta manera, la batalla entre fidelidad y belleza está presente siempre que hablamos de la adaptación. Ambos conceptos se han desarrollado y renovado a través de los siglos para ajustarse a las consideraciones de cada etapa de la historia de la traducción. A este respecto Georges L. Bastin dice que “Some argue that adaptation is necessary precisely in order to keep the message intact (at least on the global level), while others see it as a betrayal of the original author. For the former, the refusal to adapt confines the reader to an artificial world of ‘foreignness’; for the latter, adaptation is tantamount to the destruction and violation of the original text” (Routledge, 6).

Así como la historia no proporciona una sola perspectiva con respecto a “belleza” y “fidelidad”, tampoco reporta un sólo concepto de adaptación. Es por esto que, para fines de esta investigación, se toman en cuenta los siguientes conceptos:

- Se puede decir que en su concepto más básico la adaptación “may be understood as a set of translative operations which result in a text that is not accepted as a translation but is nevertheless recognized as representing a source a text about the same length” (Routledge, 5). En esta definición se subraya el hecho de que el texto final no se considera como una traducción sino más bien una representación del texto fuente.
- Otro concepto más moderno es de Julio Cesar Santoyo quien, en 1989, en el libro *Traducciones y adaptaciones teatrales: ensayo de una topología*, explica

que la adaptación es una forma de naturalizar la obra para el nuevo medio con el objetivo de alcanzar el mismo efecto que el trabajo original pero con una audiencia de antecedentes culturales distintos.

- Por otra parte, en 1958, Jean-Paul Vinay y Jean Darbelnet defienden la adaptación como un procedimiento que puede ser utilizado cuando el contexto referido en el texto original no existe en la cultura del texto meta, por lo que se necesita alguna forma de recreación. Estiman que la adaptación es “a procedure employed to achieve an equivalence of situations whenever cultural mismatches are encountered” (Routledge, 6). En su libro *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation* (1958), refuerzan la misma idea al escribir que “even though translators may produce a perfectly correct text without adaptation, the absence of adaptation may still be noticeable by an indefinable tone, something that does not sound quite right” (39-40).

Por otro lado, la adaptación se estima de suma importancia cuando el traductor se enfrenta al fenómeno metalingüístico. G. L. Trager (1949) explica el concepto de metalingüística y su relación con la cultura de la siguiente forma:

“Language [is...] one of the systematic arrangements of cultural items that societies possess. A culture consists of many such systems: language, social organization, religion, technology, law, etc. Each of these cultural systems other than language is dependent on language for its organization and existence, but otherwise constitutes independent systems whose patterning may be described. ...The full statement of the point-by-point and pattern-by-pattern relations between language and any of the other cultural systems will contain all the “meanings” of the linguistic forms, and will constitute the metalinguistics of that culture” (*Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*: 278).

Con estas palabras Trager se refiere a la metalingüística como la totalidad de relaciones entre la cultura y el idioma las cuales ligan factores sociales, culturales y psicológicos a las estructuras lingüísticas. En *Comparative Stylistics of French and*

English, Vinay y Darbelnet explican que para Trager la metalingüística es un canal de doble vía: nuestro idioma es influenciado por nuestra perspectiva del mundo, nuestro entorno social y cultural; no obstante la forma en que percibimos este entorno es a su vez moldeada por nuestro idioma, el cual media entre nosotros y el mundo en su totalidad (278). El concepto de metalingüística de Trager implica la descripción de la cultura por medio de uno de sus elementos más importantes: la lengua. De esta forma, la descripción de la cultura por medio de la lengua es una descripción de sí misma.

La adaptación es clave para la comprensión del nuevo lector, dado que el cambio del texto metalingüístico inicial (que refleja una cultura específica) a otro texto metalingüístico (con otra cultura) es de suma importancia para que el nuevo texto meta resulte natural al lector y la comunicación sea efectiva. Es decir, la adaptación de tipo metalingüístico permite comunicarse con el lector no sólo en su mismo idioma (traducción) sino también explicarle las situaciones de su idioma a través de él mismo.

Adaptación en el contexto de metatexto e ideología

a. Adaptación y metatexto (metapoema)

El concepto de “metatexto” es utilizado por Anton Popovič (1970) en un intento de estudiar las interrelaciones literarias –o “continuidad inter-textual”– de una manera sistemática. El metatexto pertenece a una categoría más amplia de metacomunicación, la cual se refiere a “all types of processing (manipulation) of the original literary text” (Shuttleworth: 105). Con este término Popovič describe un texto que ha sido producido usando otro texto como su punto de partida o modelo, por ejemplo las traducciones y los textos parafraseados, las parodias y la crítica literaria. Según Popovič “a translation is a type of metatext which serves as a substitute for another text, and is the result of imitative continuity with the prototex” (Shuttleworth, 105).

Otro teórico que utiliza el concepto de metatexto, o metapoema, es James Holmes en la década de los años setentas. Holmes dice lo siguiente:

“Metatextual activity may be illustrated by *literature*—a form of writing which makes statements about reality. There is, however, another body of writing which communicates something about literature. This includes the various forms of explanation (literary criticism, commentary, etc.) and literary translation falls under this *metaliterature* category. Thus, the poem, which in a sense is a ‘translation’ of a given chunk of reality, is translated into another poem (a metapoem)” (Hatim, 57).

De esta forma, Holmes crea un espectro de formas literarias las cuales tienen el mismo rango o nivel. Si esto se contrapone a los enfoques más tradicionales, se puede decir que ocasiona una revaloración del texto traducido y asimismo del traductor (quien es también llamado “autor” algunas veces). Holmes piensa que no hay traducciones perfectas y que una obra puede tener diferentes interpretaciones. “Holmes es consciente de que el original (un territorio) no tiene un significado claro y preciso, que no dice siempre y a todos lo mismo (mapas diferentes), aunque lo diga siempre con las mismas palabras. Lo que está claro es que un poema traducido, a pesar de ser un metapoema porque hace referencia a un original, es también un poema por derecho propio en la lengua meta o literatura primaria (1988)” (Moya, 134-135).

Al aplicar estos conceptos a la traductología, uno de los puntos relevantes es que Holmes reconoce que al tratar de encontrar *counterparts* o *matching* el traductor debe realizar elecciones constantemente, y dichas elecciones sólo las puede realizar por su comprensión personal (conocimiento, sensibilidad, experiencia) de ambas culturas y la combinación de sus propios gustos y preferencias. En el caso de un metatexto (texto que habla del propio idioma) las decisiones son cruciales ya que de ellas va a depender la aceptación, naturalidad y funcionalidad del texto traducido. Con esto la adaptación se abre paso como herramienta en caso de metatextos (Moya, 131).

b. Adaptación e ideología

Según el Diccionario de la Real Academia Española, ideología es el “conjunto de ideas fundamentales que caracterizan el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.” (2: 1245). También los idiomas tienen su ideología, de acuerdo con los contextos sociales (Errington, 110).

La perspectiva de Holmes del papel del traductor como autor y como partícipe determinante por su habilidad de influir en la obra por su conocimiento cultural e individual es compartida por otras corrientes de los Estudios de Traducción; por ejemplo, por la Escuela de Manipulación bajo la perspectiva de André Lefevere, como uno de sus exponentes, y por quienes han adoptado la Teoría de Skopos.

La Escuela de Manipulación surge como una necesidad de incorporar el valor creativo y cultural que influye tanto en el proceso de traducción como en el propio texto meta. Esta Escuela explica que “from the point of view of the target literature, all translation implies a degree of manipulation of the purpose text for a certain purpose” (Vidal, 61).

Ese poder de decisión y de cambio (“manipulación” como es percibida por esta corriente) que ostenta el traductor toma peso en la Teoría de Skopos (del griego “propósito” o “meta”). Esta teoría, propuesta a principios de los ochentas, principalmente por Hans Vermeer y Katharina Reiss, sostiene que la forma que eventualmente tome el texto meta está determinada en gran parte por la función que se le asigne en el contexto meta (Hatim, 73). En esta teoría, el fin justifica los medios. Se concibieron dos reglas basadas en principios pragmáticos: 1. el propósito determina la interacción y 2. el propósito varía de acuerdo con el receptor.

Esta teoría representa el cambio del patrón predominante de una traducción basada en factores lingüísticos y teorías de traducción formales, a un acercamiento más funcional y sociocultural. Si bien esta teoría ha sido criticada, ha ayudado a poner en el escenario central el texto meta, y a recapacitar en la idea de que una traducción no se determina por el texto fuente sino por la función que va a cumplir en la cultura meta. Con esto se rescata la idea de que la transmisión de conocimientos implica cambios, lo que abre paso a la adaptación.

Uno de sus representantes es André Lefevere, quien afirma:

“De ahora en adelante, los análisis de las traducciones mismas demostrarán que el producto final de la traducción (y también el proceso) es un pozo lleno de complejidades. Que no sólo habrá que tener en cuenta el texto original, la lengua término, el tiempo en que se lleva a cabo la traducción, la cultura receptora, la literatura traducida y su papel dentro de esa cultura, la función de la traducción, las normas de Toury, etc., sino también la ideología y la poética, tanto de la época como las del propio traductor, el universo del discurso, el oro que moldea la traducción, y sobre todo, el poder que dicta el contenido de las normas o lo que es o no correcto” (Vidal: 152).

En este fragmento, Lefevere habla del “poder detrás de la pluma” (o del teclado). Con esto me refiero a que si bien el traductor es el último en tomar la decisión, él está bombardeado (consciente e inconscientemente) por ideas, prejuicios, opciones de interpretación de un texto y formas de redactarlo en la lengua meta, distracciones y límites (por ejemplo políticos), y otros factores funcionales que hacen referencia a la Teoría de Skopos. Lefevere también plantea que “siempre habrá un sujeto observador que modifique lo observado” (Vidal, 153), es decir, no hay traducción neutral.

Capítulo 1

Adaptaciones de tipo ideológico

En este capítulo exponemos los ejemplos de las adaptaciones de tipo ideológico encontradas en la traducción. Como se explicó anteriormente, estos ejemplos ilustran la adaptación como estrategia traductológica optativa ya que, si bien el texto puede ser traducido y comprendido literalmente, se desean destacar elementos de juicio personal o de carácter social y cultural que son de beneficio para la naturalidad del texto en la lengua meta.

En cada caso, la versión original está acompañada de dos posibles traducciones: una literal y otra adaptada. El análisis se centrará en comparar el efecto de estas soluciones en el lector y en la adaptación como importante recurso traductológico al construir una nueva orientación del texto hacia el nuevo público meta. Si bien una orientación expresamente costarricense puede ser una alternativa de traducción, ésta no se tomó en cuenta. Tratamos de optar por la neutralidad, al no incluir referencias concretas a la realidad de nuestro país, ya que esto podría interferir negativamente en la construcción de una nueva orientación del texto.

Los ejemplos se organizaron en cinco categorías según la solución empleada en cada caso. La primera alternativa es la supresión de toda referencia cultural específica. Esta solución es la más utilizada porque el texto fuente tiene una marcada orientación hacia la cultura estadounidense: tanto los autores como el público meta son de esta nacionalidad. La segunda categoría es el cambio o inclusión de una referencia cultural a países diferentes a la cultura fuente. Los puntos tres y cuatro son la reestructuración de la relación entre las culturas que aparecen en el original y la referencia indirecta a la cultura meta en lugar de una referencia directa a la cultura fuente, respectivamente. La

última categoría de adaptación es la subversión ideológica en un ejemplo encontrado en la traducción realizada.

El objetivo al utilizar esta clasificación es destacar las diferentes líneas de pensamiento entre la cultura del texto fuente y la cultura de la traducción. También se desea enfatizar en los cambios efectuados en los pasajes relacionados con algún aspecto cultural que contrastan con la experiencia del nuevo lector meta.

1. Supresión de toda referencia cultural específica

Esta sección contempla seis ejemplos en los cuales la referencia cultural es la norteamericana. Dicha referencia específica no se cree necesaria para la traducción ya que los temas presentes en los ejemplos (el dolor, la inmigración, el patriotismo, guerras de independencia, lenguas indígenas) no son exclusivos a esa cultura. Por lo tanto, se elimina la referencia cultural específica por una más abierta (no se hace referencia a ninguna cultura en específico), la cual da cabida a otras culturas para que los posibles lectores se sientan identificados con la lectura y los ejemplos.

Ejemplo 1.1:

Versión original:

“In the United States, we avoid pain at all cost, and most of us would never consider even having a tooth filled without some pain killer.” (C.B.C.Pág.124)

Posibles traducciones:

Traducción 1

En **Estados Unidos** tratamos de evadir el dolor a toda costa, y la mayoría de nosotros (de sus habitantes) nunca consideraríamos ni siquiera calzarnos un diente sin anestesia.

Traducción 2

En las **culturas occidentales** evadimos el dolor a toda costa, y muchos de nosotros no consideraríamos ni siquiera calzarnos un diente sin anestesia. (traduc. pág. 61)

Comentario:

El problema con la opción número uno es que “nosotros”, es decir los lectores, no son los mismos en el texto fuente y en la traducción, la sociedad para la cual fue originalmente escrito el texto ya no es la misma. Por esto, la referencia debe ser más amplia, que abarque otras culturas y sea visto como un ejemplo de lo ocurrido en otra cultura.

Por otra parte, la sociedad de los lectores de la traducción comparte la misma idea con respecto a evitar el dolor; así se puede extender este ejemplo a la cultura de los nuevos lectores y no mencionar a los Estados Unidos como ejemplo de tener aversión al dolor.

Ejemplo 1.2:

Versión original:

“Because of the increasing mobility of people around the world and because of the continued immigration to the United States, there will always be a segment of the population that does not speak English.” (C.B.C. pág. 135)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Debido al creciente flujo de personas que inmigran alrededor del mundo, y debido a las continuas migraciones **hacia los Estados Unidos**, siempre habrá un sector de la población que no hable **inglés**.

Traducción 2

Debido al creciente flujo de personas que viajan en todo el mundo, y como consecuencia de las continuas inmigraciones, **siempre habrá personas que no hablen el idioma del país donde se encuentran**. (traduc. pág. 71)

Comentario:

Si bien Estados Unidos es mundialmente conocido como uno de los lugares de destino más buscados por los inmigrantes a través de su historia, no es el único país en el que ocurre ese fenómeno. Muchas personas en el mundo deben trasladarse de un lugar a otro en busca de mejores condiciones de vida o simplemente por compromisos personales o de trabajo. Al cambiar un aspecto específico, como la referencia a Estados Unidos, por uno general (el mundo) expandemos el rango de cobertura y de relevancia de la información traducida.

Ejemplo 1.3:

Versión original:

“How you respond to the American flag, as opposed to the Cuban flag, is part of your cultural membership.” (C. B. C. pág 36)

Posibles traducciones:

Traducción 1

La forma en que usted reaccione ante la **bandera estadounidense** en oposición a la bandera cubana, es parte de su asociación cultural.

Traducción 2

Los sentimientos que despierta en uno la **bandera de su nación** en oposición a la bandera de otro país, refleja su pertenencia cultural. (traduc. pág. 32-33)

Comentario:

El nuevo lector proviene de un país y una cultura diferente al texto fuente, por lo que ocurre justamente lo que trata de explicar el texto: el sentimiento de apego responde a objetos diferentes en cada persona. Si se remite nuevamente a una bandera en especial, se correría el riesgo de perder la intención principal de la oración que es hacer evidente el sentimiento de pertenencia que florece hacia la organización social en la cual nacimos, sin importar cual sea.

Ejemplo 1.4:

Versión original:

“They can use the written word as a symbol and let others read about the War of Independence.” (C. B. C. pág. 44)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Ellos pueden utilizar la palabra escrita para que otras personas se enteren de la

Guerra de Independencia.

Traducción 2

La palabra escrita se puede utilizar para que las personas se informen de los **hechos históricos** como guerras, revoluciones o luchas por la independencia de sus países. (traduc. pág 40)

Comentario:

En este ejemplo, el texto fuente se refiere de manera implícita a la guerra de independencia de Estados Unidos. Ahora bien, cada país conmemora diferentes hechos históricos que son relevantes para su cultura. El motivo principal de adaptar este fragmento es precisamente incluir cualquier otro evento importante en la historia cívica y social de un país. Además se amplía la información existente en el texto fuente con algunos ejemplos de celebraciones importantes.

Ejemplo 1.5:

Versión original:

“For instance, how does one translate *Atlantic Ocean* into the Hopi language?”

(C. B. C. pág. 132)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Por ejemplo: ¿cómo se podría traducir “Océano Atlántico” a la **lengua hopi**?

Traducción 2

Por ejemplo: ¿cómo traducir “Océano Atlántico” a la **lengua de un pueblo que no conoce o no tiene contacto alguno con el mar?** (traduc. pág. 64)

Comentario:

En este caso, el énfasis de la oración podría estar en el nombre del océano y no en el referente del “mar, en cuyo caso sería irrelevante si la tribu en cuestión conoce o no el mar. Sin embargo, el ejemplo trata de plantear una situación en la que el lector debe visualizar el reto que representa explicar, en este caso traducir, un elemento ajeno a la realidad de un pueblo. Los autores decidieron escoger la tribu “hopi”, un grupo de nativos americanos del noreste de Arizona⁵.

El lector del texto fuente debe tener algún conocimiento acerca de este pueblo nativo americano, pero no así el nuevo público meta. Por esto se optó por explicar el punto en vez de incluir otro nombre de otro pueblo que puede ser igualmente desconocido para el lector.

⁵ Random House Webster’s Dictionary, pág. 346.

Ejemplo 1.6:

Versión original:

“For example, schools that teach mainly American history, geography, literature, and government are also, without realizing it, teaching ethnocentrism. When we study only the accomplishments of white males, we are quietly learning ethnocentrism. Students exposed to limited orientation develop the belief that America is the center of the world, and they learn to judge the world by American standards. What is true about American ethnocentrism is true about other cultures. As children in Iran learn about the wisdom of Allah, they are learning to judge all religious truths by this singular standard.” (C. B. C. pág. 47)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Por ejemplo, cuando en la escuela se enseña primordialmente la historia, la geografía, la literatura y el sistema de **gobierno estadounidense**, se está enseñando etnocentrismo sin percatarse. Si sólo estudiamos los logros de los hombres blancos, aprendemos a ser etnocentristas sin escandalizarnos. Los estudiantes instruidos en una visión tan limitada desarrollan la creencia de que los **Estados Unidos** es el centro del mundo y aprenden a juzgar el mundo según las **normas estadounidenses**. Lo mismo que ocurre en los **E.E.U.U.** sucede también en otros países. Conforme los niños iraníes aprenden acerca de la sabiduría de Alá, también aprenden a juzgar todas las verdades religiosas con esta única medida específica.

Traducción 2

Por ejemplo, cuando en la escuela se enseña primordialmente la historia, la geografía, la literatura y el sistema de **gobierno de un país específico**, se está enseñando etnocentrismo sin percatarse. Si sólo estudiamos los logros de los hombres blancos, por ejemplo, aprendemos a ser etnocentristas sin tomar consciencia de esto. Los estudiantes instruidos en una visión tan limitada desarrollan la creencia de que **su país** es el centro del mundo y aprenden a juzgar el mundo según **sus normas nacionales**. Este fenómeno no es inherente de una **cultura en específico**, todos aprendemos a juzgar a las demás personas basados en nuestra religión, pertenencia política, moral, etc. (traduc. pág. 46)

Comentario:

La versión original expone una perspectiva y vivencia específica de la sociedad norteamericana. Este ejemplo ilustra el concepto muy bien para el público original, pero al traducirlo literalmente, el nuevo lector puede pensar que este tipo de situaciones sólo ocurre en Estados Unidos, el cual es tan sólo un ejemplo. El hecho de que todos los países somos en un grado u otro etnocentristas podría pasar a un segundo plano, o no ser tan evidente, si se conserva la referencia a los Estados Unidos. De igual forma, si se contrarrestan dos países diferentes, se podría pensar que es un problema de sólo esos dos países y no uno que nos concierne a todos sin importar de qué país somos.

2. Cambio o inclusión de referencia cultural a países diferentes a la cultura fuente.

Los siguientes ejemplos eliminan la cultura fuente y emplean la misma situación en un contexto cultural diferente específico. También, algunos ejemplos no incluyen del todo una referencia cultural, por lo que tomando en cuenta el propósito del texto y el

hecho de que se han eliminado referencias específicas, se trata de compensar y contribuir con el texto meta al incluir una referencia cultural, la cual contribuye con una mejor asimilación del texto meta.

Ejemplo 2.1:

Versión original:

“Arrangements such as the Canada-United States-Mexican free Trade Agreement, as well as continued immigration to the United States, have been great stimulators for North Americans to expand their language proficiency and seek reliable translations.”

(CBC. pág.131)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Los acuerdos como el **Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México**, así como la continua migración a los **Estados Unidos**, han estimulado a la población norteamericana a mejorar sus habilidades lingüísticas y buscar traducciones confiables.

Traducción 2

Ciertos **tratados comerciales multilaterales entre países cuyos idiomas son diferentes**, como los realizados entre Canadá, Estados Unidos y México o bien entre miembros de la **Unión Europea**, así como la continua **migración de un país a otro**, han estimulado a las poblaciones involucradas a mejorar sus habilidades lingüísticas y a buscar traducciones confiables. (traduc. pág. 62)

Comentario:

El nombre de los acuerdos o los países que toman parte de ellos no tienen importancia en el texto ya que sólo son ejemplos, lo importante es el hecho de que es por estas relaciones internacionales que las personas hablan más idiomas y que se necesitan traductores. Si limitamos este ejemplo a Estados Unidos se podría pensar que es sólo en este país donde se ha visto esta situación y no en todo el mundo, como es la realidad.

Ejemplo 2.2:

Versión original:

“These groups share a common origin or heritage [...]. Cubans living in Miami, Mexicans in San Diego, Haitians in New York City, and Chinese in San Francisco might all be citizens of the United States, yet their ethnic culture is transferred intergenerationally.”

(C. B. C. pág 49)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Estos grupos comparten una herencia o un origen en común [...]. Los cubanos de Miami, **los mexicanos de San Diego, los haitianos de Nueva York y los chinos de San Francisco pueden ser todos ciudadanos de los Estados Unidos**, pero su cultura étnica se transfiere de generación en generación.

Traducción 2

Los cubanos de Miami, **los salvadoreños de Québec, los turcos de Berlín y los marroquíes de París** pueden ser todos ciudadanos de su país anfitrión, pero su cultura étnica se transfiere de generación en generación. (traduc. pág. 49-50)

Comentario:

En este caso, el texto fuente se centra en la situación de otras culturas en los Estados Unidos. En realidad, la mayoría de los países tienen sus pequeños o grandes grupos étnicos que cohabitan con el grupo social dominante.

Para cada país existe una situación específica. Al variar los ejemplos, se plantea un panorama más amplio al lector y también más familiar para éste. Así, la idea primordial de la oración queda más clara ante el lector de habla española, el cual puede relacionar más libremente el sentido del texto con su situación social particular.

3. Reestructuración de la relación entre las culturas que aparecen en el texto fuente

El texto fuente está planteado desde la perspectiva de una persona estadounidense al encontrarse con las variantes del español mejicano. Ya que el público meta es de habla española y está más familiarizado con las variantes en ese idioma, pero no tanto con la situación en el inglés, el ejemplo toma más sentido al cambiar la perspectiva de partida. De tal forma, la intención al cambiar la perspectiva es ir desde lo conocido para el lector a lo poco conocido, o bien, desconocido por completo.

Ejemplo 3.1:

Versión original:

“The Mexican Spanish language has five terms indicating agreement in varying degrees...The problem, of course, is to understand the difference between *me comprometo* and *tal vez lo haga* in their cultural sense so that one can render correct translation. Misunderstandings and confusions may arise if we simply translate each of the phrases of agreement as “okay.” (CBC. pág. 134)

Posibles traducciones:

Traducción 1

“**En México** se utilizan cinco frases para expresar acuerdo, cada una en distinto grado. Por supuesto, el problema es comprender la diferencia cultural entre “me comprometo” y “tal vez lo haga”, de tal forma que se puedan traducir correctamente. Podrían surgir malos entendidos o confusiones si ambas frases se tradujeran simplemente como “okay”.

Traducción 2

Entre las frases utilizadas para expresar acuerdo en **inglés** la más usual es “ok”, que significa “de acuerdo”. En México, se utilizan cinco expresiones (“me comprometo”, “yo le aseguro”, “sí, como no, lo hago”, “tal vez lo hago”, y “tal vez lo haga”), todas con un diferente grado de acuerdo. Simplificar estas estructuras traduciéndolas por un simple “ok” al inglés, puede ser causa de malentendidos y confusiones. (traduc. pág 69)

Comentario:

En este ejemplo hay dos elementos a considerar: la función metalingüística del idioma fuente y la orientación del texto, es decir, hacia quién va dirigido. El primer punto lo retomaremos también en el próximo capítulo. Con respecto a la orientación, estamos ante una manifestación del lenguaje como cultura: el texto, escrito en inglés, va dirigido a hablantes del inglés, la lengua implica una cultura, suponer su conocimiento es establecer una orientación cultural. Sin embargo, al traducir, el público cambia y por ende, la orientación también debe cambiar. El tema es el mismo, pero se expone desde la perspectiva del hispanohablante, para quién el idioma divergente es el inglés.

4. Referencia indirecta a la cultura meta, en lugar de referencia a la cultura fuente

En este ejemplo se elimina una referencia directa y se sustituye por una indirecta a la cultura meta. Si bien se tiene en mente una cultura específica para hacer la referencia, el hecho de que se plantee de forma indirecta abre la puerta a una mayor variedad de público el cual no se va a sentir tan ajeno al texto como si se hiciera una referencia directa.

Ejemplo 4.1:

Versión original:

“If someone says to you, The United States doesn’t spend enough money on higher education, and you only think about this statement, you are still responding. Your response does not have to be an observable action.” (C. B. C. pág. 30)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Si alguien le dice “**Los Estados Unidos** no **gastan** suficiente dinero en la educación superior”, y usted se limita a reflexionar sobre esta opinión, está respondiendo al mensaje, aunque su reacción no sea visible.

Traducción 2

Por ejemplo, si alguien le dice que **el Gobierno no invierte** suficiente dinero en la educación superior, y usted reflexiona sobre esta opinión, está respondiendo al mensaje, aunque su reacción no sea visible. (traduc. pág 22)

Comentario:

Este ejemplo se refiere a una visión particular de la educación. Para la sociedad norteamericana, la educación es un gasto por realizar, una necesidad más por satisfacer; de ahí que se utilice el verbo “spend” (gastar) al referirse a este rubro. Por el contrario, nuestro país siempre se ha vanagloriado de dar una especial atención al sector educación, al cual gira una parte importante de sus ingresos anuales. Los políticos están conscientes de esta concepción nacional de que el estudio es nuestra mejor arma para desarrollarnos, por lo que en lugar de “gastar”, este dinero se “invierte”. Es decir que se emplea el dinero con una finalidad objetiva que dará frutos en el futuro. Si se conservara el verbo “gastar”, éste sería comprensible al lector, pero no formaría parte de su forma de ver las cosas.

Otro aspecto que se modificó en este ejemplo es el hecho de que el gobierno sea el de Estados Unidos; la solución elegida, de usar la palabra gobierno, con mayúscula, sin otra referencia, permite a los nuevos lectores meta pensar en su propio gobierno.

5. “Subversión” ideológica

Al hablar de subversión, se trata de englobar aquellos puntos de vista sociales (morales) revelados en el texto fuente los cuales no son compartidos por la traductora y, en este caso, existen consideraciones morales y de estereotipos en el uso cotidiano de la lengua meta.

Ejemplo 5.1:

Versión original:

“For example, your second-grade teacher may have asked you to stop throwing rocks at a group of birds. Perhaps the teacher added that the birds were part of a family and were gathering food for their babies. **She** might also have indicated that birds feel pain just like people. Perhaps twenty years later, as you think about eating an animal, you remember those words from your teacher and decide to become vegetarian.” (C. B.C. pág. 31)

Posibles traducciones:

Traducción 1

Tal vez a usted, de niño, su **maestra** de segundo grado le pidió que no arrojara piedras a los pájaros; quizás le dijo que los pájaros tenían familia y que necesitaban recoger comida para los polluelos. Incluso, pudo haberle recordado que los pájaros también sienten dolor, tal como las personas. Tal vez veinte años más tarde, cuando piense en comer un animal, recordará las palabras de su maestra y decidirá ser vegetariano.

Traducción 2

Tal vez a usted, de niño, su **maestro** de segundo grado le pidió que no arrojara piedras a los pájaros; quizás le dijo que los pájaros tenían familia y que necesitaban recoger comida para los polluelos. Incluso, pudo haberle recordado que los pájaros también sienten dolor, tal como las personas. Tal vez veinte años más tarde, cuando piense en comer un animal, recordará las palabras de su maestro y decidirá ser vegetariano. (traduc. pág. 23)

Comentario:

Existe la idea generalizada de que la persona que da clases en la escuela primaria es una mujer, y al parecer, éste es el concepto del autor. En el texto original, se usa el pronombre “she” para referirse a “teacher”. Al cambiar “maestra” por “maestro” no queremos abogar por una batalla de los géneros; de lo que se trata es de romper un estereotipo patriarcal que describe a “la maestra” como un educador de menor rango, de menor preparación en la jerarquía profesional de la educación, que lo único que hace es cuidar de los niños.

Si bien puede ser considerado este caso como un cambio innecesario, recordemos que parte de la labor traductológica es adaptar el texto a las necesidades y realidades del nuevo público meta.

El objetivo principal al realizar estos cambios de tipo ideológico es resaltar la necesidad de incurrir en el cambio para que el texto influya en la sociedad y cultura metas de una forma más natural que como sería sin adaptación. De igual forma, este análisis apunta al hecho de que algunos de los cambios no se realizan pensando en el lector meta, más bien es el traductor como lector y agente individual activo en un

sistema ideológico específico, el que toma decisiones de cambio según su experiencia y perspectiva.

Capítulo 2

Adaptaciones de tipo metalingüístico

Según James Holmes, la interpretación de un mismo texto varía según la persona que lo lee. Es por esto que un texto puede tener múltiples traducciones o interpretaciones (Moya, 133). Estas traducciones o interpretaciones tendrán como objeto un texto que les sirve de base. De esta manera, una traducción que habla acerca de otro texto, Holmes la llama “metatexto”.

El *Diccionario de lingüística moderna* (351) explica que “cuando el lenguaje se utiliza para hablar del propio lenguaje se le llama metalenguaje, el cual se puede definir como el segundo orden empleado para hablar sobre el lenguaje en general”. Así pues, un texto que hable del lenguaje se convierte en un metatexto y se puede hablar de un caso de “doble metatextualidad”, por un lado debido a la naturaleza del texto (una traducción) y por el otro, a causa de tal contenido del texto (metalenguaje).

En estos casos de “doble metatextualidad”, como se le seguirá llamando en este documento, consideramos que el camino a seguir es la adaptación. De lo contrario, la comprensión del texto traducido se vería afectada en gran medida.

En este capítulo se exponen los ejemplos de las adaptaciones realizadas en casos de “doble metatextualidad” encontrados en el texto traducido. Iniciaremos con dos ejemplos que ilustran con detalle la adaptación y las causas; en los ejemplos restantes presentamos solamente el texto original acompañado de su traducción adaptada y un comentario general de los grupos de casos. Es importante destacar que si esta sección hubiese sido concebida para un libro de lingüística, las sugerencias en traducción serían muy diferentes puesto que el objetivo sería otro.

El primer caso expone diferencias a nivel léxico entre el inglés utilizado en Estado Unidos y el de Gran Bretaña. Es por esto que el reto es explicar lo que ocurre a nivel léxico en otro idioma utilizando español.

Ejemplo 1:

Versión original:

“There are even differences between British and American usage in word meanings. Although some words are spelled and pronounced the same, they have different meanings. For instance, the words *boot*, *bonnet*, *lift*, and *biscuit* in British English translate into American English as *car trunk*, *car hood*, *elevator*, and *cookie*. In the area of business, there are also some interesting differences. For example, the British term *annual gunnel meeting* translates in American English as *annual meeting of shareholders*; the British word *billion* translates as *trillion*, and the British term *superannuation* scheme translates as *pension plan*.” (C. B. C. pág.124-125)

Proceso de Traducción

Paso 1: traducción literal y fiel:

Aun más, existen diferencias entre el inglés de **Estados Unidos** y el de **Inglaterra** con respecto al significado de las palabras. Por ejemplo, las palabras *boot*, *bonnet*, *lift* y *biscuit* utilizadas en el inglés de Inglaterra serían traducidas como *car trunk*, *car hood*, *elevator* y *cookie*. También en los negocios hay diferencias interesantes. Por ejemplo, en inglés británico el término *annual gunnel meeting* sería equivalente a la expresión estadounidense de *annual meeting of shareholders*, otro

ejemplo es que en Inglaterra se utiliza *billion* lo cual sería *trillion* en Estados Unidos. También, en Inglaterra se utiliza *superannuation* para lo que sería *pension plan*.

Comentario:

En esta traducción “fiel” los ejemplos se conservan en la lengua original puesto que se está evaluando la diferencia entre las dos formas del inglés. El problema con esta traducción es que no está pensada para el nuevo público meta.

Si bien los nuevos lectores pueden tener conocimientos de inglés, las palabras extranjeras obstaculizan la línea de lectura haciendo el texto más complejo de lo que en realidad es. En la versión fuente se presenta un ejemplo conocido y otro desconocido por el lector, así se puede establecer un parámetro de comparación comprensible y familiar al lector de Estados Unidos; al mantener esta comparación en la versión en español, el ejemplo conocido se vuelve desconocido y el balance se pierde. En decir, las palabras en inglés en la versión en español no causan el mismo efecto (conocido-desconocido) sino que el lector se encuentra con dos términos desconocidos y ninguna explicación. De esta forma, el párrafo completo pierde fuerza y sentido, puesto que el lector no llega a estar en completo contacto con lo expuesto.

Paso 2: literal y fiel con explicación:

Aun más, existen diferencias entre el inglés de **Estados Unidos** y el de **Inglaterra** con respecto al significado de las palabras. Por ejemplo, las palabras *boot*, *bonnet*, *lift* y *biscuit* utilizadas en el inglés de Inglaterra serían traducidas como *car trunk*, *car hood*, *elevator* y *cookie*¹. También en los negocios hay diferencias interesantes. Por ejemplo, en inglés británico el término *annual gunnel meeting* sería equivalente a la expresión estadounidense de *annual meeting of shareholders*², otro

ejemplo es que en Inglaterra se utiliza *billion* lo cual sería *trillion*³ en Estados Unidos. También, en Inglaterra se utiliza *superannuation* para lo que sería *pension plan*⁴ en el inglés estadounidense.

¹: *boot / car trunk* corresponden al maletero del automóvil; *bonnet / car hood* quieren decir “capó” o “cofre” en el auto; *lift / elevator* es en español el elevador o ascensor y las palabras *biscuit / cookie* se refieren a la galleta dulce.

²: *annual general meeting / annual meeting of shareholders* se refieren a la reunión anual de accionistas.

³: *billion / trillion (1.000.000.000.000)* corresponde un billón en español.

⁴: *superannuation / pension plan* es la jubilación o pensión.

Comentario:

Al utilizar notas al pie o al final del documento se trata de retomar la perspectiva del nuevo lector meta para hacer que éste comprenda el ejemplo expuesto. El traductor trata de llegar a su lector de esta forma pero, como es de todos conocido, no todos los lectores llegarán a leer las notas y éstas son fundamentales para la comprensión del texto. Por esto, el mensaje llegará de forma “restringida”, es decir, sólo para los que lleguen a leer las notas; por el contrario, en el texto fuente el mensaje era para todos los lectores.

Por otra parte, el sistema de notas también entrecorta la línea de lectura ya que, a la mitad de la idea, el lector debe ir a la nota para entender lo que está escrito. Esto implica un doble esfuerzo de procesamiento de ideas: lo dicho en inglés y la explicación en español. Esto hace que el ejemplo sea mucho más complejo que en el texto fuente.

Paso 3: la misma situación en español:

De la misma forma existen diferencias de uso entre el **español europeo y americano** con respecto al significado de las palabras. Si bien algunas palabras se escriben igual y se pronuncian de manera similar, tienen significado diferente. Por ejemplo, en el español de España, las palabras *magdalena*, *coche* y *cofre* corresponden a *quequito seco*, *carro* y *cajuela* en algunos países de Latinoamérica. En el área de la tecnología existen de igual manera interesantes diferencias. En España se llama *ordenador* a lo que en América Latina conocemos como *computador/a*, lo que se llama *portable* lo conocemos como *teléfono celular*. (traduc. pág. 62)

Comentario:

Al realizar el paso dos, se hizo evidente que en español existe el mismo fenómeno que se explica en el texto en inglés. La ventaja de utilizar ejemplos del español es que es el idioma materno del lector y éste va a sentirse más interesado en los fenómenos de su propia lengua que en los de otra que le es ajena o muy poco conocida. Además, podemos mantener el mismo equilibrio del texto fuente con respecto a la característica de introducir un factor conocido y después uno desconocido, así como el hecho de utilizar vocabulario de uso común y después enfocar este fenómeno en un área en específico. Con esto se expresa mejor el punto central de la comparación: crear conciencia en el lector de las diferencias lingüísticas entre las sociedades que hablan su mismo idioma. Además, el texto es de fácil comprensión tal y como es el texto fuente, es decir no se entorpece la lectura, ni se limita el texto a cierto grupo de lectores como sí ocurría con las primeras dos opciones.

En el segundo ejemplo se está contrastando aspectos gramaticales del inglés con el japonés. No se puede asumir que el público meta vaya a tener conocimientos de

ambos idiomas por lo que se debe explicar el punto de otra forma. En este caso se elimina la referencia al inglés como idioma principal y se cambia por el español. De esta forma, el lector sólo tendrá que enfrentarse a un idioma desconocido, en lugar de dos, y se brinda un ejemplo que surte el mismo efecto para el nuevo público.

Ejemplo 2:

Versión original:

“In Japanese, there is no parallel for the distinctions made in English between modifiers of nouns that are countable, such as marbles, days, or flavors, and modifiers of nouns that are uncountable such as sugar, advice, or money. As a result, Japanese translations may render statements like “much shoes” or “many patience.” (C. B. C. pág.133)

Proceso de Traducción

Paso 1: traducción literal y fiel:

En **japonés** no existe una estructura similar a la del **inglés** con respecto a los modificadores de sustantivos contables (ejemplo: *marbles, days, flavors*) y no-contables (ejemplo: *sugar, advine, money*). Como resultado, un traductor japonés podría cometer errores tales como “much shoes” y “many patience”.

Comentario:

En este ejemplo se contraponen la situación lingüística del inglés y la del japonés. La limitación es evidente en cuanto en el español tampoco existe un adjetivo de cantidad distinto para los sustantivos contables y no contables; además, es bien sabido

que para los estudiantes de habla hispana es uno de los aspectos más difíciles de aprender al iniciar sus estudios de inglés. Por esta razón, la traducción no surte el mismo efecto que el texto fuente; más bien puede llegar a confundir al lector con elementos lingüísticos desconocidos.

Paso 2: literal y fiel con explicación:

En **japonés** no existe una estructura similar a la del **inglés** con respecto a los modificadores de sustantivos contables (ejemplo: *marbles, days, flavors*¹) y no-contables (ejemplo: *sugar, advice, money*²). Como resultado, un traductor japonés podría cometer errores tales como “much shoes” y “many patience”³.

¹: *marbles* / canicas, *days* / días, *flavors* / sabores.

²: *sugar* / azúcar, *advice* / consejo, *money* / dinero.

³: En español tampoco se hace la diferencia entre los sustantivos contables y los no-contables como en inglés, por lo que ambas frases sería traducidas como *muchos zapatos* y *mucha paciencia* respectivamente. Si hablamos del caso de inglés, el problema al que se refiere el ejemplo está relacionado con el uso de las palabras *much* y *many*. La palabra *much* se utiliza para los sustantivos no-contables y *many* para los contables, por lo que están erróneamente utilizados, ya que *shoes* (zapatos) es un sustantivo contable y *patience* (*paciencia*) es no-contable.

Comentario:

Como se puede notar, la explicación del ejemplo en inglés es incluso más grande que el mismo ejemplo y con ella no se garantiza que el lector realmente entienda lo que se quiso decir con el ejemplo. Al realizar una traducción de este tipo se corre el riesgo de que la explicación del ejemplo sea más importante que el ejemplo en sí. La intención

del ejemplo queda mitigada con la explicación, es doble costo de comprensión para el lector y no se logra el objetivo de facilitar al lector la comprensión de las ideas expuestas.

Paso 3: comparación entre el español y el japonés:

En el idioma **japonés**, a diferencia del **español**, no existen estructuras gramaticales para diferenciar el género femenino del masculino o el número. Como resultado, un traductor japonés podría escribir algo como “muchas zapato” o “mucho paciencia”. (traduc. pág. 67)

Comentario:

Con esta traducción se cumple el primer objetivo de alcanzar una traducción accesible al nuevo público meta ya que llena las necesidades del lector, al describir un ejemplo de fácil comprensión, y al retomar el sentido del texto fuente. Al realizar la comparación del japonés con el español, los parámetros de referencia cambian por la misma naturaleza de los idiomas y los aspectos de diferencia también son otros. Sin embargo, el ejemplo adaptado recrea la intención original del autor al comparar un aspecto lingüístico de un idioma con la misma situación en otro. Además, la extensión del texto es similar.

En los casos 3 y 4 encontramos que al reemplazar el idioma inglés con el español, la función de metalenguaje que había cumplido el inglés se traslada al español. En el ejemplo 3 vemos que si bien se pudo haber mantenido la comparación entre el inglés, el tagalo y el coreano (ya que el español tiene la misma estructura lingüística del inglés en los aspectos señalados) no se hubiera conservado la misma perspectiva

idiomática. En el caso 4, como ya se mencionó en la página 13, se mantienen ambas lenguas pero se cambia la base de comparación debido al intercambio de la función metalingüística del inglés al español. En este ejemplo se destaca que las palabras no son lo que cuentan sino lo que implican; además, muestra que para diferentes culturas las mismas palabras implican cosas distintas.

Ejemplo 3:

Versión original:

“Syntax, or the word order and structure of sentences, also varies depending on the language. The normal word order for simple sentence in **Filipino** is the reverse of the word order in **English**. That is the predicate is followed by the subject. For example, **the English sentence** ‘The teacher died’ would be ‘*Namatay ang guro*’ or ‘*Died the teacher*’ in Filipino. In English, the subject is followed by the verb and then an object, but in **Korean**, the subject is followed by the object and then the verb. So in English we might say, “*The cat ate the mouse*,” but in Korean, “*Cat mouse ate*” would be correct.” (C. B. C. pág.122)

Traducción adaptada:

La sintaxis, o el orden de las palabras y la estructura de las oraciones, también varía dependiendo del idioma. En **tagalo**, idioma de las Filipinas, el orden básico de la oración es contrario al utilizado en **español**; es decir, en tagalo el verbo va primero que el sujeto. Por ejemplo, la representación de la oración “*El maestro murió*” en tagalo sería “*Namatay ang guro*” es decir “*Murió el maestro*”, lo cual es permisible en español pero se le da énfasis a la acción en lugar de al sujeto como lo hace la estructura en tagalo. Este orden de palabras se utiliza en **español** para destacar cierta información

sobre otra, por ejemplo en los títulos de periódicos y revistas. Otro caso es que en **español** el sujeto antecede al verbo y al objeto de la oración, pero en **coreano** el orden es: sujeto, objeto y verbo. Entonces, la oración “*El gato se comió al ratón*” en coreano sería: “*gato ratón comió*”. (traduc. pág 57-58)

Ejemplo 4:

Versión original:

“**The Mexican Spanish language** has five terms indicating agreement in varying degrees: “me comprometo” (I promise or commit myself), “yo le aseguro” (I assure you), “sí, como no, lo hago” (yes, sure, I will do it), “tal vez lo hago” (maybe I will do it), and “tal vez lo haga” (maybe I might do it). The problem, of course, is to understand the difference between *me comprometo* and *tal vez lo haga* in their cultural sense so that one can render correct translation. Misunderstandings and confusions may arise if we simply translate each of the phrases of agreement as “okay.” (CBC. pág.134)

Traducción adaptada:

Entre las frases utilizadas para expresar acuerdo **en inglés** la más usual es “ok”, que significa “de acuerdo”. En México, se utilizan cinco expresiones (“me comprometo”, “yo le aseguro”, “sí, como no, lo hago”, “tal vez lo hago”, y “tal vez lo haga”), todas con un diferente grado de acuerdo. Simplificar estas estructuras traduciéndolas por un simple “ok” al inglés, puede ser causa de malentendidos y confusiones. (traduc. pág. 69)

En los casos 5 y 6, a continuación, veremos cómo las características sintácticas de un idioma y el papel de éste como metalengua hacen que el traductor prefiera la

adaptación con el fin de reproducir el propósito del texto y de presentar un texto amigable al nuevo público meta

En el caso 5 el objetivo de la adaptación es replantear el punto de vista del texto puesto que el idioma de partida ha cambiado y con él las necesidades, experiencias y expectativas del lector meta. De esta forma, al comparar el caso del español con el del coreano y el vietnamita, podemos reproducir el patrón “conocido-desconocido” con el cual se trabaja en todo el texto.

En el caso 6 se presenta una situación un poco más compleja. Si bien no parece haber adaptación alguna, los elementos lingüísticos del inglés que se utilizan (*to be*, *who*, *which*, *that*, y *what*) pueden sustituirse por palabras en español que tienen funciones parecidas o iguales a las del inglés. Por ejemplo el verbo *to be*, puede representar los verbos *ser* o *estar* en español; mientras que para un hablante del inglés sería una sola palabra con ambos significados, para nosotros son dos distintas palabras que se utilizan en situaciones distintas.

Con respecto a *who* / quien, *which* / el - la cual, *that* / que y *what* / lo que, la mente de un lector hispano no tiene la misma conciencia del significado de las palabras en inglés que el de las palabras en español. Naturalmente, las situaciones en las cuales se usa una u otra opción son más claras y naturales en español para la generalidad del nuevo público meta que en inglés. Si bien las funciones lingüísticas de *quien*, *el/la cual*, *que* y *lo que* tienen mucho en común con las de sus homólogas en inglés, no son las mismas al 100%, por lo que hay una pequeña diferencia semántica entre el ejemplo en español y del inglés. Esta diferencia no afecta el mensaje en la versión en español y al utilizar este idioma se facilita una total comprensión por parte del lector.

Ejemplo 5:

Versión original:

“**In English**, we have singular and plural nouns and pronouns, **but in Korean**, “the distinction between singular and plural is made by the context of the sentence.” **In English**, the verb tenses express contrast between past, present, and future acts, **but in Vietnamese**, the same verb reflects all three and the time of action is inferred from the context” (C. B. C. pág.122).

Traducción adaptada:

En español existen pronombres y sustantivos plurales y singulares; por el contrario, **en coreano** “la diferencia entre singular y plural se hace explícita gracias al contexto de la oración”. En **nuestro idioma**, los tiempos verbales expresan contraste entre las acciones del pasado, del presente y del futuro, **pero en vietnamita** el mismo verbo expresa los tres tiempos verbales por lo que el tiempo de la acción se infiere del contexto. (traduc. pág. 57)

Ejemplo 6:

Versión original:

“In the **Filipino language**, there is no equivalent of the verb to be. No relative pronouns in **Korean are comparable to the English** who, which, that, or what.” (C. B. C. pág.133)

Traducción adaptada:

En tagalo no hay equivalente para los verbos *ser* y *estar*. **En coreano** no existen pronombres relativos comparables con *quien, el / la cual, que* y *lo que* **en español**.
(traduc. pág. 66)

En los últimos dos casos de este capítulo (casos 7 y 8) nos enfrentamos a un doble reto traductológico: una expresión idiomática que tienen función de metatexto. Como en algunos de los ejemplos anteriores, el español toma la función metalingüística del inglés y se convierte en la base de comparación entre los dos modelos lingüísticos a los se hace alusión en cada caso. Así, el párrafo se simplifica, se recrea el mismo nivel de dificultad del texto fuente, existe una situación lingüística conocida y se recrea el objetivo del texto fuente.

Las relaciones entre las experiencias de las diferentes culturas y su entorno nunca son las mismas, es por esto que la representación lingüística de una experiencia y sus repercusiones en la cultura y el idioma no van a ser iguales. Al enfocarnos en la traducción de frases idiomáticas, esta relación experiencia-idioma debe abordarse con mucho cuidado debido a la compleja red de significados implícitos, positivos y negativos, de una misma experiencia en diferentes culturas.

Ejemplo 7:

Versión original:

“Consider this example of an **Italian idiom translated into English**: “Giovanni sta menando il cane per l’aia.” Translated literally is “John is leading his dog around the threshing floor.” A better translation, with greater correspondence of meaning, is

“John is beating around the bush.” Coming up with the second translation thus requires that the translator be familiar with American idioms.” (C. B. C. pág. 133)

Traducción adaptada:

Consideremos este ejemplo de una **expresión idiomática italiana y su traducción literal al español**: “*Giovanni sta menando il cane per l’aià*”, cuya traducción literal sería “Giovanni está paseando el perro por la era”. Una traducción con mayor similitud de significado diría “Giovanni se anda con rodeos”. Para llegar a la segunda traducción hace falta que el traductor esté al tanto de las expresiones idiomáticas **en español**. (traduc. pág.66)

Ejemplo 8:

Versión original:

As another example, imagine attempting to translate the sports-influenced statement “**I don’t want to be a Monday-morning quarterback, but...**” into the language of a culture that does not have the American sport of football” (C. B. C. pág. 133).

Traducción adaptada:

Por ejemplo, si se analiza la frase popular “me dieron una goleada en el examen” **¿cómo traduciría lo anterior a un idioma cuya cultura no dispone de la misma referencia deportiva al fútbol que la cultura de origen?** (traduc. pág. 66)

Cuando se realizan estas adaptaciones de tipo metalingüístico, el texto se hace más claro y preciso para el lector. El lector debe lidiar con muchos otros aspectos como

el vocabulario, la extensión de la oración, sus límites de conocimiento y experiencia; al adaptar el texto, no presentamos un texto todavía más complejo (comparado con el texto fuente) a nuestro nuevo lector, sino que se elimina un factor de confusión para ayudar a la comprensión del concepto detrás de las palabras. Además, damos valor al idioma terminal en lugar del idioma fuente.

Conclusiones

A lo largo del tiempo, la disyuntiva entre “fidelidad” y “belleza” ha marcado el desarrollo de las tendencias traductológicas. La elección entre “fidelidad” o “belleza” se ha establecido como premisa al momento de realizar y valorar una traducción. No obstante esta perspectiva dualista no visualiza la naturaleza de la traducción como un proceso de cambios y de desarrollo continuo hasta alcanzar un resultado que corresponda con las expectativas del traductor, como lo contemplan las más modernas teorías traductológicas.

Este proceso de cambios, más que un conjunto de ideas desorganizadas e injustificas, es el proceso natural del pensamiento humano. Nuestro razonamiento tiende a guiarse por procesos de “prueba y error” para reestructurar las ideas obtenidas en un momento dado y elevarlas a conclusiones más elaboradas y acertadas según nuestro juicio. De esta misma forma, el juicio del traductor lo guía en el proceso de conocer el texto fuente para analizarlo desde su mundo. Además, el mundo del traductor no está aislado puesto que crece y se alimenta de múltiples factores (e.g. cultura, ideología de grupo, idioma, política en su entorno, el público meta y las necesidades al traducir el texto, etc.) que convergen en su persona y en sus escritos. Esta relación es recíproca ya que la sociedad y la cultura se valen del traductor como agente facilitador del cambio y de la expansión de nuevas ideas.

Como se indica anteriormente, el cambio es fundamental e inevitable en la creación y el crecimiento del texto traducido y del traductor. Es por eso que la adaptación viene a llenar una necesidad estratégica.

Si bien se ha tratado de delimitar el uso de la adaptación solamente para ciertas situaciones, no existen límites o situaciones en las cuales se requiera o se deje de requerir su uso. El uso de la adaptación no es antojadizo; una serie de factores presentes

en el análisis del texto y en el proceso de desarrollo del texto meta guían al traductor hacia el cambio en forma de adaptación. Estos factores no son los mismos en todos los textos por lo que, en lugar de buscar estándares, se debe prestar atención al texto, sus características y a la intención del traductor. El análisis de estos factores determina el grado de adaptación y fundamenta las razones por las cuales es preferible una versión adaptada que otra sin adaptación. Según el análisis de este estudio en particular, la versión adaptada fue la que creó un mejor soporte de transmisión de ideas.

Este trabajo sólo especifica dos situaciones en las cuales se inclinó por una versión adaptada (metalenguaje e ideología), debido al tipo de texto traducido (cultural) y a la trascendencia de estos aspectos en el análisis realizado. Por un lado, el texto se sirve continuamente del idioma para explicar el mismo idioma; y por otro lado, se destaca la gran carga cultural e ideológica del escrito, sobre todo en explicaciones y referencias prácticas de los conceptos explicados. Se llegó a la conclusión de que ambos factores son clave para la buena comprensión del texto fuente pero, por la misma razón, deben adecuarse a la perspectiva de la lengua y la cultura meta.

No sólo se realizó un análisis del concepto de adaptación, sino que se dio seguimiento y se registró el proceso de cambio en el texto meta y las razones por las cuales se realizaron dichos cambios: funcionalidad del texto, perspectiva del público meta, naturalidad en el idioma y la cultura meta, ideología que refleja el texto meta, etc.

Es necesario aclarar que los resultados se fundamentan en lo encontrado en este texto en particular; no obstante, se puede llegar a conclusiones ulteriores al observar el papel de la ideología en los textos. Todo texto utiliza el lenguaje, y el lenguaje es expresión de la cultura, la cual trae consigo una ideología que algunas veces es tan sutil que el lector no se detiene a observar. Justamente, Álvarez y Vidal explican en *Translating: A Political Act* (1996), que detrás de cada elección del traductor, en cuanto

qué agregar y qué eliminar, qué palabras escoger y cómo plantear las ideas, hay un acto voluntario que revela la historia del traductor y el medio socio-político que lo rodea. En otras palabras, la cultura y la ideología del traductor (Behrouz, 1999).

Es precisamente este factor ideológico, que se trasmite a través de los idiomas y que es imposible de evitar, ya que utilizamos los idiomas para expresar nuestros pensamientos y cultura; el que reivindica la adaptación y la despoja de la etiqueta de “estrategia”. Así, en lugar de ser sólo un paso más en la cadena de procedimientos para alcanzar un resultado como se ha considerado en otros textos, la adaptación es en sí el proceso de entender y transmitir un texto y su significado de un idioma a otro. La adaptación es traducción.

Bibliografía

- Bastin, Georges L. "Adaptation" *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. Baker, Mona (Ed.). Londres: Routledge, 2001.
- Bennet, Milton J (Ed.). *Basic Concepts of Intercultural Communication*. Estados Unidos: International Press, 1998.
- Casares, Julio. *Diccionario ideológico de la lengua española*. 2 ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1982.
- Chaves Solano, Magaly. Traducción de *Que Dios te conceda cien hijos varones: Viaje a través de la vida de las mujeres de la India*, de Elisabeth Bumiller. Tesis. Universidad Nacional, 1997.
- Colina, Sonia. *Translation Teaching. From Research to the Classroom: A Handbook for Teachers*. Estados Unidos: McGraw Hill, 2003.
- Diccionario Collins Español Inglés-Inglés Español*. 7 ed. Nueva York: Harper Collins Publishers y Grijalbo, 2003.
- Diccionario de lingüística moderna*. Enrique Alcaraz y María Antonia Martínez Linares. Barcelona: Editorial Ariel, 1997.
- Diccionario Océano de sinónimos y antónimos*. Barcelona: Grupo editorial Océano, 1992.
- Diccionario Random House Webster Roget's Thesaurus*. 3 ed. Nueva York: Ballantine Books.
- Diccionario Random House Webster*. 3. ed. Nueva York: Ballantine Books.
- Errington, Joseph. "Ideology". *Key Terms in Language and Culture*. Duranti, Alessandro (Ed.). Oxford: Blackwell Publishers, 2001.
- Escalante Rivas, Cecilia y Yerlin Jara Amores. Traducción de *Estrategias para aprender un idioma: Lo que todo educador debe conocer*, de Rebecca L. Oxford. Tesis. Universidad Nacional, 2000.
- Fernández Collado, Carlos. *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. 2ed. México: McGraw-Hill, 2001.
- García-Pelayo y Gross, Ramón. *Pequeño Larousse ilustrado*. París: Ediciones Larousse, 1976.
- Gentzler, Edwin. *Contemporary Translation Theories*. Londres: Routledge, 1993.
- Hatim, Basil. *Teaching and Researching Translation*. Malasia: Pearson Education Limited, 2001.

- Hurtado Albir, Amparo. *Traducción y traductología: Introducción a la traductología*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2001.
- Karamanian, Alejandra Patricia. *Translation and Cultura*. Recuperado el 10 de enero del 2005. <<http://www.translationdirectory.com/article14.htm>>
- Karoubi, Behrouz. *Ideology and Translation: with a Concluding Point on Translation Teaching*. 1999. Recuperado 2004. <<http://www.translationdirectory.com/article233.htm>>
- Kirkpatrick, Betty. *Roget's Thesaurus of English Words and Phrases*. Londres: Penguin, 1998
- Kühlmann Berenzon, Helga. Traducción de *A solucionar el problema de los desechos*. Tesis. Universidad Nacional, 2000.
- Leferever, André. *Translation/History/Culture*. Londres: Routledge, 1992
- López de Fernández, Ligia y Van Patten de Ocampo, Elia. *Investigación bibliográfica y confección de trabajos escritos*. San José: Editorial EUNED, 1981.
- McEntee, Eileen. *Comunicación intercultural: bases para la comunicación efectiva en el mundo actual*. México: McGraw-Hill, 1998.
- _____. *Comunicación oral para el liderazgo en el mundo moderno*. México: McGraw-Hill, 1996.
- McQuail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de las masas*. 3 ed. Trad. Patrick Ducher. Barcelona: Paidós, 2000.
- Moliner, María. *Diccionario de uso del español*. 2 tomos. Madrid: Gredos, 1984.
- Moya, Virgilio. *La selva de la traducción: teorías traductológicas contemporáneas*. Madrid: Cátedra, 2004.
- Newmark, Peter. *Approaches to Translation*. Cambridge: Prentice Hall: 1988.
- Rivera, Luis. "Comunicación y cultura en América Latina". *Temas de Nuestra América*, 37 (2002): 133-154.
- Robinson, Douglas. *Western Translation Theory: from Herodotus to Nietzsche*. 2 ed. Manchester: St. Jerome Pub., 2002.
- Salazar, Inés. Traducción de *La química del hombre: La alimentación es más de lo que percibimos a simple vista, de Bernard Jensen*. Tesis. Universidad Nacional, 1997.
- Samovar, Larry A, Richard E. Porter y Lisa A. Stephanie. *Communication Between Cultures*. 3 ed. California: Wadsworth Publishing Company, 1998.

Shuttleworth, Mark. y Moira Cowie. *Dictionary of Translation Studies*. Manchester: St. Jerome Publishing, 1997.

Snell-Hornby, Mary y otros (Eds.). *Translation as Intercultural Communication*. Estados Unidos: John Benjamins Publishing Company, 1997.

Solis Alpizar, Viviana. Traducción de *Antología de actividades ambientales Tree Amigos*, Centro de Estudios Ambiental. Tesis. Universidad Nacional, 1997.

Tötösy de Zepetnek, Steven. *Comparative Cultural Studies and the Study of Translation: Concepts and Terminology*. Recuperado 2004. <<http://clcwebjournal.lib.purdue.edu/library/translationstudy.html>>.

Vázquez-Ayora, Gerardo. *Introducción a la Traductología: Curso básico de traducción*. Washington: Georgetown University Press, 1977.