



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

La traducción inversa en la prensa (español-  
inglés): Análisis de las traducciones de los diarios  
deportivos *AS* y *MARCA*

Presentado por Sandra Medina García-Carpintero

Tutelado por la Dra. Verónica Arnáiz Uzquiza y la Dra. Susana Álvarez Álvarez

Soria, 2015

# ÍNDICE

RESUMEN .....	5
ABSTRACT .....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
Contextualización.....	6
Justificación.....	7
Estructura del trabajo .....	10
OBJETIVOS.....	12
METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO .....	12
MARCO TEÓRICO .....	15
1. La traducción inversa .....	15
1.1 Diferentes denominaciones para la traducción inversa .....	15
1.2 Definición de traducción inversa .....	17
1.3 Detractores y defensores de la traducción inversa .....	18
1.4 Situaciones en las que se hace necesaria la traducción inversa.....	21
2. La prensa .....	23
2.1 Definición y breve historia de la prensa y el periodismo.....	23
2.2 Los géneros periodísticos y los principales tipos de texto periodístico.....	26
2.3 La prensa deportiva y sus principales textos periodísticos.....	29
3. Prensa y traducción .....	34
3.1 La traducción de los géneros periodísticos.....	34
3.1.1 El proceso de traducción en la prensa.....	34
3.1.2 Tipos de traducciones periodísticas.....	41
3.2 La traducción de los textos deportivos.....	43
3.3 La traducción inversa de los textos periodísticos.....	45
3.4 La traducción inversa de los textos deportivos.....	47
MARCO PRÁCTICO .....	49
4. Presentación del corpus.....	49
5. Presentación del subcorpus .....	53
6. Criterios de análisis .....	55
7. Análisis .....	58
7.1 Análisis del subcorpus de la publicación AS .....	59
7.2 Análisis del subcorpus de la publicación MARCA.....	74
8. Resultados .....	89
CONCLUSIONES.....	93
BIBLIOGRAFÍA .....	95
ANEXOS	
ANEXO I. Entrevistas	
ANEXOII. Corpus	
ANEXO III. Presentación de los textos separados por temática.	
ANEOX IV. Subcorpus	
ANEXO V. Alineación	
ANEXO VI. Análisis exhaustivo	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Imagen que muestra el desfase de extensión que se considera normal entre un texto en inglés y su traducción en español. Fuente: (Today Translation s.f).....	51
Figura 2. Representatividad de los parámetros en cada uno de los diarios.....	52
Figura 3. Gráfico que representa los parámetros dentro del subcorpus. ....	53
Figura 4. Presenta la selección de textos para el análisis exhaustivo. ....	54
Figura 5. Muestra de la tabla empleada para el análisis de cada uno de los textos seleccionados.....	56
Figura 6. Géneros periodísticos AS.....	60
Figura 7. Tipos de texto periodístico deportivo AS.....	61
Figura 8. Encabezamiento AS.....	62
Figura 9. Títulos AS.....	64
Figura 10. Subtítulos AS.....	65
Figura 11. Distribución de la información AS.....	66
Figura 12. Ejemplo del texto 55 y su traducción. El texto inglés es un 19% más corto.....	67
Figura 13. Ejemplo del texto 36 y su traducción. El texto inglés es un 23% más corto.....	67
Figura 14. Ejemplo del texto 21 y su traducción. El texto inglés es un 41% más corto.....	68
Figura 15. Ejemplo de texto 35. El texto inglés es un 518% más largo.....	68
Figura 16. Desfase extensión AS.....	69
Figura 17. Información añadida AS.....	70
Figura 18. Información ampliada AS.....	70
Figura 19. Información desechada AS.....	71
Figura 20. Traducción literal AS.....	72
Figura 21. Elisión AS.....	72
Figura 22. Compensación AS.....	73
Figura 23. Amplificación AS.....	73
Figura 24. Adaptación AS.....	74
Figura 25. Autoría AS.....	74
Figura 26. Géneros periodísticos MARCA.....	75
Figura 27. Tipos de texto periodístico MARCA.....	76
Figura 28. Encabezamiento MARCA.....	77
Figura 29. Título MARCA.....	79
Figura 30. Subtítulo MARCA.....	80
Figura 31. Distribución de la información MARCA.....	81
Figura 32. Ejemplo del texto 10 y su traducción. El texto inglés es un 1% más corto.....	82
Figura 33. Ejemplo del texto 28 y su traducción. El texto inglés es un 21% más corto.....	82
Figura 34. Ejemplo del texto 18 y su traducción. El texto inglés es un 70% más corto.....	83
Figura 35. Ejemplo del texto 7 y su traducción. El texto en inglés es un 2% más largo.....	83
Figura 36. Ejemplo del texto 54 y su traducción. El texto inglés es igual que el original.....	84
Figura 37. Desfase extensión MARCA.....	84
Figura 38. Información añadida MARCA.....	85
Figura 39. Información ampliada MARCA.....	85
Figura 40. Información desechada MARCA.....	86
Figura 41. Traducción literal MARCA.....	87
Figura 42. Elisión MARCA.....	87
Figura 43. Compensación MARCA.....	88
Figura 44. Amplificación MARCA.....	88
Figura 45. Adaptación MARCA.....	89
Figura 46. Autoría MARCA.....	89

Figura 47. Ejemplo alineación <i>MARCA</i> donde la traducción tiene una extensión un 70% menor que el texto original.....	92
Figura 48. Ejemplo alineación <i>AS</i> donde la traducción tiene una extensión un 518% mayor que el texto original.....	93

## RESUMEN

Vivimos en un mundo siempre ávido de información, en el que sus habitantes sacian su sed de conocer más acerca de los temas que les interesan, entre otros medios, a través de la prensa. En el siglo XXI, el deporte español resulta de interés para la gran mayoría de la población mundial, debido al periodo de apogeo en el que se encuentra desde hace unos años. Por esta razón, hace tres años los periódicos deportivos más importantes de España decidieron satisfacer dicha demanda mundial y comenzaron a elaborar ediciones electrónicas en inglés de sus periódicos, que se producen utilizando como herramienta la traducción inversa. Sin embargo, este es un campo de la traducción sobre el que apenas se ha investigado. Por ello, en este trabajo hemos decidido centrar toda nuestra atención en el tema y averiguar cómo se lleva a cabo la elaboración de dichas ediciones.

**Palabras clave:** traducción inversa, prensa, periódicos deportivos, edición en inglés

## ABSTRACT

We live in a world that is always eager of information and the people who live in this world, satisfy their thirst of learning more about the matters that are interesting for them through the press and the other mass media. In the XXI Century the Spanish sport is interesting for almost all the world population because it is at its peak since some years ago. For this reason, three years ago the most important Spanish sports newspapers began to create English electronic editions in order to meet the world demand, and they are made using the inverse translation. However, there are not many researches about this translation area. Thus, we have decided to study this matter in depth and discover how these English editions are elaborated.

**Keywords:** inverse translation, press, sports newspaper, English edition

# INTRODUCCIÓN

## Contextualización

Tal y como afirma Hernández (2009), el periodismo ha estado ligado a la traducción prácticamente desde sus inicios, la relación que une ambas profesiones es una relación que ha ido evolucionando según han pasado los años hasta convertirse en lo que es hoy en día. En un principio la relación entre traducción y periodismo era prácticamente efímera y se daba solo en ocasiones de necesidad. Que se tradujeran todas y cada una de las noticias que se publicaban en el mundo y que estas se distribuyeran en todos los países y en sus correspondientes lenguas, no era ni mucho menos lo más habitual.

Antiguamente, si un periódico quería publicar noticias sobre lo que estaba sucediendo en otra parte del mundo, en ocasiones, la única forma que tenía de obtener la información necesaria para poder sacar estas noticias era enviar a un periodista del propio periódico al país en cuestión y este, una vez allí recogía la información necesaria. Con la desaparición de la censura en la prensa fue aumentando el número de noticias internacionales que se publicaban en diarios nacionales.

Sin embargo, según Hernández (2009), fue en el siglo XIX, con la aparición de las primeras agencias de noticias internacionales, cuando los periódicos nacionales comenzaron nutrirse de estas para obtener información de carácter internacional y así poder integrar en sus publicaciones una sección dedicada a publicar noticias que contaran lo que sucedía en el resto del mundo, estas secciones recibieron el nombre de sección internacional.

En el siglo XXI vivimos en un mundo en el que es posible averiguar en cualquier momento y lugar lo que está pasando en diferentes puntos del planeta. Día a día podemos observar que la prensa nacional de cada país contiene numerosas noticias que relatan hechos que han tenido lugar al otro lado del mundo y de que esta información la recibimos de forma casi instantánea, generalmente muy poco tiempo después de que haya ocurrido. Este fenómeno de globalización afecta a toda la prensa en general, es decir, tanto a los diarios generales como a los diarios temáticos, cualquier información puede considerarse de interés internacional y por lo tanto, es susceptible de ser traducida.

Esto se ha convertido casi en una necesidad para nosotros; todos hemos escuchado más de una vez que esto es posible gracias a los grandes avances en las tecnologías de la información, que se han producido durante los últimos siglos. Sin embargo, la tecnología de la información por sí misma, solo podría lograr transportar la información de un punto del planeta

a otro. No es esta tecnología, sino la traducción, la que hace que la información llegue a cualquier parte del planeta adaptada a las necesidades de cada una de las poblaciones que la reciben.

La globalización y la internacionalización de la información son la primera y única causa que conduce a los periódicos a traducir la información a otros idiomas. Gracias a la traducción los periódicos consiguen traspasar fronteras y estar al alcance de todo aquel al que le interese recibir información acerca de lo que ocurre en otra parte del mundo. Con el fin de abarcar el mayor número de público posible, los periódicos traducen, por norma general, sus ediciones a la lengua inglesa, ya que esta se considera la lengua de comunicación internacional.

El deporte español vive, desde hace algunas décadas, en constante auge. El mundo entero está pendiente de cómo se desarrollan los encuentros deportivos que tienen lugar en nuestro país y por ello, demandan obtener información al respecto. Este hecho ha llevado a que, los periódicos deportivos españoles, con el fin de informar de primera mano al resto del mundo sobre todo lo que sucede en el deporte español, hayan decidido producir ediciones electrónicas en inglés. De este modo, la información será accesible desde cualquier parte del planeta y resultará de interés para una gran cantidad de personas, de muy diferentes países y culturas que, posiblemente, lo único que tendrán en común será el conocimiento de la lengua inglesa y una gran curiosidad por conocer lo que sucede en el mundo del deporte español.

## **Justificación**

Desde que se implantaron los nuevos planes de estudio en las universidades españolas, concretamente desde el año 2010, en la mayoría de dichas universidades, como es el caso de la Universidad de Valladolid, es necesario realizar un Trabajo de Fin de Grado, para poder concluir con los estudios universitarios.

La Facultad de Traducción e Interpretación del Campus Universitario Duques de Soria, presenta una amplia gama de temas entre los que todos los estudiantes del Grado deben escoger uno sobre el que realizarán su TFG.

En mi caso, me atraían la mayoría de los temas que se ofertaban, aunque por su puesto, tenía mis preferencias. En cuanto conocí cuál era el tema que me había sido asignado, supe el modo en que quería enfocarlo. La traducción es, por supuesto la mayor de mis pasiones; tanto es así que desde que tenía doce años y descubrí que existía la formación universitaria en Traducción e Interpretación, supe que quería estudiar dicha carrera, para

luego dedicarme profesionalmente a ella. Asimismo, el deporte se ha encontrado desde siempre dentro de la lista de mis aficiones personales, en mi niñez lo practicaba muy a menudo, en diferentes modalidades. Y la verdad no se me ocurrió mejor forma de realizar este trabajo que, combinando mi pasión por la traducción, con mi pasión por el mundo del deporte.

Debido a que la traducción dentro del periodismo deportivo es un fenómeno más que reciente, nos ha parecido interesante centrar la atención de este Trabajo de Fin de Grado en dicho tema. Por su corto recorrido no existen prácticamente estudios que hablen de cómo se desarrolla la traducción dentro del periodismo deportivo, gracias a esto cada paso que he dado durante la elaboración de este trabajo me ha servido para reafirmar que escogí un enfoque más que acertado, puesto que tiene mucho que ofrecer. Esta modalidad de traducción se da en la prensa deportiva española desde hace tan solo tres años, así todo lo que la envuelve resulta novedoso e inexplorado. Podemos encontrar numerosos estudios que traten las singularidades de la traducción en la prensa; cómo se lleva a cabo, por qué, quiénes la realizan, sin embargo, ninguno de estos estudios particulariza en esta especialidad de la traducción dentro de los textos que pertenecen a la prensa deportiva.

La realización de este Trabajo de Fin de Grado ha sido posible gracias al esfuerzo y dedicación de mis tutoras y al mío mismo, y a las diferentes competencias vinculadas al Grado de Traducción e Interpretación<sup>1</sup>, que he adquirido gracias al trabajo realizado por todos y cada uno de los profesores que me han impartido clase durante estos cuatro años.

#### Competencias generales:

Las siguientes competencias generales resultan de cursar cualquier Grado universitario y me han sido transmitidas a través de todas y cada una de las asignaturas que componen el Grado de Traducción e Interpretación.

G1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en el área de estudio (Traducción e Interpretación) que parte de la base de la educación secundaria

---

<sup>1</sup> Estas competencias se pueden consultar en la página web de la Universidad de Valladolid. Las competencias generales se encuentran recogidas en el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, de la Ley 3/2007 de Igualdad entre hombres y mujeres, de la Ley 51/2003 de NO discriminación y accesibilidad de las personas con discapacidad y de la Ley 27/2005 de Cultura de la paz.

general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

G2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio – Traducción e Interpretación-.

G3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

G5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias específicas:

Las siguientes competencias específicas me han sido especialmente útiles, por ejemplo, para llevar a cabo la recopilación y comparación de los textos, el análisis de los mismos, diferenciar las diferentes técnicas de traducción, realizar la tarea de documentación y utilizar de diversas herramientas informáticas. Estas competencias las he adquirido en materias de traducción, tanto general como especializada, interpretación, informática, localización o documentación.

Las cuatro competencias específicas que se muestran a continuación, me han posibilitado recopilar y analizar mi corpus correctamente,

E2. Analizar, determinar, comprender y revisar textos y discursos generales/especializados en lengua A/B.

E4. Analizar y sintetizar textos y discursos generales/especializados en lengua B, identificando los rasgos lingüísticos y de contenido relevantes para la traducción.

E9. Reconocer la diversidad y multiculturalidad de la lengua A/B.

E10. Conocer la cultura y civilización de las lenguas A/B y su relevancia para la traducción.

En virtud a la siguiente competencia específica, he sido capaz de llevar a cabo una ardua tarea de documentación, gracias a la que he reunido una gran cantidad de información acerca del tema de mi trabajo.

E14. Conocer la teoría de la ciencia de la documentación y su aplicación en los procesos de traducción.

Las competencias específicas relativas a las herramientas informáticas me ha facilitado la tarea de estructuración del trabajo en cuanto al formato y además me ha permitido saber utilizar el programa de traducción automática Trados 2014.

E18. Utilizar las herramientas informáticas básicas como instrumento específico de ayuda a la traducción en las diferentes fases del proceso traductológico.

E19. Desarrollar un método de trabajo organizado y optimizado gracias al empleo de herramientas informáticas.

Gracias al conocimiento relativo a las técnicas de traducción, que me han aportado diferentes asignaturas a lo largo del Grado, he podido identificar qué técnica de traducción se emplea en cada texto analizado y de qué forma afecta a la traducción.

E31. Conocer las principales técnicas de traducción y su aplicación en diferentes situaciones comunicativas.

Gracias a cuatro años de incesante trabajo, he aprendido a saber cuándo es el momento de darle un descanso a la mente y al cuerpo, y que nunca hay que estresarse hasta el punto de llegar a bloquearse, pues con paciencia y dedicación todo se soluciona y se aprende.

E64. Gestionar el cansancio y el estrés.

## **Estructura del trabajo**

El presente Trabajo de Fin de Grado de encuentra estructurado en siete bloques bien diferenciados:

- En el bloque *Introducción* presentamos la contextualización del tema que nos ocupa y exponemos las motivaciones que nos condujeron a escogerlo. Asimismo, aclaramos cómo se ha estructurado el trabajo y las competencias del Grado en Traducción e Interpretación con las que se relaciona.
- En el bloque *Objetivos* exponemos los propósitos establecidos para este trabajo.
- El tercer bloque se denomina *Metodología y plan de trabajo*, y en él aportamos información acerca de las diferentes fases obligadas por las que hemos pasado para llevar a cabo la realización del trabajo.
- En el bloque *Marco teórico* se incluyen diferentes epígrafes. Cada uno de estos epígrafes presenta una cuestión teórica que resulta relevante para nuestro trabajo. El primer epígrafe abarca diferentes apartados relacionados con la traducción inversa: las diferentes denominaciones que recibe, en qué consiste exactamente esta modalidad de traducción, cómo está considerada dentro del mundo de la traducción, y las situaciones en las que se recurre a ella.  
El segundo epígrafe incluye tres apartados relacionados con la prensa: qué es y cómo ha evolucionado en los últimos años, qué son los géneros periodísticos y qué tipos de texto periodístico recogen, y cuáles son las particularidades de la prensa deportiva y qué tipos de texto periodístico abarca.  
El tercer epígrafe presenta las relaciones que existen entre la traducción directa e inversa y la prensa: en qué consiste la traducción de los géneros periodísticos, cómo se lleva a cabo dicho proceso de traducción, los tipos de traducciones periodísticas que pueden derivar de tal proceso, y las particularidades de la traducción directa e inversa de los textos de prensa deportiva.
- En el bloque *Marco práctico* se diferencian varios epígrafes. Cada uno de estos epígrafes se ha llevado a cabo para poner en práctica las cuestiones teóricas recogidas en nuestro trabajo: en el epígrafe presentamos el corpus, en el segundo epígrafe exponemos el subcorpus, en el tercero mostramos y explicamos los diversos criterios de análisis establecidos para el análisis de los textos, el cuarto epígrafe presenta los análisis de los textos de diario *AS* y del diario *MARCA*, y por último presentamos los resultados obtenidos a través del análisis.
- El siguiente bloque corresponde a las *Conclusiones*, en ellas se exponen las diferentes deducciones que se han derivado del trabajo.
- Para finalizar, incluimos el bloque *Bibliografía*, en él se recogen todas y cada una de las fuentes consultadas, en las que nos hemos apoyado para llevar a cabo la realización de este trabajo.

- En el CD que contiene este trabajo, podrán encontrar igualmente diferentes anexos que muestran las aplicaciones prácticas de este trabajo.

## **OBJETIVOS**

Los objetivos perseguidos en el presente Trabajo de Fin de Grado se encuentran divididos en objetivos primarios y secundarios. Los objetivos primarios responden a la meta final que nos hemos propuesto en este trabajo, pero para poder lograrla antes hemos de alcanzar otros objetivos secundarios.

### **OBJETIVOS PRIMARIOS**

- Analizar el proceso de traducción inversa de los textos deportivos, en los casos concretos de los diarios deportivos AS y MARCA.

### **OBJETIVOS SECUNDARIOS**

- Analizar qué es la traducción inversa y cuáles son sus particularidades.
- Analizar qué es la prensa y cuáles son los principales géneros periodísticos.
- Analizar las singularidades de la prensa deportiva.
- Descubrir cuál es la relación que existe entre la prensa y la traducción inversa.
- Analizar las particularidades de la traducción directa e inversa de los textos periodísticos, en concreto de los textos deportivos.

## **METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO**

El presente Trabajo de Fin de Grado se ha elaborado siguiendo el método de análisis deductivo, pues en todo momento hemos tomado como punto de partida lo más general para, poco a poco, acercarnos a lo más particular.

Una vez establecidos los objetivos anteriormente expuestos decidimos establecer una metodología y un plan de trabajo que nos sirviera de apoyo y de guía para poder cumplir dichos objetivos.

En primer lugar determinamos cuáles iban a ser los temas que iban a conformar nuestro marco teórico, y decidimos, en base a gustos personales, que nuestro marco práctico se centraría en el análisis de las ediciones en inglés de los diarios deportivos españoles que más tirada tienen en nuestro país, el diario deportivo AS y el diario deportivo MARCA.

Tras esto, pusimos en marcha una ardua tarea de documentación para recabar información que nos sirviera para redactar el marco teórico, que supone la base de la sustentación de nuestro trabajo.

Cuando ya habíamos recopilado un gran volumen de documentación, comenzamos a redactar nuestro apartado teórico. Decidimos que la forma más pertinente de comenzar nuestro trabajo era aportando las diferentes denominaciones que existen para referirse a la traducción inversa, para después aportar una definición de traducción inversa, que fuera lo más completa posible. Tras esto, decidimos investigar sobre las diferentes cuestiones que envuelven a esta modalidad de traducción, por ejemplo, en que situaciones se emplea, o cómo se considera esta práctica en el mundo de la traducción.

Encontramos pertinente realizar el mismo proceso con la prensa, y por lo tanto, aportamos una breve definición de lo que es la prensa e hicimos un breve recorrido a través de su historia más reciente. Después, analizamos los diferentes aspectos de las publicaciones de la prensa, qué son los géneros periodísticos, cuántos hay y cuáles son; qué temáticas diferentes tratan las publicaciones de prensa y qué tipos de publicaciones hay; para en un última instancia, investigar a fondo el tipo de prensa que es el objeto de estudio de este trabajo, la prensa deportiva.

Llegados a este punto, ya habíamos delimitado perfectamente los conceptos de traducción inversa y de prensa, y decidimos investigar sobre la relación que los une. Observamos que la traducción en la prensa se lleva a cabo de un modo u otro, en función del género periodístico al que pertenezca el texto original y decidimos analizar cómo es el proceso de traducción en la prensa en general, y por supuesto, en las publicaciones deportivas. Dado que, este proceso de traducción especializada era un tanto complejo, creímos pertinente exponer los diferentes resultados que se pueden obtener tras realizar una traducción de un texto periodístico, según cómo se lleve a cabo el proceso de traducción.

Para comenzar a particularizar nuestra teoría, centramos nuestra atención en el proceso de traducción inversa dentro del mundo de la prensa. En un primer lugar, analizamos cómo se lleva a cabo el proceso de traducción inversa en una publicación de prensa general, para por fin llegar al verdadero objeto de análisis de nuestro trabajo, la traducción inversa de los textos deportivos.

Ya que no existe ninguna publicación que analice cómo se realizan las traducciones inversas de los textos deportivos, contactamos con los encargados de realizar las ediciones electrónicas del diario AS y del diario MARCA, quienes amablemente se prestaron a satisfacer nuestra curiosidad y nos proporcionaron toda la información necesaria.

En segundo lugar, para poder aplicar toda esta información recopilada y comprobar cuál es la realidad en la práctica del día a día, comenzamos a elaborar un corpus textual en el que se recogen textos originales del diario AS y del diario MARCA, y sus respectivas traducciones. En este corpus se recogieron todos los textos que se publicaron en la edición electrónica en inglés de ambos diarios, durante la tercera semana del mes de junio de este año, es decir, desde el lunes 15 de junio de 2015, hasta el domingo 21 de junio de 2015. Decidimos escoger esta semana, puesto que se trataba de una semana ordinaria en la que no tuvo lugar ningún evento deportivo especial, para asegurarnos de que íbamos a analizar las tendencias generales. Este corpus lo dividimos según idioma, diario, fecha y temática.

Compilado y ordenado el corpus, comenzamos a realizar el recuento de palabras de cada uno de los textos que conforman el corpus y de sus traducciones. Para realizar esta tarea utilizamos un contador denominado [contadordepalabras.com](http://www.contadordepalabras.com)<sup>2</sup>. Después, calculamos el desfase de extensión que había entre cada uno de los textos y su correspondiente traducción, utilizando una regla de tres para así obtener el resultado en forma de porcentaje. Cuando observamos los resultados obtenidos establecimos unos parámetros de desfase de extensión, estos parámetros se refieren siempre a la diferencia que presenta el texto inglés respecto al español, para realizar una nueva clasificación de los textos y recogerlos dentro de un subcorpus. Gracias a la elaboración de dicho subcorpus nos decantamos por analizar los textos de una sola temática, el Fútbol Español, ya que es la única temática en la que sus textos cuentan con representación todos y cada uno de los parámetros establecidos.

Teniendo en cuenta las limitaciones de espacio de este trabajo, decidimos escoger únicamente tres textos de cada uno de los parámetros, para posteriormente realizar un análisis exhaustivo de cada uno de ellos. Para comenzar con este análisis, alineamos cada texto con su traducción, sirviéndonos del programa SDL Trados Studio 2014.

Esta alineación nos permitió observar de una forma mucho más clara las diferencias entre cada texto original y su traducción. Tras esto, establecimos unos criterios de análisis que seguiríamos al analizar cada uno de los textos por separado. Una vez que habíamos aplicado estos criterios a cada uno de los textos, recopilamos los resultados de los textos de cada diario por separado, y llevamos a cabo un análisis global que nos permitió averiguar cuáles eran las tendencias más repetidas.

---

<sup>2</sup> Contadordepalabras.com (2010). *Contador de palabras y contador de caracteres*. Recuperado el 20 de mayo de 2015, de <http://www.contadordepalabras.com/>

Para concluir con este análisis, decidimos comparar los resultados generales de cada diario, para así observar las diferencias y similitudes que se existen entre los procesos de traducción inversa de los textos deportivos de cada uno de ellos.

## MARCO TEÓRICO

### 1. La traducción inversa

#### 1.1 Diferentes denominaciones para la traducción inversa

La traducción inversa es una cuestión que todavía en el siglo XXI despierta opiniones muy diversas en el mundo de la traducción. Hay muchas discusiones acerca de este tipo de traducción que siguen candentes hoy en día y de las que aún no se ha obtenido una respuesta clara que sirva para elaborar una teoría definitiva de la traducción inversa.

Uno de los frentes que sigue abierto es, por ejemplo, el de cómo denominarla, ya que en la mayoría de los idiomas existen dos o más términos diferentes para designar a la traducción inversa. Tal es el nivel al que llega la diversidad de opiniones que rodean la cuestión de la denominación de la traducción inversa que Allison Beeby (1993:5) la denomina *la cenicienta de la traducción entre los traductores*, puesto que no hay forma de conseguir cierta armonía a la hora de denominar esta práctica. La traducción inversa recibe distintas denominaciones en todos los idiomas y a pesar de que cada uno de los términos pretende designar la misma realidad, los estudiosos del mundo de la traducción saben apreciar diferentes matices en cada uno de estos nombres y en estos matices se basan para preferir unos sobre otros.

Wimmer (2011), en su tesis doctoral nos ofrece los términos que se usan con más frecuencia en español, francés, alemán e inglés. En el caso del español tenemos dos denominaciones que son más frecuentes que el resto y son *traducción inversa* y *traducción hacia la lengua extranjera*. Los franceses por su parte, utilizan sobre todo una única denominación, *thème*. En lengua alemana existen también dos denominaciones que imperan sobre el resto estas son *Hin-Übersetzung*, literalmente traducción hacia otro lado o hacia el exterior, y *Übersetzung in die Fremdsprache*, o lo que es lo mismo, traducción en la lengua extranjera. Finalmente vamos a observar el caso del inglés, que es sin duda, debido a la importancia internacional de esta lengua, el caso más discutido y estudiado. Entre otras muchas denominaciones que recibe la traducción inversa en la lengua inglesa podemos destacar *prose translation*, *inverse translation*, *reserve translation*, *back translation* y *service*

*translation*. Aunque los cinco términos hacen referencia al mismo concepto, es decir, a la traducción que se realiza hacia una lengua extranjera, ninguno de ellos convence a la totalidad de la comunidad traductora porque tal y como podemos apreciar en Wimmer (2011), las obras más recientes que hablan sobre la denominación de la traducción inversa siguen sin aportar una respuesta firme y unánime a esta cuestión. Sin embargo, el término que menos críticas recibe es *inverse translation* porque, por ejemplo, *prose translation* es un término equívoco que puede entenderse también como la traducción de la prosa y *service translation* se encuentra en desuso. A pesar de ser el término más aceptado hay autores como Kelly (2003), que no encuentran del todo apropiado el término *inverse translation* o traducción inversa, que sería su equivalente directo en español. Kelly desaconseja el uso de estos términos porque opina que dejan a la traducción inversa en un lugar opuesto a la traducción directa, como si tuvieran un orden jerárquico.

En general todos los términos que puedan transmitir ciertos matices jerárquicos no cuentan con muchos seguidores. Este el caso, por ejemplo, de *translation into non-primary language*. Este es un término que para muchos autores como Kelly (2003), puede llevar a pensar que es una actividad que no se encuentra en lo natural de un traductor y que además es opuesta a *translation into primary language*. Lo mismo sucede con el término *traducción hacia la lengua extranjera*, este parece situar en un extremo la lengua extranjera y en el extremo opuesto la lengua materna.

No hemos podido encontrar ningún estudio que revele cuál de todos es el término más aceptado hoy en día, pero sí hemos podido averiguar –gracias a varias consultas de los planes de estudio del Grado en Traducción e Interpretación de diferentes universidades españolas – cuál es la denominación más común en España.

En España y también en otros países de Europa se ha optado por denominar a la lengua materna, Lengua A y a las diferentes lenguas de trabajo, Lengua B, C, D, etc. según el conocimiento que el traductor tenga de ellas, en el ámbito educativo. Nos encontramos entonces con asignaturas como Traducción B-A o Traducción A-B. La primera sería una asignatura de traducción directa y la segunda de traducción inversa, pero además, la mayoría de los planes de estudio añaden a la Traducción A-B el nombre de *traducción inversa*, puesto que es el término que más se utiliza en España.

Por ese motivo, en nuestro caso, para llevar a cabo la redacción de este trabajo hemos optado por utilizar el término *traducción inversa*.

## 1.2 Definición de traducción inversa

En el diccionario de la Real Academia Española podemos encontrar –en la entrada dedicada a la definición de traducción– varias definiciones de diferentes modalidades de traducción entre las que se encuentran la definición de traducción directa y la definición de traducción inversa. Pese a tratarse de un diccionario general, sí que son lo suficientemente claras como para, tomándolas como punto de partida, poder obtener definiciones sólidas de lo que son la traducción directa y la traducción inversa.

«Traducción directa: traducción directa que se hace de un idioma extranjero al idioma del traductor». (RAE, 2014)

«Traducción inversa: traducción que se hace del idioma del traductor a un idioma extranjero». (RAE, 2014)

Podemos encontrar también definiciones de estos conceptos que se hayan elaborado pensando en el marco de la traductología y que por lo tanto contienen terminología más especializada. Este sería el caso, por ejemplo de la conceptualización llevada a cabo por Stewart (2000:206), que concluye que la traducción directa o L1 (que es como él la denomina) es aquella que tiene como lengua de origen una lengua extranjera que domine y como lengua meta su lengua materna. De igual modo, expone que en sentido opuesto a la traducción directa se encuentra la traducción inversa o L2 (que es como él la denomina). En la traducción inversa la lengua de origen es la lengua materna del traductor y la lengua extranjera es cualquier lengua extranjera que este domine.

Gracias a estas definiciones podemos aventurarnos a explicar de forma más detallada en qué consisten tanto la traducción directa como la traducción inversa. En traducción los términos directa a inversa tienen que ver con la direccionalidad de la traducción que se va a realizar, es decir, si se realiza en uno u otro sentido, entendiendo como sentido los idiomas.

Por un lado estaría la lengua materna y por otro lado la lengua extranjera. La lengua materna es, según el diccionario ELE del Centro Virtual Cervantes, aquella que una persona aprende desde que nace y que generalmente se utiliza como instrumento para pensar y comunicarse. Según la misma fuente, la lengua extranjera es aquella que se convierte en objeto de aprendizaje.

Después, observamos los extremos en los que se pueden encontrar tanto la lengua materna como la lengua extranjera en el proceso traductor. Uno de los extremos sería la lengua origen (LO) que es la lengua en la que está expresada el texto original, es decir la lengua que se va a traducir, y el otro extremo sería la lengua meta (LM) que es la lengua en la que se va a expresar la traducción.

Una vez entendidos estos conceptos podemos concluir que se produce la traducción directa cuando una lengua extranjera actúa como lengua de origen y la lengua materna actúa como lengua meta. Por el contrario, se produce una traducción inversa cuando es la lengua materna la que actúa como lengua origen y la lengua extranjera se convierte en lengua meta.

Stewart (2000), afirma que en el ámbito de la traducción existe una relación de superioridad/inferioridad entre traducción directa y traducción inversa, respectivamente. Según este autor la traducción inversa se encuentra en una situación de inferioridad respecto a la traducción directa simplemente porque a los estudiantes de traducción se les transmite desde un principio que la lengua original y la lengua materna son prácticamente lo mismo, y que por lo tanto, la lengua original que ellos deben utilizar para producir sus mensajes ha de ser su lengua materna. Los estudiantes mantienen este concepto hasta que se lanzan a la realidad del mercado de la traducción.

La traducción inversa es una modalidad de traducción que parece encontrarse en inferioridad de condiciones respecto a la traducción directa y que genera muy diversas opiniones.

### **1.3 Detractores y defensores de la traducción inversa**

La traducción inversa, tal y como afirma De la Cruz Trainor (2004), se encuentra relegada a un segundo plano y durante mucho tiempo, y aún en la actualidad, ha sido considerada por numerosos estudiosos de la traducción como una práctica totalmente desaconsejada. El motivo principal por el cual la traducción inversa se desaconseja y permanece siempre varios escalones por detrás de la traducción directa es que existe la creencia de que esta modalidad de la traducción compromete la calidad del producto final ya que un traductor nunca tendrá las mismas competencias lingüísticas en una lengua extranjera que en su lengua materna. Encontramos muchos autores que comparten esta idea, es el caso, por ejemplo, de García (1983) o Newmark (1992).

Tal y como podemos observar en las siguientes citas, ambos autores tienen la firme creencia de que una persona solo tiene capacidad, salvo en casos excepcionales, de desenvolverse con total perfección en una sola lengua y que, por lo tanto un traductor solo puede realizar traducciones que tengan como lengua meta su propia lengua materna.

*« [...] resulta casi imposible –a no ser casos de bilingüismo total, y aun entonces con ciertas limitaciones– que una persona traduzca de su propia lengua con la misma perfección que de otra lengua a la suya. Además la*

*traducción inversa sería en España mucho menos útil que la directa [...]*.  
(García, 1983:348)

*«Doy por sentado que ustedes, lectores están aprendiendo a traducir a la lengua en que normalmente se desenvuelven, puesto que este es el único modo de traducir con naturalidad, exactitud y el máximo de eficacia».*  
(Newmark, 1992: 7)

Como ya hemos mencionado anteriormente, Stewart (2000) nos revela en su artículo, *Poor Relations and Black Sheep in Translation Studies*, que en el mundo de la traducción existe la idea generalizada de que entre la traducción directa y la traducción inversa existe una relación jerárquica. Por lo tanto, como norma general, se considera que lo natural para un traductor es traducir únicamente hacia su lengua materna, dejando las traducciones hacia las lenguas extranjeras a los nativos de esas lenguas.

Por otra parte, identificamos también en la literatura posturas que resultan menos radicales y que, a pesar de no apoyar de forma abierta la práctica de la traducción inversa, reconocen su existencia y e incluso, en ocasiones, su necesidad. Es más, declaran que esta no debe realizarse por elección propia sino únicamente cuando no quede más remedio. Tal el caso de Duff (1981), en Kelly (2003).

*« [...] It is true that, ideally, translation should be done by native speakers of the TL. We know, however, than in many countries outside Western Europe this is not always possible. And even in Western Europe, many of the translated works which reach the target public (official guides, handbooks, tourist office and embassy publicity material, instruction manuals, etc.) have clearly not been translated by native speakers of English».* (Duff, 1981, citado en: Kelly, 2003:24)

Estos casos en los que se acepta el uso de la traducción inversa son casos, tal y como apunta De la Cruz (2004), en los que los textos no tienen por qué tener una gran perfección estilística, sino que se prefiere que el traductor que va a realizar el encargo tenga un amplio conocimiento de la cultura sobre la que va a traducir.

Estas posturas, como veremos a continuación, a pesar de estar muy arraigadas entre la comunidad traductora no son ni mucho menos universales, puesto que, aunque no representen una mayoría, también podemos encontrar profesionales del mundo de la

traducción que defienden esta práctica y la creen tan propia y natural del traductor como la traducción directa. De hecho, podemos encontrar numerosos autores que comparten la creencia de que un traductor puede llegar a obtener, por medio del estudio y la experiencia, en cualquiera de sus lenguas de trabajo prácticamente las mismas competencias que tiene en su lengua materna. Por ejemplo, Campbell (1998) opina que aquel traductor que pretenda realizar traducciones inversas deberá recorrer un camino de aprendizaje y mantener siempre un gran respeto por la lengua a la que traduce. Sin embargo, no siempre tiene por qué darse la ideal situación de que el traductor consiga desenvolverse en una lengua de trabajo igual o mejor de lo que lo hace en su lengua materna.

Según afirma García (1983:30) sobre traducción: «Traducir es enunciar en otra lengua lo que ha sido enunciado en una lengua fuente, conservando las equivalencias semánticas y estilísticas», es decir que la función de una traducción es transmitir a través del texto meta el mensaje que contenía el texto original, haciendo que la traducción se inserte en la cultura meta de tal modo que no parezca una traducción, sino un texto original.

Así, y basándonos en lo que dice García Yebra, entendemos que bastaría con que un traductor supiera trasladar el mensaje de forma íntegra a una lengua extranjera para que su traducción fuera tan aceptable como cualquier traducción directa.

Kelly (2003) nos explica a través de una cita de McAlester (2002), que existen numerosos textos que son fruto de traducciones inversas y que tienen una calidad lo suficientemente buena como para que el público para el que han sido traducidos dichos textos no tenga que hacer ningún esfuerzo para entenderlo y que le resulte natural.

*« [...] there are many texts which can be, and are, handled competently by non-native-speaker translators. By “competently” I do not mean faultlessly. A competent translation is one that transmits the intended message in a language which is clear and sufficiently correct not to contain unintended comic effect or strain the reader’s patience unduly».*

(McAlester, 2002, citado en: Kelly, 2003:26)

Recurriendo de nuevo a Kelly (2003), nos percatamos de que un traductor que realiza traducciones inversas cuenta con una ventaja frente a un traductor que realiza traducciones directas. A pesar de que, como ya hemos mencionado, el traductor se enfrenta a un gran reto en la fase de redacción hacia una lengua extranjera, también es verdad que contará con una gran ventaja durante el proceso de comprensión del texto origen y esto le ayudará a reproducir

la información con mayor exactitud y sin pasar por alto detalles culturales que puedan ser importantes para el trasvase del texto original a una lengua de llegada.

Debido a las particularidades de nuestro trabajo, no consideramos pertinente entrar a valorar el hecho de si la traducción inversa es o no una práctica lícita, sin embargo sí que hemos presentado posturas y argumentos tanto en contra como a favor de ella para que así cada uno pueda elaborar sus propias conclusiones.

Una vez analizadas las diferentes posturas que se han adoptado en el mundo de la traducción frente a la traducción inversa, centraremos nuestra atención en analizar las situaciones del mercado en las que realmente se utiliza.

#### **1.4 Situaciones en las que se hace necesaria la traducción inversa.**

Tal y como hemos visto en el apartado anterior, son muchos los profesionales del mundo de la traducción desaconsejan por completo esta práctica, sin embargo, también es cierto que hay ámbitos en los que esta es casi necesaria y otros en los que cada vez es más común su utilización debido a diferentes motivos.

Nos parece interesante para nuestro trabajo ahondar más en este tema y descubrir cuáles son las situaciones o los campos de especialidad en los que se hace necesaria la traducción inversa.

De la Cruz (2004) destaca tres ámbitos en los que se recurre con frecuencia a la traducción inversa. En primer lugar, nombra el caso de los países en los que hay un número elevado de inmigración y sociedades poscoloniales. En segundo lugar, destaca el caso de la Unión Europea, y por último, las áreas de traducción que no exigen perfección estilística y los conocimientos temáticos prevalecen sobre la condición de hablante nativo.

Por su parte, Masseau (2013) señala nueve campos temáticos diferentes en los que se utiliza la traducción inversa: economía, negocios, finanzas, comercio, gastronomía, cultura, turismo, mundo de la empresa y diversas técnicas. Estas temáticas señaladas por Masseau (2013), encajan en el tercer ámbito expuesto por De la Cruz (2004), es decir, son textos en los que se prefiere que el traductor tenga un mayor conocimiento de la temática que tratan, que de la lengua a la que va a traducir el texto. Esto se debe a que, por ejemplo, los textos de temática económica o financiera, tienden a ser textos técnicos en los que la estructura se repite continuamente y por tanto, no requieren una perfección estilística. Por otro lado, en el caso del turismo o la gastronomía, impera el conocimiento de la temática porque la finalidad de este tipo de textos es presentar el producto con todo lujo de detalles para así, convencer a los receptores.

Según Kelly (2003), el turismo es por excelencia el sector que más traducciones inversas demanda, pero Roiss (2001) añade que esto no quiere decir que esta especialidad de la traducción no se dé en otros sectores como por ejemplo el sector del comercio o el sector de la prensa. Así lo reflejan en sus obras algunos autores como De la Cruz (2004), o Wimmer (2011), exponiendo que en el mundo del periodismo también interviene desde hace unas décadas la traducción inversa.

Gracias a la elaboración del presente Trabajo de Fin de Grado, hemos podido comprobar que, las traducciones inversas en la prensa se requieren sobre todo cuando se lanza al mercado una edición en una lengua extranjera de un periódico nacional. Aunque esta es una práctica todavía algo reciente, en la actualidad ya podemos encontrar numerosos casos en los que la versión original de un periódico se traduce íntegra o parcialmente a una lengua extranjera.

A nivel internacional encontramos, por ejemplo, la edición en chino del periódico estadounidense *The New York Times*<sup>3</sup>. Este se considera el diario por excelencia de Estados Unidos y en el año 2012 lanzó una versión beta en chino. La razón principal que, según declaró el propio diario, les llevó a crear esta versión fue la de globalizar la cultura y la educación de los ciudadanos chinos informándoles de las noticias que ocurrían en otros continentes (*The New York Times*, 2012). Si accedemos a un artículo, publicado en el propio *The New York Times* el día 27 de junio del año 2012, en el que se habla sobre esta nueva versión que van a publicar, observamos que ellos mismos plantean que cierta parte de la información que van a publicar en la edición en lengua china serán noticias traducidas.

En España podemos encontrar varios diarios que publican diariamente ediciones en otros idiomas. Ejemplos de periódicos de temática general con ediciones en otros idiomas podrían ser *El País*, que en colaboración con *The New York Times*, publica desde 1999 un suplemento de ocho páginas dirigido a la población extranjera que reside en España (*El País*, 1999). Este suplemento recibía en sus orígenes el nombre de *International Herald Tribune*, pero en la actualidad se llama *International New York Times*. A su vez, desde el año 2001, se publica *El País English Edition*, que publica una selección de artículos de *El País*, traducidos al inglés y además incluye artículos del *International New York Times* (*El País*, 2001).

Por otra parte, el caso del periódico *La Vanguardia* es muy especial. Este diario se publica originalmente en lengua española, pero hace apenas unos años, exactamente desde el año 2011, traduce al catalán diariamente y de forma íntegra cada una de sus publicaciones

---

<sup>3</sup> Esta edición puede consultarse en la siguiente dirección web: <http://cn.nytimes.com/> [Recuperado el día 25 de mayo de 2015].

(La Vanguardia, 2011). De este modo se aseguran que tanto la población que desea leer la información en catalán como la que desea hacerlo en español puedan comprar su periódico. Esta edición en catalán recibe el nombre de *La Vanguardia en Catalá*.

A nivel de diarios temáticos podemos destacar, por ejemplo, el caso de la prensa deportiva en España, puesto que los dos periódicos deportivos con mayor tirada nacional – *MARCA* y *AS*– producen diariamente versiones en inglés, ambas accesibles a través de internet y publicadas por primera vez en el año 2012, además de ser los diarios de los que nos hemos servido para realizar la parte práctica del presente TFG. Otro ejemplo, serían los periódicos de economía, como por ejemplo el diario alemán *Handelsblatt*, que en su versión online cuenta con una sección denominada *Global Edition*, que contiene información en inglés.

Gracias a todos estos ejemplos, podemos comprobar que, debido a la globalización y la internacionalización de la información, cada vez son más las editoriales que deciden editar sus periódicos en otro idioma y así, ampliar su mercado y obtener más lectores.

Partiendo de esta idea, en el siguiente apartado centraremos nuestra atención en el mundo de la prensa, así como en las particularidades de los textos periodísticos, tipo de texto que sirve como base de sustentación del presente trabajo de investigación.

## 2. La prensa

### 2.1 Definición y breve historia de la prensa y el periodismo

El hombre es curioso por naturaleza. Por lo general todos tenemos inquietudes y ganas de saber lo que sucede en el mundo. Pues bien, por esta sencilla razón, por la necesidad social de saber y conocer lo que pasa a nuestro alrededor nació la prensa y con ella el periodismo. Si consultamos el Diccionario de la Real Academia Española, encontramos que la prensa aparece definida como «conjunto o generalidad de las publicaciones periódicas y especialmente las diarias» (*DRAE*, 2014) y define el periodismo como «captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades» (*DRAE*, 2014). Sin embargo, entendemos que ambos conceptos van mucho más allá y que para conocer lo que realmente son debemos analizar su historia y sus características.

Gracias a estas definiciones, podemos deducir que la prensa funciona como vehículo para hacer que el periodismo llegue a la gente y satisfaga su necesidad de saber. La prensa se considera el cuarto poder, encontrándose detrás del Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Tal y como afirma Galán (2014), esta metáfora de la prensa como cuarto poder se le atribuye a

Edmund Burke, escritor y político del siglo XVIII. Se denomina así a la prensa por la capacidad que tiene de informar a los ciudadanos y a su vez porque influye en las opiniones que estos mismos se forman sobre cada una de las cuestiones que tienen lugar a su alrededor. Realmente, la prensa cumple una función social ya que facilita la obtención de información y permite que cada uno elabore su propia opinión acerca de cualquier asunto o tema que le interese.

En la página web de la Biblioteca Nacional de Chile encontramos un apartado dedicado a la historia de la prensa que plantea que «la prensa escrita y el periodismo nacieron un tiempo después de la invención de la imprenta<sup>4</sup>». Prensa y periodismo surgieron necesariamente de la mano, pues, debido a la curiosidad de la sociedad por saber lo que pasa a su alrededor surgió la figura del periodista, que ha ido evolucionando hasta convertirse en lo que es hoy en día un periodista. Sin embargo, no se ha denominado siempre periodista a la persona que practica el periodismo, sino que a lo largo de la historia esta ha recibido diferentes nombres. Algunos de estos nombres son los aedas de la antigua Grecia, que cantaban epopeyas, los trovadores medievales, que contaban historias a través de su música y su poesía o los narradores africanos, conocidos con el nombre de *griot*. (Navarro, 2007).

Para poder entender cómo surgieron la prensa y el periodismo tal y como los conocemos hoy en día, hemos consultado diversas fuentes como Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2007), Ministerios de Educación, Cultura y Deporte (2012 a), o Navarro (2007), que nos han ayudado a redactar este breve recorrido por la historia de la prensa moderna hasta nuestros días.

En el siglo XIX, la prensa desempeñó un papel muy importante en la opinión pública, con el fin de la Revolución Francesa toda Europa volvió a adoptar posturas más conservadoras y absolutistas; por esta razón la prensa, y más concretamente, la prensa liberal se vio obligada a luchar contra estas posturas para poder salir adelante. Así en el siglo XIX podemos distinguir dos bloques de medios informativos: por un lado, encontramos la prensa política cuyo objetivo principal era influir en la opinión de la población para combatir el poder conservador y defender la libertad, por otro lado, tenemos la prensa informativa, que cumplía la misma función que las publicaciones de siglos anteriores, aunque ya en este siglo su fin más inmediato era conseguir un beneficio económico. En esta época prensa y periodismo evolucionaron notablemente. Fue a mediados de este siglo cuando comenzaron a aparecer las primeras agencias de noticias y de publicidad y surgió así una nueva forma de hacer

---

<sup>4</sup> Recuperado el 30 de octubre de 2015 de, [http://saladeprensa.salasvirtuales.cl/historia\\_prensa.php](http://saladeprensa.salasvirtuales.cl/historia_prensa.php)

periodismo gracias al desarrollo del ferrocarril y al telégrafo que favorecieron la difusión de las noticias. En este momento de la historia de la prensa y el periodismo las noticias que se publicaban debían ser claras, concisas y objetivas. En este período la figura del periodista dio un giro de ciento ochenta grados, dejó de ocupar el segundo plano que había ocupado hasta entonces y empezó a firmar sus publicaciones y a mostrarse a la sociedad como un investigador de sucesos y de asuntos un tanto turbios de la realidad de la vida que necesitaban ser puestos en conocimiento de la población; de igual modo, a finales de este siglo apareció la figura del fotógrafo y en el año 1880 se comenzaron a incluir fotografías en las publicaciones diarias. Según, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (200), tras todas estas evoluciones y teniendo en cuenta el peso que la prensa de la época había ejercido sobre la política, una vez que triunfó el liberalismo todos los países occidentales reconocieron la libertad de expresión y dictaron leyes de prensa.

Con la llegada del siglo XX el periodismo dejó de ser materia exclusiva de diarios y publicaciones periódicas y se introdujo en el mundo de la radio y la televisión, y debido a que las agencias de noticias comenzaban ya a dominar el mundo de la información todas las publicaciones que se realizaban, fueran en el medio que fueran, trataban los mismos temas. Surge entonces el fenómeno conocido como *new journalism* (Boyton, 2005), o nuevo periodismo, y, a raíz de este, los primeros periódicos de masas, que tienen una tirada mucho mayor que sus predecesores e incluyen más publicidad. Para llevar a cabo la elaboración de estos periódicos las empresas comenzaron a establecerse en grandes edificios y lograron obtener unos beneficios absolutamente inesperados. Durante este período de evolución y mejoras continuas los periódicos pasaron por diferentes etapas. En un primer momento se consideraban únicamente medios que vehiculaban la información, es decir, lo más importante de los periódicos era su contenido. Más tarde, con la integración definitiva de las ilustraciones y las fotografías, el contenido de los periódicos se fue aligerando hasta que finalmente, con la llegada de diseñadores, maquetadores y la posterior aparición del color, los lectores comenzaron a darle la misma importancia a la información que aparecía y al modo en el que esta se presentaba. Estos nuevos periódicos desempeñaron una función mucho más importante que los antiguos, y se convirtieron en un bien de uso y consumo, puesto que ofrecían a los lectores un producto atractivo y de calidad a un precio muy razonable y terminaron por ser muy influyentes en la opinión pública, tal y como afirma Navarro (2007).

Este control que ejercían los periódicos sobre las opiniones que se generaban en la sociedad fue muy útil en los momentos bélicos de la historia, por ejemplo durante la Primera Guerra Mundial. Con el fin de las guerras los gobernantes creyeron necesario reformar la industria de la información puesto que habían llegado a la conclusión de que los medios de

información debían cumplir una función social de servicio público. De este modo, surgió la teoría de la responsabilidad de los medios y aunque se continúa defendiendo la libertad de expresión, se establecen normas para controlarlos.

Ya en el siglo XXI comienza la era de la globalización y esta afectará también a los medios de comunicación que pasan a ser propiedad de grandes empresas, que ostentan la propiedad tanto de periódicos, como de cadenas de radio y de televisión este sería el caso por ejemplo del Grupo Prisa que es un grupo multimedia español de comunicación que tiene editoriales, prensa escrita y cadenas de radio y televisión. Actualmente, debido a que nos encontramos en la era de la revolución tecnológica, la forma de entender la prensa también ha cambiado mucho para adaptarse a los nuevos tiempos. La mayoría de los periódicos del momento cuentan con ediciones en versión digital que se actualizan durante a todo el día y ofrecen a sus lectores información reciente, a la que se puede acceder en cualquier momento del día. Con la aparición de estas versiones digitales la prensa escrita, tal y como la conocíamos antes del siglo XXI, ha perdido importancia, de hecho hay varios estudios como el realizado por Ross Dawson (futurista, escritor y empresario, entre otras cosas), que fue publicado en el diario ABC y que concluye que a partir de 2017 comenzará la extinción de los periódicos tradicionales, debido, sobre todo al aumento del consumo de periódicos digitales.

## **2.2 Los géneros periodísticos y los principales tipos de texto periodístico**

Los periódicos se diferencian y se clasifican atendiendo a dos criterios: por un lado, si atendemos a la frecuencia con la que publican, encontramos la prensa diaria y la prensa periódica no diaria. Por otro lado, si atendemos a la temática que tratan en su contenido, podemos diferenciar periódicos temáticos y periódicos de información general o generales. (Ministerio de Educación, política social y Deporte, 2008).

Los periódicos temáticos centran sus publicaciones, como su propio nombre indica, en una única temática, con este tipo de características podríamos encontrar los periódicos deportivos, los periódicos de economía, etc. Por el contrario, los periódicos generales incluyen información de todo tipo: economía, sociedad, finanzas, deportes, etc. Esta información está dividida en secciones, que se clasifican según la temática que tratan, pues cada sección contiene información referente a un tema específico. Todos los periódicos, ya sean temáticos o generales, presentan en su interior diferentes tipos de textos periodísticos y estos se encuentran agrupados por géneros atendiendo a las características que comparten entre ellos.

Tras consultar varios autores como Albertos (1974), López (2002), o Hernández (2005), hemos comprobado que existen diferentes clasificaciones en función de diferentes criterios.

*“Como en todo campo artístico, y el periodismo es también arte, hay un entrecruce de rasgos: artículos que tienen mucho de crónicas; crónicas que son propiamente artículos, y reportajes especiales que, por su tono y enfoque, rozan el campo de la crónica o del artículo”.* Martín (1979), citado en: Bernardi y Bergero (2006: 1)

Incluso podemos encontrar autores que afirman que ni siquiera tienen claro por qué se consideran géneros ni a tenor de qué criterios se clasifican. Este es, por ejemplo, el caso de Bustos (2005), que tras numerosas valoraciones acaba concluyendo que «el género implica una agrupación de textos que cumplen funciones sociales similares y tienen características formales en común». Advierte también que los géneros son formas de expresión dinámicas y por lo tanto, y aunque pueden perdurar en el tiempo, van cambiando en función de las necesidades de los usuarios.

Dentro de la prensa escrita podemos distinguir varios géneros periodísticos diferentes, la mayoría de los autores, como por ejemplo Hernández (2005), distinguen tres géneros periodísticos, que en el caso de esta autora son el género informativo, el argumentativo y el interpretativo. Sin embargo, hay autores como Grijelmo (2001), que llegan a distinguir hasta cuatro géneros diferentes, el género informativo, el género interpretativo/informativo, el género interpretativo y el género de opinión. A parte, ni siquiera coinciden en la denominación de los géneros, sino que cada autor los denomina de una forma diferente, pero en definitiva todos vienen a ser lo mismo y a pesar de tener otro nombre comparten las mismas características. Por ejemplo para lo que Hernández (2005), es el género interpretativo, Grijelmo (2001) lo denomina de información y lo que para Hernández (2005) es el género argumentativo, es para Grijelmo (2001), el género de opinión.

Hemos optado por utilizar la terminología que utiliza Hernández (2005) porque creemos que es la más adecuada, representa de forma clara los diferentes géneros. Como ya hemos mencionado, Hernández (2005) distingue tres géneros periodísticos y estos los diferencia según el carácter que tengan: el género informativo, el género interpretativo y el género argumentativo.

-El género informativo: su objetivo principal es dar a conocer al lector los temas de actualidad, estos temas pueden tener un contenido muy variado, pueden versar sobre política, economía, sucesos, etc. Grijelmo (1997) definió este género afirmando que: «Son informativos

los textos que transmiten datos y hechos concretos de interés público, ya sean nuevos o conocidos de antemano. La información no permite opiniones personales, ni mucho menos juicios de valor» (Grijelmo, 1997, citado en Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2012b:10).

El género informativo, según Hernández (2005), utiliza un léxico claro, conciso y correcto; emplea un registro medio para que sea accesible para la mayor parte de público y por lo general emplea adjetivos descriptivos para que la información sea lo más objetiva posible. En cuanto a la utilización de los tiempos verbales, predomina el presente de indicativo, aunque en ocasiones podemos encontrar también el pasado. Para favorecer la objetividad en el género informativo se utiliza también el estilo directo que a veces se combina con el indirecto. Este último se representa entrecomillado para expresar aquello que ha dicho otra persona. Puesto que las publicaciones del género informativo se producen con mucha rapidez, no es inusual que en ellas haya algún que otro error tanto de estilo como de contenido, esto también se debe a que muchas de ellas son traducciones de las publicaciones de agencias extranjeras. Dentro del género informativo distinguimos tres tipos de texto diferentes, en primer lugar encontramos la noticia, que es el tipo de texto informativo más destacable y el más utilizado, en segundo lugar tendríamos el reportaje, que generalmente tiene mayor extensión que la noticia y por último la entrevista.

-El género argumentativo: tiene como finalidad que el lector se posicione ante un tema determinado. Los periodistas que redactan los textos del género argumentativo expresan su punto de vista personal sobre un determinado tema, valoran los motivos y las consecuencias que pueden ir acompañados del hecho en sí, y en ocasiones pueden llegar a proponer soluciones o alternativas a la cuestión que se plantea. En cuanto al léxico que utiliza este género, comenta Hernández (2005), que es un léxico mucho más elaborado, ya que se cuenta también con más tiempo para llevar a cabo su redacción. Se utiliza un léxico más culto, con más adjetivos y sustantivos para adornar el texto lo más posible y se acude mucho al empleo de recursos literarios que ayuden a que la función del texto se cumpla. Respecto a los verbos se observa una mayor variedad de tiempos verbales puesto que se emplean el indicativo, el condicional, las perífrasis verbales, etc. Los tipos de texto argumentativo por excelencia son el editorial y el artículo de opinión: estos dos tipos de texto presentan muchas similitudes, pero por ejemplo el artículo de opinión puede tratar temas que no sean de actualidad y en él se expresa la opinión del propio autor. Sin embargo, la editorial expresa la ideología de la empresa editora del periódico en que se va a publicar y por norma general trata temas de actualidad. Estos dos tipos de texto más destacados en el género argumentativo presentan diferentes modalidades como el comentario, la columna, la crítica o las cartas al director.

-El género interpretativo: este último género es una mezcla de los dos anteriores, es decir, narra un suceso o un hecho acontecido pero a su vez el autor de los textos de este género expresa su opinión sobre lo sucedido y realiza valoraciones sobre los posibles motivos y consecuencias. El autor produce su opinión valorando el suceso o el hecho dentro del marco temporal y espacial en el que se produce, y según Hernández (2005), cobra mucho protagonismo en el texto. Los tipos de texto que representan este género son la crónica y el reportaje.

### 2.3 La prensa deportiva y sus principales textos periodísticos

Se pueden encontrar numerosas definiciones que expliquen qué es la prensa deportiva y todas ellas –de uno u otro modo– afirman que, la prensa deportiva comprende aquellas publicaciones cuyo contenido está relacionado con el deporte. Podemos observar por ejemplo la definición que aportan Berrocal y Rodríguez-Maribona (1998:198) en su obra, *Análisis básico para la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*, que dice así: «La prensa deportiva es aquella cuyos contenidos informativos están relacionados con el deporte en cualquiera de sus modalidades».

Esta es la teoría sobre lo que debería ser la prensa deportiva, sin embargo, –tal y como afirma Alcoba<sup>5</sup> (1999)– en la actualidad, no se aplica a la práctica.

Alcoba (1999) expone que el periodismo deportivo, desde hace ya unos años hasta hoy, ha dejado de cumplir la función para la que estaba destinado, que no era otra que informar acerca de lo que ocurría en cada uno de los ámbitos deportivos. Este periodista apunta también que, la prensa deportiva ya no mantiene su espíritu original, sino que se limita a ser un medio de transmisión para el negocio futbolístico. El deporte como tal, y la esencia del mismo, es decir, la competición sana, ya no despiertan interés entre los lectores, ahora lo único que vende es el deporte espectáculo, aquel que está promovido por empresas y asociaciones millonarias. Además, la prensa deportiva actual no se limita a tratar temas meramente deportivos, sino que también permite a los lectores conocer algún que otro detalle sobre la vida privada de los deportistas.

---

<sup>5</sup> Antonio Alcoba es un periodista y profesor de la Universidad Complutense de Madrid, él fue quien introdujo la especialidad del periodismo deportivo en las universidades españolas. Dado su currículum entendemos que tiene un vasto conocimiento sobre el género deportivo, por este motivo y ya que las investigaciones sobre el género específico del deporte dentro del periodismo son escasas, basaremos la mayor parte de este apartado en la información que este autor nos ofrece en algunas de sus obras.

Hoy en día ya podemos encontrar información deportiva tanto en diarios generales como en diarios temáticos, pero esto no siempre ha sido así. En un principio no existían periódicos que se dedicaran exclusivamente a ofrecer información sobre el deporte sino que los diarios generales incluían esta información, pero sin diferenciarla del resto. Con el paso del tiempo, y ante la gran aceptación que tenía esta información, los periódicos generales fueron incrementando el número de páginas que le dedicaban a la información deportiva, e incluso, cuando tenía lugar un evento deportivo de mucha importancia, esta llegaba a ocupar la información de portada. El incremento de las páginas dedicadas al deporte y la gran demanda que manifestaban los lectores provocaron que la información deportiva comenzara a diferenciarse del resto y los periódicos generales comenzaron a incluir secciones específicas destinadas a tratar únicamente la información del ámbito deportivo. Según manifiesta Alcoba en su obra del año 2001, algunos periódicos incluían las secciones deportivas en las últimas páginas del periódico para que, si los lectores abrían el periódico por el final, se encontraran en primer lugar con la información deportiva. Lógicamente, debido a restricciones de espacio, en la sección deportiva de los periódicos generales no se podía incluir información sobre todos los deportes, así esta información se elegía —y aún es así en la actualidad— según el número de seguidores que tenía.

Gracias al gran éxito que comportaba el mundo del deporte entre la población surgió el periodismo deportivo y con él la prensa de temática deportiva.

Alcoba (1999:5) afirma que en la sociedad actual el deporte se ha convertido, en lo referente a los medios de comunicación, en uno de los géneros específicos que más atraen a los receptores. El periodista alude a una cita de Carl N. Warren para probar este hecho: «Según las encuestas un 80% o 90% de los lectores son aficionados a los deportes. (...) Ningún otro tema especializado atrae a una audiencia tan vasta». (Warren, 1975, citado en Alcoba, 1999:5).

En sus inicios los periódicos deportivos eran más baratos que los periódicos generales, pero a finales de la década de los noventa los precios de ambos se igualaron. Sin embargo, en la actualidad —tal y como podemos comprobar acudiendo a cualquier quiosco— los periódicos generales vuelven a ser más caros que los periódicos de temática deportiva<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Por ejemplo de lunes a viernes un periódico general como puede ser el diario *El Mundo* cuesta 1,40€ y sin embargo, los mismos días, de lunes a viernes, un periódico de temática deportiva como puede ser el diario *Marca* cuesta 1€, es decir nos encontramos con 40 céntimos de diferencia entre un periódico general y uno de temática deportiva.

En cuanto al espacio que ocupa hoy la información deportiva en los diarios generales, dependerá siempre de los eventos deportivos que hayan tenido lugar el día anterior; por ejemplo, en España, como el fútbol es el deporte que más audiencia atrae, cuando se celebran eventos de competiciones como la Champions League, la Copa del Rey, el Mundial o partidos importantes de Liga es cuando más información deportiva se produce.

Gracias a la globalización y a las agencias de noticias la información deportiva que aparece en los periódicos –tanto en los generales como en los de temática deportiva– no se limita al deporte nacional, sino que también se publica información internacional que, por diversos motivos, puede resultar atractiva en todo el mundo.

Un dato que merece la pena destacar es que, a pesar de que los periódicos deportivos cuentan con todo su espacio disponible para destinarlo a tratar todo tipo de deportes, esto no se cumple. El proceso de selección de la información para los periódicos deportivos sigue las mismas pautas que la sección de deportes de los periódicos generales; solo se publican noticias de deportes que tengan éxito entre el público. Según Alcoba (1999), esto sucede única y exclusivamente por motivos económicos y esta es, entre otras muchas, una de las razones por las que la prensa deportiva –para Alcoba y otros tantos– ya no es periodismo. Es un negocio.

Otra de las cosas que Alcoba critica de la prensa deportiva actual es que los diarios deportivos se han convertido en páginas llenas de colores, fotografías y espacios en blanco en los que el texto brilla por su ausencia y el poco que podemos encontrar resulta insustancial y escueto. Es decir, que en los periódicos deportivos hace ya mucho tiempo que prima el continente (la imagen) sobre el contenido (el texto).

Los géneros periodísticos de la prensa deportiva son los mismos que los que nos podemos encontrar en cualquier otro tipo de prensa, es decir, el género informativo, el género argumentativo y el género interpretativo. Hernández (2003) coincide con esta idea, pero también aclara que los tipos de texto más utilizados en la prensa deportiva son diferentes a los que se utilizan con mayor frecuencia en la prensa general.

De este modo, tanto en la sección de deportes de los periódicos generales como en los periódicos de temática deportiva podemos encontrar todo tipo de géneros periodísticos, desde géneros meramente informativos, como una noticia deportiva en la que se relate un encuentro futbolístico, hasta textos del género argumentativo, como un comentario deportivo en el que el periodista aporte su opinión sobre lo sucedido en un evento deportivo. Sin embargo, tal y como ya hemos mencionado, hay determinados tipos de texto que, en la prensa deportiva, resultan más recurrentes que otros.

Según una tesis doctoral sobre la información deportiva en la prensa realizada en la Universidad de Málaga, Wimmer (2011), los tipos de texto periodístico que aparecen de forma más habitual en la prensa deportiva son el análisis, el comentario (dentro del que se incluye el artículo de opinión y la columna), la crónica, la infografía, la noticia y el reportaje. Sin embargo, muchos autores, como, por ejemplo, Hernández (2003) en su obra *El lenguaje de las crónicas deportivas*, indican que el género periodístico más frecuente en el deporte es la crónica deportiva:

*«El género deportivo por excelencia es la crónica, muy cuidada y con una gran evolución en los últimos años. En ella, el periodista deportivo vuelca toda su audacia, pues es ahí donde mejor se mueve y donde puede dar salida a lo más atrevido y peculiar del lenguaje deportivo. Los demás géneros están más cercanos al resto de la prensa, tanto en estructura como en lenguaje, mucho más neutro».* (Hernández, 2003: 42)

Cada uno de estos tipos de texto periodístico anteriormente mencionados tiene sus propias características, por lo tanto merece la pena explicarlos uno a uno para entender en qué se diferencian y así poder distinguirlos.

-El análisis deportivo: este tipo de texto se encuentra a caballo entre el género informativo y el género interpretativo. Peñaranda (2000) afirma que en un análisis no se deben incluir opiniones subjetivas, aunque sí se pueden incluir tanto enfoques como visiones específicas. Por lo tanto, en ningún caso el periodista debería plasmar en este tipo de texto su punto de vista, pero sí encauzar el tema de análisis de la forma que más oportuna le parezca. El análisis debe ser un medio que el lector pueda utilizar para formar su propia opinión, pero no debe intentar convencer de nada.

-El comentario deportivo: para exponer las características del comentario deportivo nos apoyaremos en la definición de comentarista que aporta la Agencia EFE en su edición de 1989: «Comentarista: En el trabajo periodístico, persona que enjuicia subjetivamente los acontecimientos y que manifiesta de forma explícita su opinión. No debe confundirse con analista». Es decir, en este caso nos encontramos ante un género interpretativo que narra los hechos a la vez que aporta su opinión sobre ellos.

-La crónica deportiva: la etimología de la palabra crónica nos aporta ya pistas acerca de las características que presenta este tipo de texto deportivo. La palabra crónica tiene sus raíces en la voz griega *cronos*, que significa tiempo y efectivamente la crónica deportiva es un tipo de texto que relata los hechos siguiendo un orden cronológico, aunque se centra más en

el hecho principal que en lo que sucede antes y después. Así Esteve y Fernández (1999), citados en Naranjo de Arcos (2011) comentan que la crónica debe recoger cada uno de los detalles de los que sucede desde el comienzo de un encuentro deportivo hasta que este finaliza. Naranjo de Arcos (2011) destaca que en las crónicas deportivas se puede observar la transición de una narración muy elaborada, que presenta aspectos literarios y narrativos propios de un periodismo de gran calidad.

-La infografía deportiva: la infografía, como su propio nombre indica, es el producto resultante de la mezcla entre la información y las gráficas, es decir, en este tipo de textos se combina la información escrita con la información visual como las fotografías. Valero (2001) explica en su definición de la infografía de prensa que, esta sirve como complemento para la información escrita y ayuda al receptor a comprender mejor el mensaje.

-La noticia deportiva: este tipo de texto pertenece al género informativo y tiene como único fin narrar acontecimientos que puedan despertar el interés del público. En las noticias deportivas no aparece la opinión del autor, ya que estas deben escribirse con la mayor objetividad posible. La noticia se diferencia del análisis en tanto en cuanto el periodista cuenta con más libertad a la hora de redactar este último. Como mencionábamos unas líneas más arriba, el análisis se puede enfocar desde diferentes puntos y por esta razón se encuentra a medio camino entre el género informativo y el género interpretativo. Sin embargo, la noticia pertenece exclusivamente al género informativo y no acepta diferentes enfoques. Según el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2012 a), la noticia es el tipo de texto periodístico que cumple de forma más eficaz la función principal del periodista, que es la de informar y por ello, el periodista cuenta con un margen de creatividad escaso e incluso nulo a la hora de redactar las noticias. Pueden ser objeto de una noticia deportiva los resultados de un partido, la marcha de un entrenador, el fichaje de un jugador, etc.

-El reportaje deportivo: podríamos definir el reportaje como un tipo de texto muy similar a la noticia, pero se diferencia de la noticia porque cuenta con «una redacción más rica en elementos ambientales» (Hernández, 2003). Puede pertenecer tanto al género informativo como al género interpretativo, puesto que se pueden exponer en él únicamente datos objetivos o se puede redactar de modo que se combine la información con la opinión del periodista, así Hernández (2003) señala que, aparte de informar, a través de un reportaje se pretende también entretener. A la hora de redactar un reportaje el periodista cuenta con bastante libertad creativa y libertad en cuanto al lenguaje que utiliza.

### 3. Prensa y traducción

#### 3.1 La traducción de los géneros periodísticos

Cuando el periodismo comenzó a considerarse una profesión, allá por el siglo XVIII, este ya apareció vinculado a otra profesión, la de la traducción. Hernández (2009) nos cuenta en su obra *Traducción y periodismo*, que esta relación que une al periodismo con la traducción se ha hecho cada vez más fuerte y necesaria con el paso de los años, incluso a día de hoy podríamos aventurarnos a decir que el periodismo, en cierto modo, depende de la traducción. Así nos lo confirma esta autora al referirse a la relación entre traducción y periodismo afirmando que con el paso de los años se ha convertido en una relación que, « [...] sin temor a exagerar, podríamos denominar una auténtica relación de dependencia [...]» (Hernández, 2009:9).

Y ¿por qué el periodismo no sobreviviría hoy en día sin la traducción?, pues bien la respuesta se podría resumir en dos palabras: internacionalización y globalización. Pimentel (2015) señala la internacionalización y la globalización en la comunicación, entre otras áreas, como una de las razones fundamentales para que cada vez se necesiten más traductores que solventen esta situación.

En el siglo XXI recibimos continuamente por medio de la prensa nacional información sobre lo que sucede en el resto del mundo, y aunque en la mayoría de las ocasiones los lectores no seamos conscientes de ello, gran parte de esta información proviene de periódicos extranjeros de los que se nutren los periódicos nacionales, y esto solo es posible gracias a que toda esta información que traspasa fronteras se traduce y llega a nuestras manos en nuestra lengua materna. Gracias a la globalización esta tendencia de recuperar información de periódicos extranjeros se utiliza cada vez más, y gracias a las nuevas tecnologías todo el proceso por el que tiene que pasar la información antes de ser adaptada a otra cultura y a otra lengua es mucho más rápido y sencillo.

Este proceso de traducción que se lleva a cabo en la prensa escrita ha recibido el nombre de traducción periodística, denominada así por muchos autores como Vidal (2005), en la colaboración que realiza para el libro *La traducción periodística*, de ese mismo año. Por lo tanto, estaríamos ante un campo especializado de la traducción y esta se encontraría a la misma altura que otras traducciones especializadas como la traducción médica, la económica, la turística, etc. Al tratarse de un campo de especialidad las características propias de la prensa escrita influirán mucho en el proceso de traducción, puesto que el traductor deberá ceñirse a las normas de este campo.

En una publicación de prensa encontramos que cada uno de los textos que contiene pertenece a un campo temático diferente, como por ejemplo, la economía, la política o la sociedad, entre otros muchos y aunque la traducción de todos estos textos reciba el nombre de traducción periodística, el proceso de traducción de cada uno de ellos presentará unas características diferentes, tal y como afirma Hernández (2009).

En el mundo de la traducción, las características de la traducción periodística han resultado ser objeto de investigación para muchos autores como es el caso de Gutiérrez de Terán (1997), Hernández (2005), Tapia (1992) o Vidal (2005), gracias a la recopilación de las teorías de estos autores y otros muchos más, Hernández (2009) consiguió elaborar en su obra *Traducción y Periodismo*, una propuesta muy completa de las características de la traducción periodística.

Tapia (1992) opina que el desarrollo de los medios de comunicación ha hecho que surja la traducción periodística, que, a su juicio, combina técnicas de la traducción literaria y de la traducción científica, pero que a su vez tiene sus propias características. La autora destaca cinco características que, considera que todo traductor de prensa debe cumplir: transmitir información, usar un lenguaje claro y directo, adaptar la traducción al medio para el que traduce, ajustar su traducción a las limitaciones de tiempo y espacio y, en consecuencia a todas las características anteriores, debe retraducir el texto y corregir el estilo del mismo.

Sabemos que la función más básica y primordial de cualquier tipo de publicación periodística es transmitir información. Por lo tanto, el traductor debe ser capaz de plasmar en su traducción la misma información que aparece en el texto original. Para lograr este objetivo el traductor deberá recurrir a diferentes técnicas que le ayuden a producir un texto en el que la información esté expuesta de la manera más clara posible, para que los receptores de este nuevo texto reciban la misma información que los receptores del texto original.

Tapia (1992) considera que el lenguaje que emplea un traductor de prensa debe ser claro y directo, puesto que las traducciones de prensa van dirigidas a un público masivo y, por consiguiente, heterogéneo. El lenguaje claro y directo es también consecuencia de las limitaciones de tiempo y espacio. En muchas ocasiones el traductor se ve obligado a resumir el texto original porque cuenta con un espacio muy reducido para plasmar su traducción y con poco tiempo para elaborarla. Dadas estas limitaciones, el traductor deberá utilizar estructuras simples, usar un lenguaje claro y directo, e incluso llegar a omitir información para poder ahorrar tiempo y espacio.

Como todo traductor, el traductor de prensa deberá adaptar su traducción a las necesidades y demandas del medio para el que traduce, así deberá tener en cuenta diferentes cuestiones como la cultura y el ámbito geográfico y cultural.

Para cerciorarse de que todas las características anteriores se cumplen, el traductor debe retraducir su texto y corregir el estilo. De este modo obtendrá un producto final de calidad.

Como hemos mencionado anteriormente, el tipo textual condiciona en gran medida el proceso de traducción de un texto periodístico. Martínez (2001), citado en Hernández (2009) denomina a esta característica particular de la traducción periodística, ductilidad. Hernández (2009), aclara que la ductilidad es la versatilidad del traductor periodístico, es decir, la capacidad que este tiene para adaptar su trabajo a los distintos tipos de texto que se le presenten.

Vidal (2005), por su parte, destaca el proceso de reescritura que tiene lugar en la traducción periodística y el papel que desempeñan los géneros periodísticos durante el proceso de traducción:

*«El traductor de prensa es, quizás por la propia naturaleza del medio para el que traduce, un recreador, un escritor, delimitado por la idea que debe recrear y por el género periodístico en el que tiene que verter su traducción».* (Vidal, 2005:386)

Observando las características expuestas por los autores citados, coincidimos con Hernández (2009), al concluir que la traducción periodística es un campo de especialidad que está muy marcado por el propio periodismo, quien le pone límites y le marca un camino. Por supuesto, también influye mucho en él la lengua a la que se va a traducir debido a cuestiones tanto lingüísticas como culturales.

Una vez analizadas las características generales de la traducción periodística creemos pertinente realizar un breve recorrido para observar las características particulares que se dan a la hora de traducir los diferentes géneros periodísticos. Como ya hemos expuesto en el apartado denominado *Los géneros periodísticos*, existen tres géneros periodísticos diferentes, estos son el género informativo, el género interpretativo y el género argumentativo; y cada uno de ellos encierra diferentes tipos de texto periodístico. Pues bien, dependiendo del tipo de texto periodístico que se vaya a traducir el traductor deberá utilizar diferentes técnicas de traducción dependiendo del género al que pertenezca el texto con el que va a trabajar.

Para continuar con el orden anterior comenzaremos con la traducción del género informativo. Los textos que pertenecen al género informativo presentan unas características delimitadas. Hernández (2005) apunta que, «sus características particulares como el estilo, la

estructura y los contenidos se encuentran muy bien definidos». Como ya sabemos, el fin más esencial de cualquier traducción es que funcione en la lengua meta del mismo modo que lo hizo el texto original en la lengua de partida. Para que las traducciones de los textos del género informativo cumplan este objetivo, en ocasiones hay que recurrir a la amplificación de la información, a la supresión de la misma o simplemente hay que distribuirla de otro modo. Hernández (2005) destaca la traducción, la modificación y la recreación del texto, como las diferentes labores que lleva a cabo el traductor de prensa cuando traduce textos del género informativo. En la mayoría de los casos, y puesto que rarisíma vez aparece en ellos la firma del traductor, tal y como afirman Ghignoli y Montabes (2014), estos textos conservan la apariencia de un texto original y además se adaptan a la perfección a la nueva situación comunicativa en la que se encuentran.

En segundo lugar, encontramos los textos que pertenecen al género interpretativo, que relatan la noticia desde el punto de vista personal de quien la escribe. Cuando el traductor tiene que trabajar con este tipo de textos se enfrenta al problema de que el escritor plasma en ellos su estilo personal, así nos indica Hernández (2005) que, el autor del texto original cobra mucho protagonismo, puesto que la libertad de elaboración del traductor se ve limitada por el estilo del autor original. Para llevar a cabo estas traducciones el traductor deberá adoptar unas técnicas diferentes a las utilizadas con los textos del género informativo, pues debe mantener, en la medida de lo posible, los rasgos más característicos del texto original, como el estilo o la forma. Sin embargo y como es evidente, el traductor tiene la ardua tarea de adaptar estos textos a la nueva cultura y a la nueva lengua en la que se van a publicar, pero siempre tiene que tener en cuenta que no puede realizar cambios que resulten muy drásticos. Del mismo modo, si se da el caso de que la traducción deba publicarse en un espacio menor al del texto original, el traductor ha de ajustar su producto a este espacio sintetizando o suprimiendo la información que considere oportuna. Ghignoli y Montabes (2014) afirman que los textos que pertenecen al género interpretativo conllevan traducciones muy elaboradas y que requieren mucho tiempo de elaboración porque a la hora de realizar en ellas cualquier modificación hay que tener muy en cuenta la firma y el reconocimiento del autor original, que no se pueden dañar. Nos encontramos de nuevo con que en la mayoría de los casos las traducciones de los textos del género interpretativo se publican sin la firma del traductor que las realiza.

En tercer y último lugar se hallan los textos pertenecientes al género argumentativo. Estos textos son probablemente los más difíciles de traducir porque son el resultado de una producción totalmente personal y presentan los hechos de forma muy subjetiva. A la hora de traducir textos de género argumentativo los profesionales de la traducción deben emplearse a fondo para conservar casi al cien por cien el estilo del autor del original. Los cambios que sufre

este tipo de material son mínimos y siempre se producen por cuestiones de espacio, o bien para que la traducción termine de encajar en el nuevo medio. Hernández (2005) y Ghignoli y Montabes (2014) señalan que en muy raras ocasiones se desecha parte de la información del original, puesto que no se realizan modificaciones que se puedan considerar decisivas. Por tratarse de traducciones más elaboradas, en ciertas ocasiones podemos encontrar en ellas la firma de su autor.

Durante este recorrido que hemos realizado a través de la traducción de los textos periodísticos ha quedado más que demostrado el hecho de que la labor del traductor permanece oculta en la inmensa mayoría de los casos.

Muchos autores como Hernández (2005), Bustos (2005), o González (1999) ponen de manifiesto en sus obras el caso del traductor de prensa. Así, de algún modo, dan a conocer a la sociedad el hecho de que la labor de un traductor de prensa se encuentra escondida bajo la firma de grandes agencias de noticias o de importantes periodistas. Con ello intentan que la situación de un giro de ciento ochenta grados y se empiece a reconocer su trabajo.

A pesar de que, como destacábamos al principio de este capítulo, la traducción se ha convertido en una actividad de la que depende necesariamente el periodismo del siglo XXI, esta se considera una actividad secundaria y prácticamente invisible. Esta falta de apreciación que recibe la traducción en la prensa se debe a que existe la creencia de que traducir es una tarea mucho más sencilla que, por ejemplo, realizar la edición de un texto. Asimismo, se considera que la tarea propia de un traductor de prensa no consiste en otra cosa que en imitar el texto original reproduciéndolo en otra lengua. Según Hernández (2005), los propios traductores que trabajan para las empresas dedicadas al periodismo se ven más como periodistas que como traductores, esto podría estar relacionado con el prestigio que reciben ambas profesiones. Está muy extendida la opinión de que es el periodista o editor quien se encarga de realizar el proceso creativo y quien toma las decisiones que afectarán al resultado final, pero esta afirmación queda totalmente desmontada en el momento en el que se investiga, aunque sea muy por encima, el trabajo que realiza un traductor de prensa. Cuando este ha de trabajar con un texto lleva a cabo los mismos procesos que un periodista y además, tiene la dificultad añadida de tener que adaptarlo a una cultura y a una lengua diferente. Los traductores que trabajan para los medios de información reciben diferentes nombres en el mundo de la traducción, como por ejemplo «periodista traductor» (Hernández, 2005), o «redactor traductor» (Gallardo, 2005), pero como ya hemos mencionado unas líneas más arriba, en la jerga del mundo del periodismo se les conoce simplemente como periodistas, redactores o editores.

Hay ocasiones en las que las traducciones periodísticas se publican como tales y en ellas aparece impresa la firma de su verdadero autor, es decir, de su traductor, este es el caso de las traducciones que se les encargan, por ejemplo, a traductores autónomos o a empresas de traducción. Según González (1999), el nombre y la firma del traductor aparecen también en las ocasiones en las que la traducción la realiza un traductor de renombre.

Al ocultar la autoría real del texto traducido lo único que hacen los medios es ocultar información a sus lectores, información que en cierto modo les ayudaría en algunas ocasiones a entender mejor el contenido que se les proporciona. Además, faltan a unos de los principios básicos del periodismo, que es proporcionar información veraz y debidamente referenciada.

### 3.1.1 El proceso de traducción en la prensa

La traducción periodística consiste en producir un texto nuevo, que aunque siempre tiene rasgos comunes con el texto de partida, una vez haya finalizado el proceso de la traducción de este texto, encontraremos como resultado un producto completamente nuevo. Como ya hemos destacado anteriormente, este proceso de traducción está profundamente marcado por las características culturales y lingüísticas de la lengua de llegada, el tipo de texto del que se trata y las características propias del periodismo, pero además ahora debemos añadir que este proceso se verá influido de una forma u otra dependiendo del medio en el que se vaya a publicar el texto traducido. Nos encontramos entonces con que cada medio, cada editorial, cada periódico tiene su propio manual de estilo que afecta de forma muy notable a la redacción de todas y cada una de sus publicaciones, Hernández (2009) se refiere a este hecho afirmando que cada medio sigue una «política de traducción» distinta.

Gracias al trabajo de Hernández (2009), hemos podido averiguar cómo se lleva a cabo el proceso de traducción en un periódico. Este proceso cuenta con tres fases muy marcadas que ayudan a que el producto resultante de una traducción de prensa sea un texto periodístico de calidad.

Como es de imaginar no se traducen todas las noticias del mundo, sino que los periódicos o las editoriales llevan a cabo un arduo proceso de selección de la información para elegir qué noticias internacionales quieren traducir para poder incluirlas posteriormente en sus publicaciones. Con el fin de nutrirse de noticias internacionales que procedan de fuentes fiables, se establecen acuerdos entre las empresas y las agencias periodísticas de diferentes países y así cada empresa se nutre de noticias que proceden de unos proveedores concretos y no las eligen al azar como podría pensarse. Estos acuerdos se realizan, además de por razones de fiabilidad, por motivos meramente económicos, pues ambas partes obtienen

beneficios a través de este tipo de acuerdos. Las noticias que se producen originalmente en otras lenguas recorren un largo viaje hasta llegar al periódico que las demanda.

En primer lugar esta información se encuentra en la redacción regional de una agencia internacional, el siguiente paso es enviar esta información a las oficinas centrales de dicha agencia, desde ahí la información llega a la sede nacional del país que la requiere y en último lugar es el periódico en el que se va a publicar quien recibe esta información. Cabe destacar que durante este viaje la información pasa por diferentes manos que la van manipulando hasta obtener el producto definitivo.

Una vez que se ha seleccionado la información, entra en juego la figura del traductor, cuyo trabajo deberá ajustarse a las normas y a los límites que hayan sido establecidos por la empresa o la editorial. El papel del traductor periodístico en este proceso no es, ni más ni menos, que adaptar el texto al nuevo entorno comunicativo en el que se va a reproducir teniendo en cuenta, como siempre, las cuestiones culturales y lingüísticas. Gracias a que cuenta con un amplio margen de maniobra y con una gran libertad para tratar estos textos, el traductor puede ampliar o eliminar información pensando en producir un texto definitivo que resulte lo más atractivo posible para la audiencia a la que va dirigido. Por todos estos matices que el traductor debe tener en cuenta a la hora de realizar este tipo de transformaciones de los textos, se le considera en estos casos traductor y periodista, puesto que su labor va mucho más allá de la traducción.

Con el fin de ponerle nombre a la tarea que lleva a cabo el traductor durante este proceso en el que se mezclan las labores periodísticas y las traductoras, Stetting (1989), (Schäffner, 2012) acuñó un término que encierra la definición del conjunto de estas dos actividades, *transediting*, en español transedición. Para muchos profesionales del campo de la traducción periodística el proceso de traducción y de edición de los textos van de la mano y deben realizarse como un único proceso, así el término transedición responde perfectamente a esta realidad, ya que define la fusión que resulta de unir la edición con la traducción en los casos en los que el traductor se fija como meta atender las necesidades de los que van a ser los receptores del texto traducido. Gil (2004) apunta por su parte, que la transedición se da en las situaciones en las que el traductor además de traducir se ve obligado a editar el texto porque el original se encuentra en malas condiciones. Hernández (2009) afirma que la transedición implica una mayor competencia por parte del traductor ya que hace que este no se limite solo a traducir el texto sino que también deben asumir otras responsabilidades. Entendemos que el proceso de transedición conlleva que el traductor se encargue de adaptar su traducción a la lengua meta y a la cultura meta; es decir, se debe asegurar de que su traducción encaje a la perfección en el nuevo contexto en el que se va a producir.

Según Hernández (2009), la transedición es una práctica muy corriente en el periodismo, puesto que es muy habitual que la labor del traductor –que es traducir– y la del redactor –que es editar el texto– se mezclen y se lleven a cabo a la par, como un único proceso.

Por lo tanto podemos concluir que durante la transedición cabe la posibilidad de que se añadan o se supriman elementos, se reorganice la información o incluso se llegue a cambiar el título del texto, todo ello para causar al lector del texto meta la misma impresión que el texto origen produjo originalmente en su propia cultura y así ocultarle, en cierto modo, que se trata de una traducción.

La última fase por la que pasa la información traducida la denomina Orengo (2005), localización. De esta forma extiende el significado de este término al campo de la traducción periodística, ya que la localización se suele considerar una práctica propia de la traducción asistida por ordenador. Según Orengo (2005), esta nueva acepción define el proceso por medio del cual se produce la adaptación de un texto que proviene de una agencia de noticias y acaba por convertirse en un artículo periodístico, es decir, deja de ser un producto global y se transforma en una versión localizada de la prensa local. Como ya mencionamos anteriormente, en el siglo XXI nos hallamos ante un período de globalización e internacionalización de la información, en el que el que todas las noticias o textos periodísticos se consideran productos globales. Pues bien, esta noticia que pertenece a un medio global debe ser adaptada para poder encajar en un medio local, con características más concretas y particulares; y esta adaptación a un medio local se produce mediante la localización. El procesamiento de la información que va a ser traducida se debe realizar teniendo en cuenta distintos aspectos como pueden ser los intereses del propio periódico o las condiciones políticas, sociales e ideológicas del público para el que se traduce. Se considera que la localización no forma parte del proceso de transedición, puesto que la transedición se lleva a cabo a lo largo de toda la transformación de la noticia y la localización solo tiene lugar al final del proceso, en el momento en el que el texto se ajusta de forma definitiva a las necesidades que marcan sus nuevos usuarios.

### 3.1.2 Tipos de traducciones periodísticas

Como ya hemos dicho anteriormente, una gran cantidad de la información que recibimos hoy en día es información traducida, porque en las últimas décadas la transmisión de la información ha aumentado de forma muy considerable en todo el mundo y toda esta información que se produce en los diferentes puntos del globo es capaz de atravesar fronteras gracias a la traducción. Entre los textos traducidos que podemos encontrar en las

publicaciones de la prensa distinguimos dos tipos diferenciados de traducciones, que veremos a continuación. Estos se clasificarán dentro de un grupo u otro dependiendo de las estrategias que se hayan utilizado para realizar su traducción. Las estrategias de traducción que se van a utilizar a la hora de traducir un texto periodístico dependerán directamente del tipo de información que se va a traducir.

En los distintos periódicos podemos encontrar diferentes tipos de información. A estos tipos de información o material periodístico los bautiza Pym (2004) con el nombre de *stable source* y *unstable source*. Por su parte, Hernández (2009) denomina a los diferentes tipos de información, fuentes estables y fuentes inestables y asimismo, apunta que esta sería una clasificación demasiado simple de los diferentes tipos de material periodístico que encontramos en la prensa, pero que sería perfectamente válida a la hora de realizar una primera toma de contacto.

Las fuentes denominadas inestables son aquellas que cuando llegan a manos del traductor se consideran un texto provisional o inicial, pues una vez se empieza a trabajar con él se le realizarán numerosos cambios entre los que se encuentra la actualización de la información que contiene. Estos textos que contienen fuentes inestables pertenecen por lo general al género informativo o al género interpretativo. En este tipo de textos el traductor cuenta con una gran libertad para añadir o suprimir información de forma que haga que el producto sea un texto más largo o más breve. La única obligación que tiene el traductor para con este tipo de fuentes es la de conservar la idea inicial y adaptarla de la mejor forma posible a la cultura de llegada. Por lo tanto, una vez acabada la labor del traductor, obtenemos un producto que no resulta ser ni mucho menos equivalente al original. Es muy difícil encontrar en estos textos alguna marca que los identifique como traducciones, pues se publican, por norma general, sin la firma del traductor y tienen la apariencia de un texto original.

En contraposición a las fuentes inestables, encontramos las llamadas fuentes estables que se consideran textos fijos que deben ser reproducidos fielmente. Existe una razón de peso por la cual estos textos no pueden ser alterados y deben conservar su forma original, y es que estos textos que contienen fuentes estables pertenecen en la gran mayoría de los casos al género de opinión, por lo que llevan impregnada la marca personal de un periodista y encierran la opinión del mismo sobre los hechos que se relatan. Los textos provenientes de fuentes estables suelen llevar la firma de alguna personalidad de renombre que vuelca su estilo propio en el texto y cuya opinión se valora. A la hora de traducir estos textos el traductor debe respetar el contenido en su totalidad y reproducirlo con la mayor fidelidad posible. Tan solo deberá adaptarlo al nuevo medio en el que se va a reproducir. Una vez finalizado el proceso de traducción de estas fuentes estables obtenemos un producto que se ajusta a lo

que se entiende como traducción en su sentido más estricto, es decir, obtenemos un texto equivalente al original. Por todas estas razones, algunos medios, incluyen en estos textos algún tipo de marca, como bien puede ser la firma del traductor, que hace que sean fácilmente reconocibles como traducciones.

La clasificación de las traducciones de prensa está estrechamente relacionada con las denominadas fuentes estables y fuentes inestables. Así, dependiendo de si la información que se va a traducir pertenece a las denominadas fuentes inestables, o por el contrario a las fuentes estables, el resultado de esta traducción se denominará de uno u otro modo.

Por un lado encontramos lo que Hernández (2009) denomina prensa traducida. La prensa traducida es el producto resultante de la traducción de las fuentes estables, que como ya hemos visto, consiste en la traducción total o parcial del texto original para así obtener un equivalente del mismo en otra lengua. Entendemos entonces, que pertenecen a la prensa traducida los textos que surgen a partir de la traducción de un texto que está expresado en otra lengua. Es decir, los textos que son traducciones como tal. La prensa traducida se inició con las revistas y a día de hoy se encuentra en todo tipo de publicaciones, incluso en los suplementos que incluyen algunos periódicos.

Por otro lado, existe lo que Hernández (2009) llama traducción en la prensa. La traducción en la prensa está relacionada con las fuentes inestables. Los textos que son producto de la traducción en la prensa no son textos traducidos, sino que son textos originales que se han elaborado a partir de la información que contienen otros textos que sí han sido traducidos. Es decir, en la elaboración de estos textos, no se da el fenómeno de la traducción como tal, sin embargo los periodistas que los elaboran se sirven de la traducción de otros textos, como un recurso gracias al cual pueden ampliar la información que van a utilizar para elaborar su propio texto original. Normalmente, esta información traducida que utilizan proviene de fuentes internacionales, que redactan sus publicaciones, sobre todo, en inglés. Esta forma encubierta de traducción se realiza por motivos económicos, ya que resulta mucho más rentable extraer información de otros medios que producirla desde cero.

### **3.2 La traducción de los textos deportivos**

La traducción de textos deportivos es una traducción tan especializada como lo puede ser la traducción económica o la traducción turística. Sin embargo, esta especialidad no se suele encontrar en las universidades ni en los cursos de traducción y además no se ha investigado apenas sobre ella, por lo tanto resulta muy difícil encontrar información de calidad que explique cómo se llevan a cabo las traducciones deportivas y qué características

especiales tienen. La escasa información que se puede encontrar proviene de empresas de traducción que se dedican a la traducción e interpretación de eventos deportivos y que cuelgan en sus páginas web documentación relacionada con el trabajo que realizan. Igualmente se puede obtener información sobre este tema gracias a entradas de blogs escritas por traductores que de igual modo se dedican a la traducción de textos deportivos.

Como ya hemos dicho, la traducción deportiva es una traducción especializada, y por lo tanto, tiene un lenguaje, cuanto menos técnico. Según Sans (2011), traductor deportivo profesional, los textos deportivos resultan mucho más difíciles de traducir que la gran mayoría de los textos técnicos.

*«Por su riqueza léxica y su forma particular de presentarse, los textos periodísticos deportivos son, por sí mismos, todo un reto para los traductores, que no sólo deberán enfrentar las dificultades típicas de los textos académicos, comerciales y técnicos (referencias culturales, tecnicismos, inexistencia de términos y equivalencias en la lengua de llegada), sino que deberán enfrentar problemas de carácter estético y cultural entre los dos idiomas, problemas que no son tan evidentes en, digamos, un manual de extracción minera o en las instrucciones para armar computadoras, donde predominan más las dificultades de otro tipo..»* (Sans, 2011:1)

Tal y como podemos observar en la cita anterior, Sans (2011) hace hincapié en la gran carga cultural que presentan los textos deportivos y que hay que tener muy en cuenta a la hora de traducirlos. Cada cultura tiene una forma diferente de entender el deporte y en cada cultura se le da más importancia a unos determinados deportes que a otros, por ejemplo en España el fútbol es el deporte que más audiencia tiene, así lo confirma Europa Press (2014). Sin embargo, en Leco (2014), encontramos que en Estados Unidos el fútbol americano es el deporte más popular.

Según el grupo traductor Okodia, aparte del vocabulario específico que tiene en general el deporte, después cada uno de los diferentes deportes tiene una jerga particular. Nos encontramos entonces con la necesidad de que el traductor deportivo, además de tener un amplio conocimiento del idioma, debe entender de varios deportes y conocer a fondo la jerga que se utiliza en cada uno de ellos.

Debido a esta carga cultural que tienen los textos deportivos encontramos traductores, como Sans (2011), que desaconsejan por completo que las estas traducciones se realicen hacia una lengua no materna, es decir que se hagan traducciones deportivas inversas. Este autor afirma que, con una traducción inversa no se llegarían a transmitir todos los matices y

las características del texto original pues, según él mismo afirma, solo es posible utilizando giros idiomáticos y expresiones propias de cada cultura.

### 3.3 La traducción inversa de los textos periodísticos

Las características y técnicas que se utilizan para llevar a cabo la traducción inversa de los textos periodísticos son muy parecidas o prácticamente iguales que las que se utilizan para realizar las traducciones directas de estos mismos textos –que son las que hemos visto en los apartados *La traducción de los géneros periodísticos* y *El proceso de traducción en la prensa*–. Sin embargo, como cualquier traducción hacia una lengua extranjera, la traducción inversa en la prensa conlleva la dificultad de traducir hacia una lengua no materna. Para defender la postura de que no se necesitan estrategias ni técnicas diferentes para realizar una traducción directa o una traducción inversa recurrimos a Mayoral (2004),:

*« [...] la distinción entre traducción directa e inversa no se corresponde con la realidad y cuando se fuerza en la realidad académica o profesional solo hace introducir elementos de confusión y caos. No existe una didáctica de la traducción directa y otra didáctica de la traducción inversa; no existe una teoría de la traducción directa y otra de la traducción inversa; no existen ni problemas ni soluciones ni estrategias distintas para la traducción dependiendo de su direccionalidad [...] ».* (Mayoral, 2004: 3)

Por consiguiente, deducimos que el proceso que se lleva a cabo para realizar la traducción inversa de un texto periodístico, será idéntico al proceso de traducción directa de un texto periodístico. Es decir, en un primer lugar estará la selección de la información, en segundo lugar se producirá la traducción, después la transedición y, por último la localización; cada una de estas fases estará condicionada por el género periodístico al que pertenezca el texto que se va a traducir y por el tipo de fuente, estable o inestable, del que proceda la información que este contenga.

Como ya hemos mencionado unas líneas más arriba, la traducción inversa en la prensa se lleva a cabo, sobre todo, cuando se va a realizar una edición en otro idioma de un periódico.

Debido a la falta de información que existe sobre este tema, hemos elaborado nuestra propia teoría<sup>7</sup> sobre cómo se llevan a cabo las traducciones inversas de los textos periodísticos.

Como en todo campo en el que interviene la traducción, para traducir un texto periodístico a una lengua extranjera se deben tener en cuenta todos los aspectos que envuelven al mensaje que contiene el texto, ya sean estos aspectos formales o aspectos internos del lenguaje. A la hora de producir el mensaje periodístico hay que considerar el contexto social, cultural, político y económico en el que se va a desarrollar, pues lo condicionan totalmente. Por otro lado, la estructura propia que tenga el periódico, como por ejemplo, el formato en el que se presentan los textos, influirá también directamente en la traducción de los mismos. Del mismo modo se debe prestar mucha atención a los signos de puntuación y usar los que sean naturales de cada lengua sin dejarse influir por el texto original. Para cumplir con todas estas exigencias, el traductor, al tratarse de una traducción inversa, deberá realizar una minuciosa tarea de documentación para averiguar qué es lo propio de la lengua a la que va a traducir el texto. En cuestiones de distribución del contenido cabe destacar que este no tiene porqué aparecer en la traducción en el mismo orden que aparecía en texto original, del mismo modo, tampoco aparecerá dentro de la misma sección. Esto va a depender de la importancia que comporte la información en cada una de las lenguas, habrá información que, para la lengua en la se produjo originalmente el texto sea fundamental y, sin embargo para la lengua extranjera, sea desechada. También habrá información que se produzca exclusivamente para el texto traducido, porque resulte relevante para la audiencia a la que va dedicado. En ocasiones una misma noticia, bien por cuestiones de espacio o bien por cuestiones de la importancia que tiene la información, es mucho más extensa en la lengua que se utiliza para la traducción que en la lengua original del texto, y viceversa. Según Taillefer (2005), gracias a la técnica de la pirámide invertida, que es una técnica propia del periodismo y por la cual se distribuye la información por orden de importancia, también se pueden producir variaciones en cuanto a cómo aparece ordenada la información dentro de una noticia. Por norma general lo que sí suele conservarse tras finalizar el proceso de traducción, es el mismo género periodístico en ambos textos, pero este también podría llegar a cambiar si las restricciones de espacio así lo exigieran. En cuanto a los tipos de texto periodístico que se traducen hacia una lengua extranjera, nos parece importante destacar que, pese a que se elaboran traducciones inversas de todos los tipos de texto periodístico, es más común y

---

<sup>7</sup> Esta teoría la hemos podido elaborar gracias a las investigaciones que hemos realizado para elaborar el presente trabajo, asimismo nos hemos apoyado en Taillefer de Haya (2005), donde se puede observar el análisis completo de la edición en inglés del periódico malagueño *SUR*.

aconsejable que sean textos que pertenezcan al género informativo y que no tengan muy impregnada la marca personal del autor, pues estos últimos implican una dificultad mayor.

De cualquier modo, estas traducciones inversas se realizan siempre teniendo muy presentes las necesidades y las demandas de la población a la que van dirigidas, pues esta siempre esperará que las publicaciones que se producen en su lengua estén adaptadas a las convenciones sociales y culturales propias de su país de origen.

### **3.4 La traducción inversa de los textos deportivos**

A pesar de ser una práctica muy usual hoy en día, no existen estudios que hablen sobre la traducción inversa de textos deportivos. Sí existen algunos estudios a cerca de la traducción inversa en la prensa, pero estos ni son muy numerosos ni se centran en temas específicos de la prensa, sino más bien en la prensa general.

Sin embargo, gracias a este trabajo hemos podido comprobar que la traducción inversa de los textos deportivos es una práctica que en el siglo XXI realizan la mayoría de los periódicos deportivos del mundo. Algunos de estos periódicos son el diario *MARCA*, el diario *AS* o el diario *SPORT*. Por este motivo hemos decido extraer la información para poder desarrollar este tema directamente de la realidad que nos han transmitido dos periódicos deportivos españoles, el diario *AS* y el diario *MARCA*. Con esto no pretendemos establecer unos principios para una futura teoría ni crear un modelo de la misma, pero, aunque solo se trate de dos ejemplos concretos creemos que podrían servir como un pequeño acercamiento a lo que sería la traducción inversa de textos deportivos.

Las traducciones inversas de textos deportivos que ambos periódicos realizan se publican en las ediciones electrónicas de dichos periódicos, comúnmente conocidas como ediciones online. Estas ediciones en inglés se realizan desde el año 2012 y surgieron por el auge que vivía el deporte español en esa época.

A pesar de que las ediciones en inglés de ambos diarios tienen una apariencia muy similar, hemos hallado en ellos características similares y características muy diferentes.

Como características diferentes encontramos el lugar de producción de dichas ediciones y la selección de la información.

En el caso del diario *AS* la edición en inglés se hace en la misma redacción del periódico. Por su parte, el diario *MARCA* encarga la producción de su edición en inglés a Virtua MC<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Virtua MC es una empresa dedicada a la consultoría lingüística especializada en la traducción y adaptación de textos.

El procedimiento que llevan a cabo a la hora de seleccionar los artículos que se van a publicar en la edición en inglés es diferente en cada periódico.

El diario AS da mucha libertad, en este sentido, a los encargados de la edición en inglés, dejándoles que sean ellos quienes decidan qué textos se van a publicar, aunque en ocasiones la redacción también les recomienda que traduzcan alguna que otra noticia.

Sin embargo, la empresa dedicada a la traducción de los artículos del diario MARCA recibe por parte de la redacción de dicho periódico los artículos que tienen que traducir.

Mientras que el diario MARCA solo utiliza artículos que provengan de la redacción de este mismo, el diario AS, en ocasiones, se nutre de noticias de otros periódicos, pero siempre tienen prioridad las noticias publicadas en los medios del Grupo Prisa<sup>9</sup>.

Como hemos mencionado unas líneas más arriba, estas ediciones en inglés también comparten características similares. Las características que tienen en común ambas ediciones son el tratamiento de la información, el ritmo de producción semanal, el público al que van dirigidas y el papel del traductor.

El tratamiento que reciben los textos que se van a traducir es muy similar en ambos casos. Una vez que se han escogido las noticias que van a traducir lo que hacen es una adaptación liberal a la lengua y a la cultura inglesa, pero siempre basándose en el artículo original. Cabe destacar que, en ninguna de las dos ediciones se publican artículos que se hayan producido originalmente en inglés.

Ambos diarios tienen un ritmo de producción semanal en su edición en inglés de unos 250 artículos, de los cuales la mayoría versan sobre fútbol, pues es el deporte que más interés despierta en los receptores de la edición en inglés. Aunque es el fútbol el deporte sobre el que más se traduce, ambos periódicos también traducen noticias de otros deportes como el baloncesto, el tenis o la fórmula 1 y por supuesto cuando hay un evento deportivo de gran importancia, sea del deporte que sea, también se traducen los artículos referentes a ese evento para su posterior publicación en la edición en inglés.

Ambas ediciones en inglés van dirigidas a un público en particular, que es bastante más reducido que el público que diariamente adquiere las ediciones impresas de estos periódicos, pero aún así estas ediciones en inglés han tenido desde su lanzamiento una gran acogida entre su público.

El público al que van dirigidas estas ediciones en inglés es, por norma general, un público cuya lengua materna es el inglés y que reside o en España o en diferentes países angloparlantes como Estados Unidos, Reino Unido o Irlanda. Aunque la mayoría de los lectores

---

<sup>9</sup> El Grupo Prisa es un grupo multimedia español de comunicación al que pertenece el diario AS.

proviene de los países anteriormente mencionados, también se han detectado una gran cantidad de lectores en África, Oriente Medio y Asia. Sean del país que sean y hablen la lengua que hablen, todos estos lectores tienen en común el gran interés que despierta en ellos el deporte español.

Por último, queríamos destacar el tema del papel del traductor en ambos diarios. Como ya hemos mencionado unas líneas más arriba, las traducciones para el AS se realizan en la redacción del periódico, pero llama mucho la atención que los encargados de realizar estas traducciones no son ni traductores ni periodistas, sino que, en lo referente a su papel como traductores, son personas cuya lengua materna es el inglés.

En el caso del *MARCA* sí es una agencia de traducción profesional y revisión lingüística, Virtua MC, la encargada de realizar las traducciones al inglés y al igual que en el diario AS, todas las personas que realizan estas traducciones tienen el inglés como lengua materna.

## MARCO PRÁCTICO

### 4. Presentación del corpus

Para poder aplicar al presente Trabajo de Fin de Grado los conocimientos teóricos relativos a la traducción inversa en la prensa, y más concretamente a la traducción de los textos de prensa de temática deportiva, hemos elaborado un corpus de trabajo. Tal y como hemos mencionado en el apartado de *Metodología*, para la elaboración de este corpus se han elegido los dos periódicos deportivos españoles que mayor tirada tienen, y que por consiguiente, son los que mayor interés despiertan en los lectores. Estos periódicos son el diario AS<sup>10</sup> y el diario *MARCA*<sup>11</sup>, ambos diarios publican en su edición electrónica una versión diaria en inglés, desde el año 2012.

Para denominar nuestro corpus de trabajo<sup>12</sup> hemos recurrido a la terminología acuñada por Baker (1995), quien hace una clasificación de los diferentes corpus de trabajo que se pueden realizar en el ámbito de la traducción. Encontramos que, según Baker (1995), nuestro corpus de trabajo es un corpus comparable. Para la autora un corpus comparable se compone de:

---

<sup>10</sup> Para consultar la página web del diario AS: <http://as.com/> [Recuperado el 20 de mayo de 2015]

<sup>11</sup> Para consultar la página web del diario *MARCA*: <http://www.marca.com/> [Recuperado el 20 de mayo de 2015]

<sup>12</sup> Corpus de trabajo presente en anexo II.

*« [...] two separate collections of texts in the same language: one corpus consists of original texts in the language in question and the other consists of translations in that language from a given source language or languages».*  
(Baker, 1995: 234)

Las características de nuestro corpus de trabajo coinciden totalmente con la definición que aporta Baker (1995). Nuestro corpus está compuesto por diferentes textos, que pertenecen a dos diarios deportivos españoles diferentes. Por un lado, se encuentran los textos del diario AS, y por otro lado, los textos del diario MARCA. De cada uno de estos textos que se han recopilado, se ha recopilado también su respectiva traducción al inglés. Es decir, presentamos un corpus que contiene diversos textos periodísticos deportivos, publicados originalmente en español, y sus correspondientes traducciones inversas realizadas hacia la lengua inglesa.

El corpus se ha dividido partiendo de las características más generales, que son comunes a todos los textos, para poco a poco ir particularizando cada vez más dichas características. En un primer nivel los textos se encuentran separados según el diario al que pertenecen, en un segundo nivel se dividen según el idioma, en un tercer nivel se encuentran separados por fecha de publicación, y por último se dividen por temática.

El corpus comparable que presentamos en este trabajo se recopiló durante una semana ordinaria en la que no tenía lugar ningún evento deportivo especial, para así asegurarnos de que íbamos a analizar las tendencias más generales de ambos diarios. Recoge todos los textos que se publicaron durante la tercera semana del mes de junio de 2015, desde el lunes 15 de junio de 2015 hasta el domingo 21 de junio de 2015.

Como ya hemos mencionado unas líneas más arriba, los textos también se encuentran separados según la temática a la que pertenecen. Las temáticas que se han encontrado al recopilar los textos de ambos diarios han sido: baloncesto, ciclismo, fórmula 1, fútbol –que comprende fútbol español, fútbol internacional y copa América–, motos y tenis<sup>13</sup>.

El cómputo global del corpus<sup>14</sup> recoge 546 textos, que sumándolos contienen 152.965 palabras.

---

<sup>13</sup> Para denominar a cada una de estas temáticas, hemos establecido una nomenclatura diferente: BCT (baloncesto), CLM (ciclismo), F1 (fórmula 1), FTB (fútbol), FES (fútbol español), FIN (fútbol internacional), CA (copa América), MT (motos) y TN (tenis).

<sup>14</sup> Archivo desglosado del cómputo global del corpus presente en anexo III.

Del diario AS, se recogieron 141 textos y sus correspondientes 141 traducciones. Los 141 textos en español suman un total de 44.711 palabras, y sus traducciones al inglés suman un total de 40.581 palabras. Es decir, los textos del corpus correspondientes al diario AS, sumarían un total de 282 textos y 85.292 palabras.

Del diario MARCA, se recogieron 132 textos, con sus respectivas 132 traducciones. Los 132 textos en español suman un total de 41.932 palabras, y sus traducciones al inglés suman un total de 25.741 palabras. Así los textos del corpus que pertenecen al diario MARCA, sumarían un total de 264 textos y 67.673 palabras.

Para clasificar los textos en base a características propias de la traducción, los hemos dividido según el desfase de extensión resultante de la traducción de cada uno de los textos. Según McKay (2013), cuando traducimos un TO en inglés hacia el español, obtenemos un texto que es aproximadamente un 30% más largo. Por su parte, la agencia Today Translation, afirma que los TM en español, producto de un TO en inglés, son entre un 0% y un 40% más largos que el texto original.



Figura 1. Imagen que muestra el desfase de extensión que se considera normal entre un texto en inglés y su traducción en español. Fuente: (Today Translation s.f)

Ya que nuestro corpus recoge textos cuya traducción se ha llevado a cabo utilizando el proceso de traducción inversa, hemos aplicado estos porcentajes al contrario, es decir, suponiendo que el TM en inglés va a ser entre un 0% y hasta un 40% más corto que el TO en español. Sin embargo, no todos los textos que conforman nuestro corpus dan como resultado este porcentaje de desfase de extensión. Por este motivo, hemos establecido cinco parámetros diferentes para clasificar los textos del corpus siguiendo un criterio de traducción.

Los parámetros que hemos establecido son parámetros referentes a la traducción en inglés respecto al texto original en español, y son: 1) texto en inglés entre 0% y 20% más corto, 2) texto en inglés entre 20% y 40% más corto, 3) texto en inglés más del 40% más corto, 4) texto en inglés más largo, y por último 5) texto en inglés de igual extensión que el texto original.

La parte del corpus que comprende los textos del diario AS recoge 55 textos del parámetro 1, 23 textos del parámetro 2, 11 textos del parámetro 3, 52 textos del parámetro 4, y 0 textos del parámetro 5. Por su parte, el diario MARCA, presenta 30 textos del parámetro 1, 23 textos del parámetro 2, 40 textos del parámetro 3, 34 textos del parámetro 4, y 5 textos del parámetro 5.

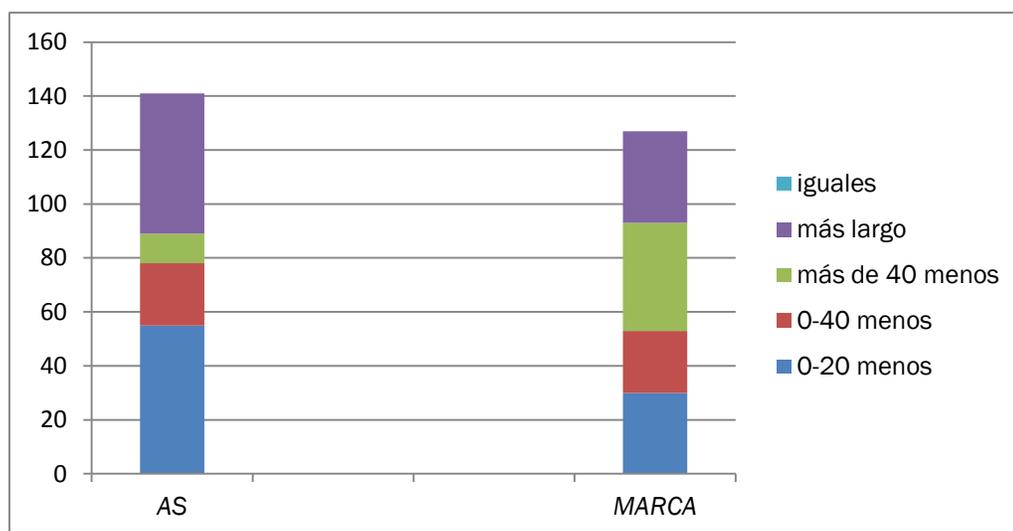


Figura 2. Representatividad de los parámetros en cada uno de los diarios.

Puesto que, solo una de las temáticas deportivas recogidas en el corpus, concretamente la temática de fútbol español, se encuentra representada en cada uno de los cinco parámetros, hemos elaborado un subcorpus que nos permite acotar el campo de estudio de nuestro corpus comparable.

## 5. Presentación del subcorpus

Para poder delimitar el campo de estudio de nuestro corpus comparable hemos elaborado un subcorpus que recoge únicamente una de las temáticas deportivas que estaban presentes en el corpus, concretamente la temática del fútbol español (FES). Hemos seleccionado esta temática puesto que es la única que cuenta con representación dentro de cada uno de los parámetros de desfase de extensión.

El cómputo global del subcorpus<sup>15</sup> alberga 142 textos, que contienen 48.961 palabras.

Dentro del subcorpus, el diario AS comprende 86 textos con sus 86 respectivas traducciones. Los textos originales del AS suman un total de 25.624 palabras y sus traducciones al inglés 23.337 palabras. Por su parte, el diario MARCA alberga en el subcorpus 56 textos y sus 56 traducciones equivalentes. Los textos originales del MARCA suman 20.668 palabras y sus traducciones 10.944 palabras.

El diario AS contiene 39 textos del parámetro 1, 12 textos del parámetro 2, 8 textos del parámetro 3, 27 textos del parámetro 4 y 0 del 5. Mientras tanto, el diario MARCA recoge 12 textos en el parámetro 1, 10 textos en el parámetro 2, 24 textos en el parámetro 3, 8 textos en el parámetro 4, y dos textos en el parámetro 5.

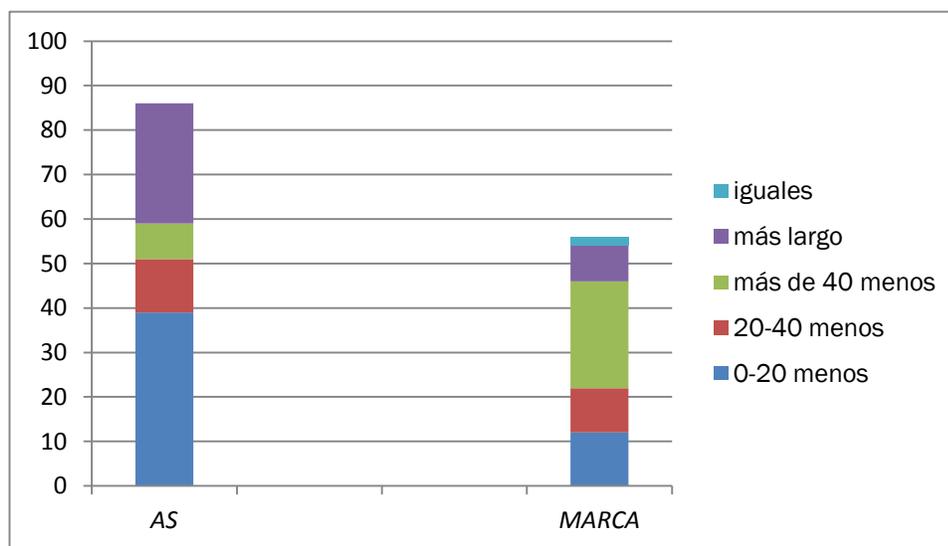


Figura 3. Gráfico que representa los parámetros dentro del subcorpus.

<sup>15</sup> Subcorpus presente en anexo IV.

Gracias a la elaboración de este subcorpus hemos podido reducir en gran medida el volumen de textos. Sin embargo, teniendo en cuenta las limitaciones de extensión de este trabajo no podemos analizar los 142 textos que contiene el subcorpus.

Por ello, hemos escogido los tres textos más representativos de cada uno de los parámetros, que son el de mayor desfase, el de menor, y uno intermedio entre ambos. Exceptuando el caso del parámetro 5 del diario *MARCA*, pues únicamente hay dos textos de la temática FES, que cumplan este parámetro. Esto hará un total de 12 textos con sus respectivas traducciones, en el diario *AS*, y 14 textos con sus respectivas traducciones en el diario *MARCA*. Cada uno de estos textos seleccionados se analizará de forma exhaustiva <sup>16</sup>con el fin de descubrir cómo se lleva a cabo el proceso de traducción inversa de los textos deportivos en estos dos diarios deportivos españoles.

DIARIO AS				
0-20% menos en EN	20-40% menos en EN	+ del 40% menos en EN	más largo EN	IGUALES
4 FES AS (10%)	9 FES AS (40%)	21 FES AS (41%)	7 FES AS (2%)	
19 FES AS (1%)	36 FES AS (23%)	68 FES AS (64%)	35 FES AS (518%)	
55 FES AS (19%)	79 FES AS (31%)	83 FES AS (50%)	47 FES AS (1.130%)	
DIARIO MARCA				
10 FES MARCA (1%)	28 FES MARCA (21%)	13 FES MARCA (51%)	5 FES MARCA (14%)	22 FES MARCA
27 FES MARCA (19%)	34 FES MARCA (38%)	18 FES MARCA (70%)	7 FES MARCA (2%)	54 FES MARCA
39 FES MARCA (10%)	35 FES MARCA (32%)	50 FES MARCA (84%)	37 FES MARCA (10%)	

Figura 4. Presenta la selección de textos para el análisis exhaustivo.

<sup>16</sup> Análisis exhaustivo presente en anexo VI.

## 6. Criterios de análisis

Tal y como mencionamos en el apartado de *Metodología*, con el fin de facilitarnos la aplicación de los criterios de análisis a cada uno de los textos, lo primero que hicimos fue realizar una alineación<sup>17</sup> de cada uno de los textos originales y sus traducciones. Dicha alineación se llevo a cabo utilizando la herramienta de traducción SDL Trados Studio 2014, que permite alinear textos de idiomas diferentes y establecer las diferencias de contenido entre ambos.

Para poder analizar cada uno de los textos seleccionados, hemos establecido una serie de criterios de análisis que nos permitirán analizar los textos en profundidad. Cada uno de los criterios elegidos ha sido seleccionado para centrarse en un elemento particular del texto, de modo que nos permite comparar la traducción del texto con el texto original, y así descubrir qué elementos han cambiado y qué elementos se han conservado.

Los criterios de análisis que hemos establecido son: encabezamiento, título, subtítulo, cambios en la distribución de la información, extensión, información añadida, información ampliada, información desechada, técnicas de traducción y autoría.

Estos criterios los hemos escogido basándonos en el análisis de textos periodísticos recogido en Hernández (2005). El encabezamiento, el título y el subtítulo, son tres elementos que se presentan perfectamente diferenciados fuera del cuerpo del texto, y el resto de criterios seleccionados nos ayudan a descubrir cómo se ha trasladado la información desde el texto original a la traducción en cada uno de los textos.

Criterios de análisis	Texto en EN
Encabezamiento	
Título	
Subtítulo	
Cambios en la distribución de la información	

---

<sup>17</sup> Alineación presente en anexo V.

<b>Extensión</b>	
<b>Información añadida</b>	
<b>Información ampliada</b>	
<b>Información desechada</b>	
<b>Técnicas de traducción</b>	
<b>Autoría</b>	

Figura 5. Muestra de la tabla empleada para el análisis de cada uno de los textos seleccionados.

- El encabezamiento recoge el elemento introductorio del texto, que pone en situación al lector. El encabezamiento suele estar formado por una o dos palabras y, por norma general, en el caso de los textos deportivos de fútbol, contiene el nombre de la persona de la que se va a hablar en el texto, o la competición de la que se va a hablar en el texto, o bien ambas cosas.
- El título es un elemento que se presenta en el texto después del encabezamiento. Informa al lector sobre el tema determinado que se va a tratar en el texto, y contiene la información más importante, para conseguir captar la atención del lector. Tiene una extensión mayor que el encabezamiento, pero no suele ocupar más de una línea y contiene, por norma general unas diez palabras.
- El subtítulo del texto aparece después del título. Contiene un brevísimo resumen sobre el texto o alguna declaración de algunos de los protagonistas, que resulte de gran relevancia. En líneas generales, la función del subtítulo es aportar un pequeño avance sobre la información que se va a narrar en el texto.
- Los cambios en la distribución de la información albergan el modo en que se presenta la información de la traducción respecto al texto original, es decir si aparece en el mismo orden que en este. Tiene que ver con la estructura del texto que, como ya sabemos, en los textos periodísticos en general, se utiliza la estructura de la pirámide invertida de forma que la información se distribuye siguiendo un orden de importancia. Sin embargo, en la traducción este orden

se puede ver alterado por diferentes cuestiones, como el espacio con el que se cuenta para enmarcar la traducción.

- El criterio de la extensión recoge el desfase de extensión entre el texto original y la traducción. Este criterio nos aporta muchas pistas acerca de cómo se ha llevado a cabo el tratamiento de la información en el texto, sin necesidad de analizarlo. Por norma general, cuando una traducción presenta una extensión mucho menor que el texto original, es signo de que hay información que, durante el proceso de traducción se ha desechado. Cuando sucede lo contrario, es decir, cuando la traducción presenta una extensión mucho mayor que la del texto original, suele ser síntoma de que, durante el proceso de traducción se ha ampliado la información, o bien se ha añadido información de nueva producción.
- La información añadida aporta muchas pistas acerca de si la traducción contiene información que no aparece en el texto original. Durante el proceso traductor, en ocasiones, el traductor no se basa solo en el texto original, sino que recopila información de otras fuentes, que según su criterio será relevante para los receptores de su traducción. También es muy frecuente, que en vez de consultar información de otras fuentes y trasladarla a su traducción, el traductor opte por consultar numerosas fuentes y generar él mismo la información. En resumen, la información añadida puede provenir de alguna otra fuente, o ser producción original del propio traductor.
- La información ampliada es aquella que en la traducción contiene más detalles que en el original. Esta información emana del texto original, pero por diferentes motivos, el traductor puede considerar que no está completa o bien que le falta algún detalle que, para los receptores del texto original no era importante, y sin embargo, para los receptores de traducción, el traductor considera que sí lo será.
- La información desechada recoge los datos que aparecen en el texto original, pero que en la traducción se han eliminado. La información desechada incluye tanto información completa, como detalles referentes a una determinada información. Durante el proceso de traducción pueden darse diversos motivos que provoquen que se deseche información. Se puede eliminar información en la traducción, por ejemplo, por cuestiones de formato del texto, o por

cuestiones de espacio y, asimismo puede ocurrir que haya cierta información que al traductor no le resulte relevante para su traducción, y decida eliminarla.

- Las técnicas de traducción que se han utilizado a lo largo del proceso de traducción se determinan gracias al análisis de los criterios anteriores, pero sobre todo, la información añadida, la información ampliada y la información desechada serán tres criterios que nos ayudarán a decantarnos por una u otra técnica. Para analizar las técnicas de traducción hemos acudido a Hurtado (2001), quien diferencia hasta 17 técnicas de traducción. Sin embargo, teniendo en cuenta los criterios que hemos establecido para nuestro análisis, nos aventuramos a pronosticar que, las técnicas que detectaremos con más facilidad en nuestro texto —aunque no por ello las únicas— serán sobre todo, amplificación, compensación, elisión y traducción literal. Cada una de estas técnicas se encuentra relacionada, según la definición que Hurtado (2001), aporta de ellas, con alguno de los criterios que hemos establecido para el análisis exhaustivo de los textos. Así, la técnica de amplificación, está relacionada con los criterios de información añadida e información ampliada; la técnica de compensación, con el criterio de cambios en la distribución de la información; la técnica de elisión se corresponde con el criterio de información desechada, y por último, la traducción literal tiene relación con todos y cada uno de los criterios, pues consiste en que la traducción reproduce fielmente y con el menor número de cambios posible, la información que contiene el texto original.
- El criterio de la autoría de las traducciones, nos sirve para averiguar si en algún caso se informa al lector de que lo que va a leer es una traducción, que ha sido elaborada por una persona diferente a la que escribió el texto original.

## 7. Análisis

Para llevar a cabo del análisis de los textos de ambos diarios, seguiremos el orden expuesto en el apartado de los criterios de análisis. Comenzaremos analizando el género informativo; seguidamente veremos qué tipos de texto periodístico deportivo son más frecuentes en cada uno de los periódicos; y el último paso será analizar la información recogida en cada una de las tablas de criterios de análisis y exponerla de forma ordenada. Todo esto nos ayudará a establecer unas conclusiones generales para cada uno de los diarios, para en última instancia realizar una comparación entre ambos.

## 7.1 Análisis del subcorpus de la publicación AS

### - Géneros periodísticos AS

Respecto al género informativo al que pertenecen los textos analizados del diario AS, destacamos que este no es muy variado, puesto que el 99% de los textos analizados pertenecen al mismo género, y tan solo un 1% —un solo texto— se encuentra a caballo entre el género informativo y el interpretativo.

El género periodístico al que pertenece el 99% de los textos analizados es el género informativo. Hemos clasificado los textos dentro de este género puesto que encontramos que, tanto el autor del texto original como el traductor, se limitan a presentar la información en el texto o a plasmar en él declaraciones de alguna personalidad del mundo del deporte. No aportan ninguna opinión al respecto, ni incluyen elementos creativos o literarios. Estos textos, a pesar de resultar poco atractivos en cuanto a cuestiones de redacción y estilo, cumplen a la perfección la función más básica y primaria del cualquier tipo de periodismo, que es la de proporcionar al lector una información veraz y relevante para el mundo del deporte.

Los temas que tratan los textos que pertenecen a este género periodístico son temas muy diversos. Informan acerca de fichajes y renovaciones de futbolistas y entrenadores, de encuentros futbolísticos y elecciones a la presidencia de los clubes, e incluso de las experiencias y opiniones personales de diferentes personalidades del fútbol español.

El género periodístico al que pertenece el 1% de los textos analizados para el diario AS, no está claramente definido, pues se encuentra a medio camino entre el género informativo y el género interpretativo. Este texto además de aportar información, también incluye algunos elementos creativos, introducidos por parte del periodista y reproducidos por el traductor. Estos elementos creativos que introduce el periodista, consisten en valorar la información desde un punto de vista un tanto personal, pero sin llegar a aportar su opinión. En este texto se informa sobre cómo han ido evolucionando las elecciones a la presidencia del FC Barcelona.

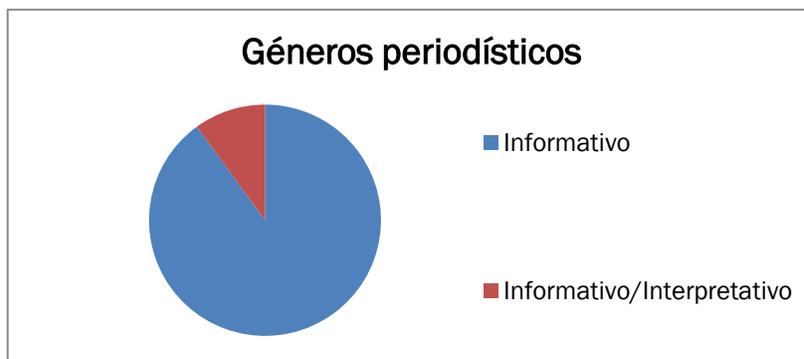


Figura 6. Géneros periodísticos AS.

#### -Tipos de texto periodístico deportivo AS

En los textos de temática FES seleccionados para el análisis del diario AS, distinguimos cuatro tipos de texto periodístico deportivo diferentes.

Aproximadamente el 41,6 % de los textos son noticias y todas y cada una de ellas pertenecen al género informativo. Hemos clasificado estos textos como noticias puesto que todos ellos informan sobre hechos que resultan relevantes dentro del ámbito del fútbol español y son del interés de los lectores del diario. Estas noticias tratan temas relacionados con los fichajes y renovaciones de diferentes jugadores.

El 25% de los textos analizados son reportajes deportivos y todos ellos pertenecen al género informativo. Todos estos textos recogen la opinión de diferentes personalidades del mundo del fútbol español, y eso nos ha llevado a clasificarlos como reportajes. La mayoría de estos textos son entrevistas, pero también encontramos determinados textos que no son entrevistas en sí, sino que combinan la información que aporta el periodista con las opiniones o declaraciones del protagonista del reportaje. En estos textos se tratan temas diversos como pueden ser las experiencias personales de los jugadores, información sobre su situación actual o sus expectativas de futuro.

Aproximadamente el 16,6% de los textos FES del diario AS seleccionados para el análisis son crónicas deportivas y pertenecen, bien al género informativo, o bien tienen características tanto del género informativo como del género interpretativo. Estos textos se clasifican como crónicas deportivas porque narran la evolución de unos hechos concretos. Relatan, por ejemplo, un encuentro futbolístico desde el comienzo hasta el final, destacando los detalles más relevantes, como pueden ser el resultado, las mejores jugadas del partido, etc.

Aproximadamente el 16,6% de los textos del diario AS escogidos para el análisis mezclan características de la noticia y el reportaje. Estos textos pertenecen al género informativo y no tienen un tipo de texto periodístico deportivo definido puesto que presentan elementos de dos tipos de texto periodístico deportivo diferentes, ya que combinan las declaraciones de los protagonistas con elementos propios de una noticia. Tratan temas como por ejemplo, el fichaje de un nuevo entrenador y sus declaraciones.

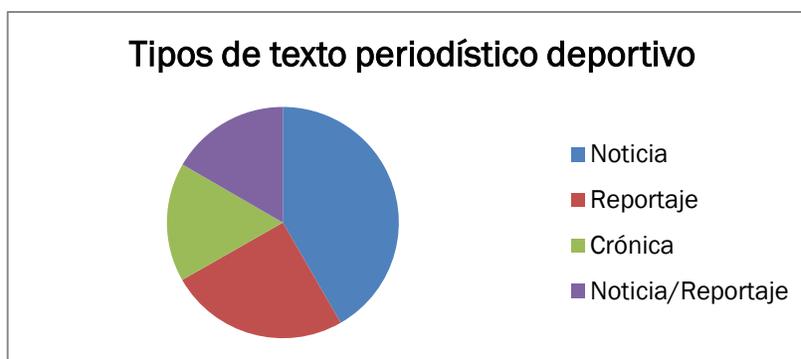


Figura 7. Tipos de texto periodístico deportivo AS.

#### -Encabezamiento AS

En el diario AS encontramos tres maneras diferentes de actuar frente a la traducción del encabezamiento. Una de ellas es mantener el mismo encabezamiento que en el texto original, es decir, transmitir la misma información, pero con modificaciones. La segunda es mantener el encabezamiento original tal y como se encontraba en el texto original, mantiene la misma estructura e incluye la misma información. Por último, observamos que hay también textos que cambian por completo el encabezamiento del texto original por uno de nueva producción.

El 50% de los textos seleccionados para el análisis del diario AS conservan y transmiten la misma información en su encabezamiento que el texto original, pero con modificaciones. Estas modificaciones se deben a que la traducción añade detalles nuevos, que suelen ser aclaratorios. Teniendo en cuenta que el receptor de las traducciones tiene un conocimiento más vago acerca de lo que sucede en el deporte español, es comprensible que, en ocasiones necesite conocer más detalles que el receptor del texto original. Por ejemplo, en varios de los textos originales encontramos que en el encabezamiento aparece solo el nombre de un equipo y, sin embargo la traducción añade también el nombre de un determinado jugador.

Así, el encabezamiento del texto número 19 recoge tan solo el nombre del equipo, Real Madrid, mientras que la traducción añade también el nombre del portero Iker Casillas.

El encabezamiento del texto original se traslada fielmente a la traducción en el 33,3% de los textos FES analizados. En estos casos encontramos en el encabezamiento de la traducción un equivalente lingüístico al encabezamiento del texto original, que conserva totalmente el significado y la estructura.

Un ejemplo de este caso lo encontramos en el encabezamiento del texto 9, tanto el texto original como la traducción presentan tan solo el nombre del club, Barcelona.

En el 17% de los textos analizados del diario AS, el encabezamiento del texto original se sustituye por uno nuevo en la traducción.

Ejemplificamos este caso con el encabezamiento del texto número 7; el texto original muestra el nombre de un país, Qatar, y sin embargo, la traducción lo modifica por el nombre de un jugador, Xavi, y el nombre de su anterior club, Barcelona.

Esto se debe, por norma general, a cuestiones de adaptación cultural. El traductor puede considerar que el encabezamiento original no va a resultar relevante para los receptores de su traducción, o que estos no lo van a entender, y decide cambiarlo por uno nuevo, que se adapte a las necesidades de sus receptores.



Figura 8. Encabezamiento AS.

#### - Título AS

En cuanto al tratamiento de los títulos de los textos seleccionados del diario AS, observamos que hay una tendencia generalizada a reproducirlos fielmente en traducción, sin embargo, no es la única opción que se ejecuta cuando se traducen los títulos de los textos.

En el 50% de los textos analizados el título original se conserva en la traducción, se reproduce fielmente la información que este contiene y no se realizan cambios respecto a la

estructura o la expresión, más allá de aquellos que son estrictamente imprescindibles cuando trasladadas un significado de un idioma a otro.

Este es el caso, por ejemplo del título del texto número 55, el texto original dice: «El entorno de Ramos dice que nunca jugará en el Barcelona», y la traducción reproduce fielmente esta información en la lengua inglesa: «Those close to Ramos insist he would never play for Barcelona».

El 33,3% de los títulos que aparecen en los textos de fútbol español del diario AS presentan modificaciones con respecto al título del texto original. Estas modificaciones se pueden producir añadiendo detalles en la traducción porque el traductor determine que su receptor necesitará una información más completa, o desechando detalles del título original en la traducción porque el traductor considere que no son necesarios en su texto. También hemos observado que, en uno de los casos en los que el título original se modifica en la traducción, se hace por cuestiones culturales. Se mantiene el título original, pero el club que se mencionada en el título original se conoce con otro nombre en la cultura de llegada, y al realizar la traducción se realiza esa adaptación cultural.

Ejemplo de ello es el título del texto 19. El texto original reza: «En Inglaterra hablan de posible oferta del Tottenham a Casillas», y la traducción cambia el nombre Tottenham por Spurs, que resulta más común en la lengua inglesa: «Report from England suggests Spurs could make Iker offer».

El 17% de los títulos originales de los textos analizados ha cambiado por completo en la traducción. Estos cambios se deben a que el traductor considera que la información que contenía el título del texto original no va a despertar la atención de los lectores de su traducción, y decide cambiarla por otra que, según su criterio, atraiga a sus lectores.

Esto sucede con el título del texto 21, mientras en el texto original se puede observar la siguiente información: «Casillas: "Después de 25 años lo que aprendí sigue valiendo"»; la traducción lo cambia y anuncia: «Casillas: "If you want to win, keep fighting until the end"».

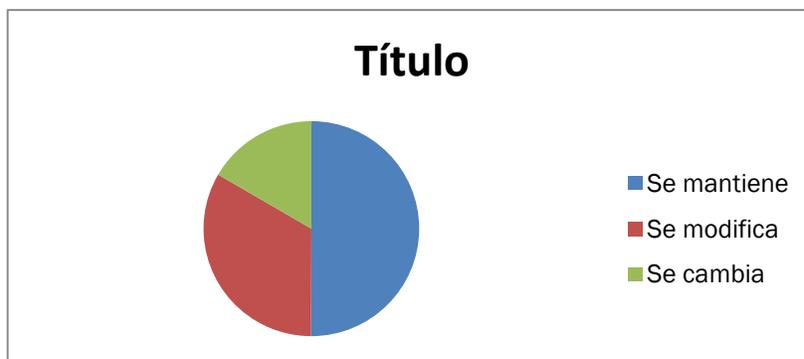


Figura 9. Títulos AS.

#### - Subtítulo AS

En los textos seleccionados para el análisis del diario AS observamos que se llevan a cabo diferentes procedimientos a la hora de enfrentarse a la traducción del subtítulo e incluso encontramos que uno de los textos originales analizados no contiene subtítulo y en la traducción no se añade. Esta última variante se da en un solo texto, concretamente el texto 21, y supone el 8,1% de los textos analizados.

El 41,6% de los subtítulos que aparecen en los textos seleccionados para el análisis del diario AS se trasladan fielmente en la traducción. Aportan a la traducción la misma información que aportaba el título original en el texto en español, y conservan la misma estructura.

Esto lo mostramos tomando como ejemplo el subtítulo del texto79; en el texto original dice: «Bartomeu, Laporta y Benedito conseguirán las firmas fácilmente», y el traductor se limita a reproducir exactamente la misma información: «Bartomeu, Laporta and Benedito are guaranteed to secure the minimum stipulated signatures to stand».

El 33,3% de los textos analizados modifican el subtítulo en la traducción. Son muy diversas las causas que llevan al traductor a modificar el subtítulo. En algunas ocasiones se debe a que este considera que será positivo añadir ciertos detalles para que la información que contiene el subtítulo resulte más completa para los receptores de su traducción; en otros casos se producen adaptaciones culturales de ciertas denominaciones que no significarían nada para los receptores de la traducción, y por último se observan determinados casos en los que el subtítulo original contiene, según el criterio del traductor, información que no es relevante para sus receptores y, por lo tanto, decide desecharla o resumirla.

El subtítulo original del texto 83 se modifica en la traducción, puesto que el texto original solo informa sobre las supuestas declaraciones de un candidato a la presencia del

Barcelona: «El central, que tiene contrato hasta 2017, está muy enfadado porque el club no haya salido a desmentir que está en la órbita de algún candidato a la presidencia del Barça», y la traducción añade también el nombre del candidato: «The defender is angered that there has been no official statement from Madrid denying his link with Barça presidential candidate, Jordi Majó».

Las traducciones analizadas, añaden un subtítulo de nueva producción en el 17% de los textos analizados. Esto se debe a que el traductor determina que añadir un subtítulo a modo de introducción, es necesario para que sus receptores comprendan mejor el texto.

Ejemplo de ello es el subtítulo del texto número 47, en el texto original no aparece ningún subtítulo, y la traducción lo añade a modo de introducción del cuerpo del texto: «Canal+ presenter Noemi de Miguel caught up with David Villa in Central Park in an interview which will be broadcast later tonight».

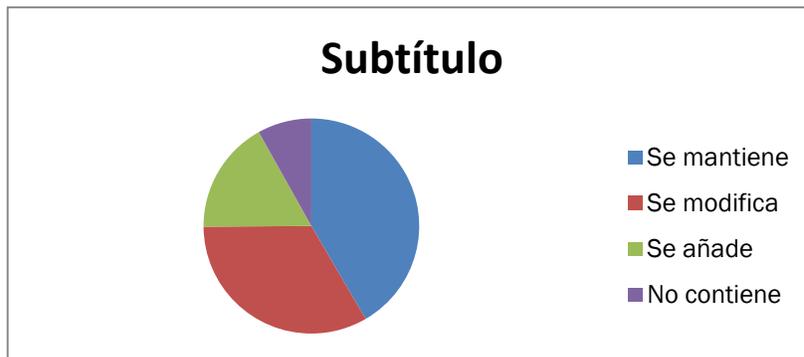


Figura 10. Subtítulos AS.

#### - Cambios en la distribución de la información AS

Observamos que en la gran mayoría de las traducciones analizadas, no se producen cambios en la distribución de la información respecto a cómo esta aparecía distribuida en el texto original. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje de casos en los que sí se producen cambios en la distribución de la información, y esto se debe a que en un determinado momento del proceso de traducción, el traductor encuentra imposible introducir cierta información en su traducción, en el mismo lugar que esta ocupaba en el texto original, y decide incluirla en otra parte del texto.

El 75% de los textos analizados no presenta en sus traducciones cambios en la distribución de la información, sin embargo, el 25% de estos textos sí los presenta, estos son los textos número 4, 68 y 83.

Por ejemplo, en el texto número 4 la información que aparece en el subtítulo del texto original: «El utrerano, que acababa contrato el 30 de junio, cerró su continuidad personalmente con Monchi», la recoge la traducción en el cuerpo del texto: «The forward's contract was due to run out on June 30 but he has accepted a new two-year deal with the Andalusian club despite having better financial offers on the table, mainly from Qatar».



Figura 11. Distribución de la información AS.

#### - Extensión AS

Como ya hemos mencionado anteriormente, la extensión se refiere al desfase de extensión que hay entre los textos originales y sus traducciones, es decir, cuánto más larga o más corta es una traducción respecto del texto original. Recordemos que, los textos seleccionados se clasificaban según unos parámetros de desfase de extensión previamente establecidos, y que se seleccionaron tres textos de cada uno de los parámetros.

El 25% de los textos son aquellos en los que la traducción presente una extensión entre un 0% y un 20% menor que la del texto original (textos número 4, 19 y 55). En estos casos, durante el proceso de traducción se desechan ciertos pequeños detalles que aparecían en el texto original, o simplemente a que el inglés es una lengua cuya expresión es bastante más escueta que la expresión española. Esta diferencia de extensión entra dentro del desfase normal que se produce entre un texto en español y su traducción en inglés, entre un 0% y un 40% más corto el texto inglés respecto del español.

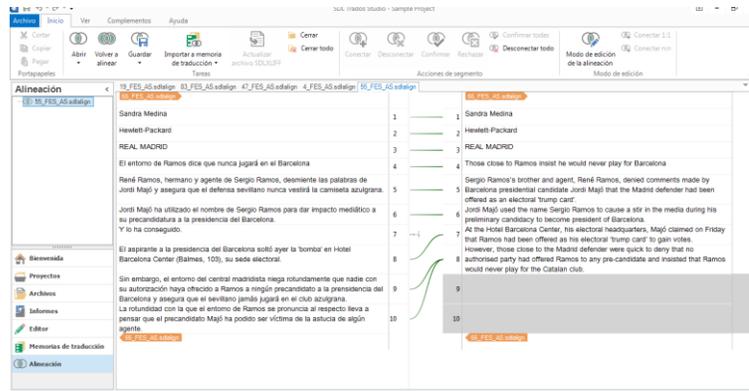


Figura 12. Ejemplo del texto 55 y su traducción. El texto inglés es un 19% más corto.

Los textos en los que la traducción es entre un 20% y un 40% más corta que el texto original (textos 9, 36 y 79), representan otro 25%. Estos casos pueden deberse a que se hayan desechado ciertos detalles de la información o incluso partes completas de la información, o simplemente se deba a las diferencias lingüísticas que existen entre ambas lenguas; por lo tanto, este grupo sigue cumpliendo el desfase de extensión habitual entre el español y el inglés.

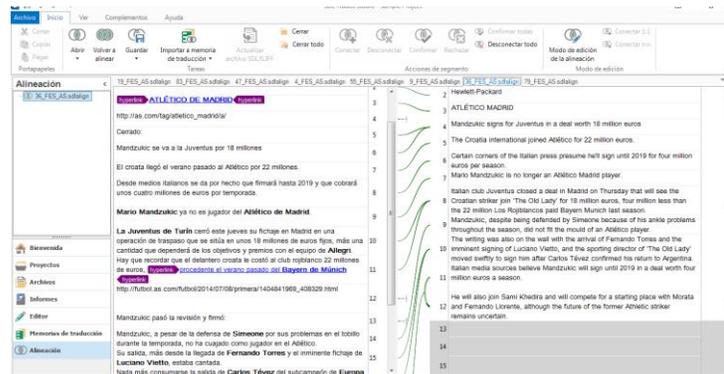


Figura 13. Ejemplo del texto 36 y su traducción. El texto inglés es un 23% más corto.

Otro 25% de los textos analizados representa aquellos textos en los que su traducción es más corta y presenta un porcentaje de desfase mayor del 40% (textos 21, 68 y 83). Este parámetro de desfase de extensión no se encuentra dentro del desfase normal, y se debe a que gran parte de la información del texto original se ha desechado en la traducción.

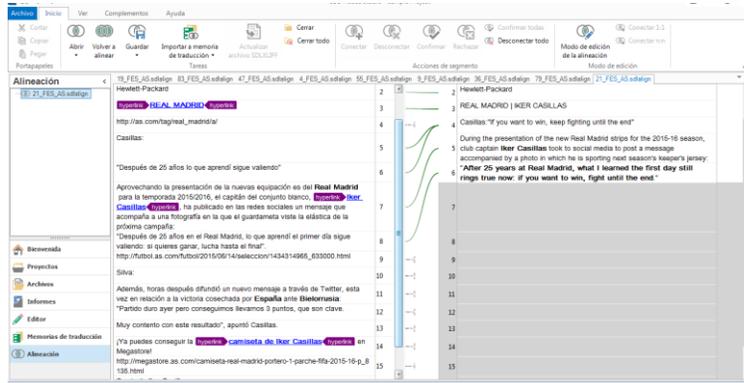


Figura 14. Ejemplo del texto 21 y su traducción. El texto inglés es un 41% más corto.

Otro parámetro de desfase que no se considera normal entre un texto original español y su traducción al inglés, es el que representan otro 25% de los textos analizados (textos número 7, 35 y 47). Las traducciones de estos textos son más largas que los textos originales y esto se produce porque en la traducción se ha incluido información de nueva producción, que no aparecía en el texto original.

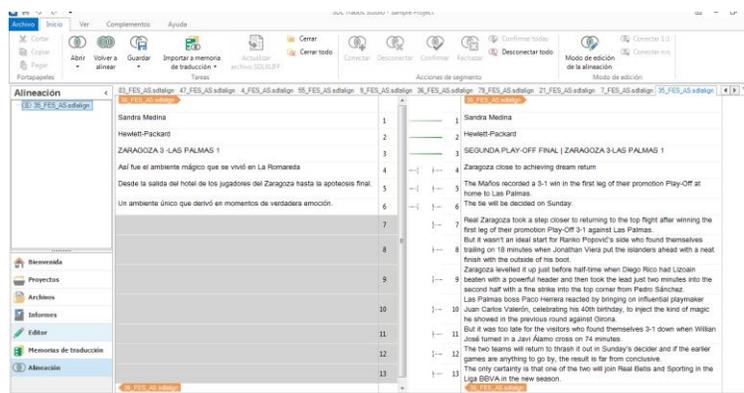


Figura 15. Ejemplo de texto 35. El texto inglés es un 518% más largo.

En el diario AS no se encuentra ningún ejemplo del parámetro de desfase establecido en el que el texto original y su traducción tengan la misma extensión.

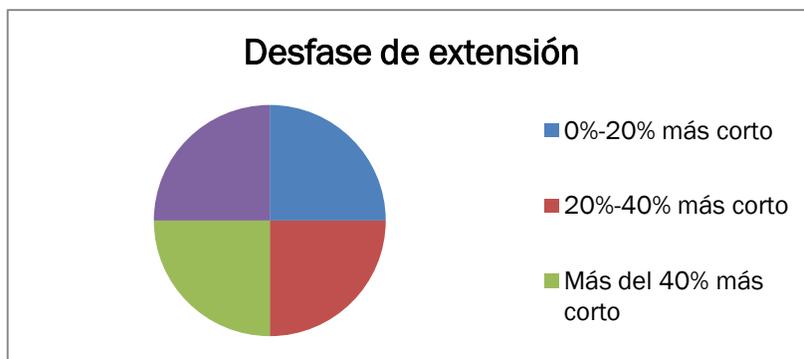


Figura 16. Desfase extensión AS.

#### -Tratamiento de la información AS

El tratamiento de la información<sup>18</sup> se refiere a cómo se ha trasladado la información del texto original a la traducción; si la traducción presenta información que no existía en el original; si presenta información ampliada; o si ha desechado parte de la información que aparecía en el texto original. En la inmensa mayoría de los textos analizados se da más de una forma de tratamiento de la información, puesto que los traductores pueden considerar, por ejemplo, que en un momento determinado de su traducción es necesario desechar información porque esta no es útil para su receptor, y sin embargo, en el siguiente párrafo pueden ampliarla para exponerla de forma más completa, o simplemente para compensar la pérdida de información del párrafo anterior. De este modo, las traducciones en las que su traductor haya decidido eliminar gran parte de la información, presentarán un alto porcentaje de información desechada; por el contrario si decide introducir información de nueva producción, presentará un alto porcentaje de información añadida; y por último, si decide ampliar la información ya existente en el texto original, la traducción manifestará un alto porcentaje de información ampliada. Sin embargo, recordemos que un mismo texto puede contener información tanto desechada, como añadida y como ampliada.

El 41,6% de las traducciones de los textos analizados del diario AS, contienen información añadida (textos número 9, 35, 47, 65 y 83). Esto se debe a que el traductor ha considerado que debía completar la información que aparecía en el texto original para que su traducción cumpliera con las necesidades de sus receptores.

---

<sup>18</sup> Cada uno de los criterios de análisis establecidos para el tratamiento de la información se ha analizado de forma individual, puesto que la mayoría de los textos se encuentran representados en más de un criterio.

Por ejemplo, la traducción del texto 35 relata un encuentro futbolístico de principio a fin, mientras que el original tan solo recoge el resultado del partido y tres detalles más.



Figura 17. Información añadida AS.

El 75% de las traducciones de los textos analizados del diario AS presentan información ampliada (textos número 4, 7, 9, 19, 47, 68, 74, 83 y 35). El traductor decide añadir detalles de información que no aparecen en el texto original porque considera que son necesarios para asegurarse de que sus receptores comprenden la información que se les transmite.

Este es el caso del texto número 7, en el que en el primer párrafo el texto original no recoge el nombre del nuevo equipo del jugador, Al Sadd, mientras que la traducción, sí lo hace.

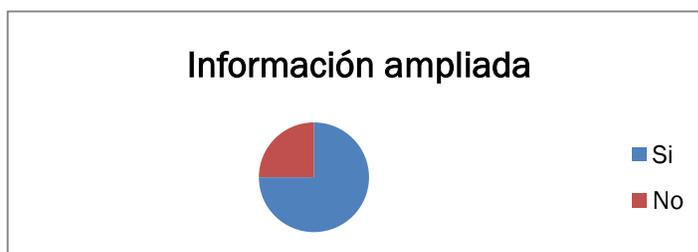


Figura 18. Información ampliada AS.

El 83,3% de las traducciones desechan información que contiene el texto original (textos número 4, 7, 9, 55, 21, 35, 36, 68, 79 y 83). Esto se puede deber a diversas razones. Por un lado, que el traductor considere que esa información no va a resultar necesaria o relevante para sus lectores, o bien que, al traductor se le hayan marcado restricciones de espacio y necesite eliminar información para poder cumplirlas.

Encontramos un ejemplo de este caso en el texto número 68, puesto que toda la información que aparece a partir del primer párrafo del texto original se desecha en la traducción.



Figura 19. Información desechada AS

#### - Técnicas de traducción AS

Las técnicas de traducción<sup>19</sup> hacen referencia a las diferentes estrategias que se llevan a cabo a la hora de traducir un texto. Por lo general, en un mismo texto suelen confluír diversas técnicas de traducción, aunque siempre habrá alguna que predomine sobre las demás. Las técnicas de traducción que encontramos en los textos analizados del diario AS, son: traducción literal, elisión, compensación, amplificación y adaptación. Todas y cada una de estas técnicas, a excepción de la adaptación, se encuentran directamente relacionadas con el tratamiento de la información. Cuando en una traducción predomina la técnica de traducción literal es porque la información se ha conservado intacta en su mayoría; las ocasiones en las que predomina la elisión es signo de que durante la traducción se ha desechado gran parte de la información; sí es la compensación la técnica predominante significa que en una parte del texto se ha desechado información y ahora se está compensando, bien introduciendo la misma información que se desechó, o bien añadiendo información nueva; y por último, cuando encontramos la amplificación como la técnica de traducción más utilizada, se debe a que se ha añadido un alto porcentaje de información de nueva producción, o que se han ampliado en numerosas ocasiones los detalles de la información del texto original. Recordemos que, al igual que sucedía con el tratamiento de la información, en la gran mayoría de los textos se observan más de dos técnicas de traducción.

El 91,6% de los textos analizados utiliza la técnica de traducción literal para llevar a cabo su traducción (textos número 4, 7, 9, 19, 21, 36, 47, 55, 68, 79 y 83). Esta técnica de traducción nos permite obtener un texto equivalente al texto original, que será muy similar en cuanto a forma y contenido.

Un ejemplo de traducción literal podría ser la traducción del primer párrafo del texto 4; el texto español dice: «José Antonio Reyes seguirá vinculado al Sevilla, al menos, dos

<sup>19</sup> Cada una de las técnicas de traducción que se dan en el diario AS, se ha analizado por separado porque en un mismo texto se da, en todas las ocasiones, más de una técnica.

temporadas más», y el traductor lo traslada como: «José Antonio Reyes will continue at Sevilla for at least two more seasons».

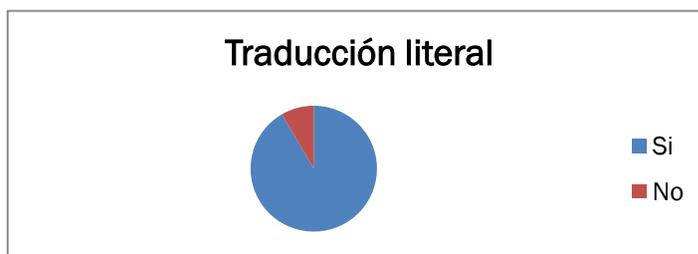


Figura 20. Traducción literal AS.

El 83,3% de las traducciones se ha realizado utilizando la técnica de elisión, entre otras (textos número 4, 7, 9, 21, 35, 36, 55, 68, 79 y 83). Esta técnica permite desechar información del texto original, por ejemplo, para adaptar la traducción a las restricciones de espacio. Cuando se utiliza la elisión como técnica de traducción se obtiene, normalmente, una traducción con una extensión menor a la del texto original.

Un ejemplo perfecto de elisión sería la traducción del texto 21, que reduce todo el contenido del texto original a dos oraciones seleccionando en exclusiva la introducción del texto original y una declaración del protagonista.

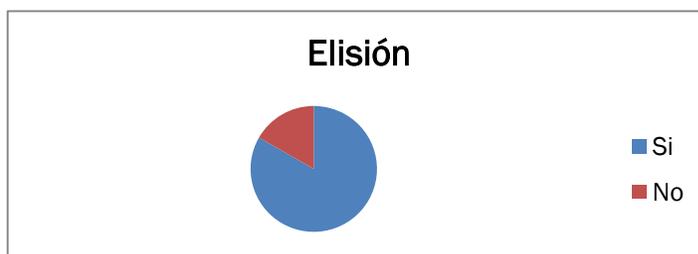


Figura 21. Elisión AS.

El 25% de los textos del diario AS, que se han analizado, ha utilizado la compensación como técnica de traducción (textos número 4, 68 y 83). La compensación permite cambiar el orden de la información de la traducción respecto al orden que tenía en el texto original.

Una muestra de compensación la observaríamos en la traducción número 68, que introduce ya en el cuerpo del texto el lugar y la fecha de nacimiento del entrenador: (Barcelona, 1970), mientras que el texto original contenía esta información inmediatamente después del subtítulo.

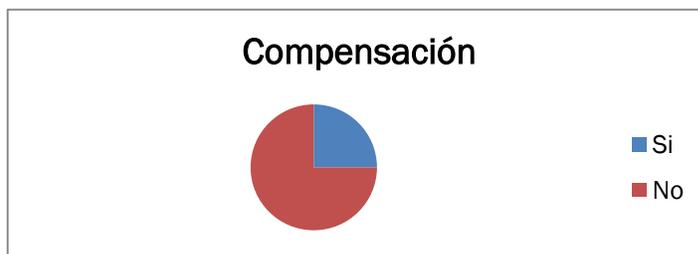


Figura 22. Compensación AS.

El 75% de las traducciones correspondientes a los textos analizados, se han elaborado utilizando la técnica de la amplificación, entre otras (textos número 4, 7, 9, 19, 35, 47, 68, 79 y 83). La amplificación es una técnica que permite tanto añadir detalles a la información original, como incluir información de nueva producción. Gracias a la utilización de esta técnica obtendremos una traducción que podrá resultar más extensa que el original.

Observamos amplificación, por ejemplo, en la traducción del texto 7, que convierte: «[...] "los tres componentes encajan perfectamente"», en: «The three different components came together perfectly for my family and me».



Figura 23. Amplificación AS.

El 16,6% de los textos analizados han utilizado la adaptación como técnica de traducción (textos número 19 y 21). La adaptación consiste en ajustar la traducción a la cultura y a la demanda de los receptores. Esta técnica se emplea en los casos en los que el traductor se ve obligado a reemplazar un elemento cultural propio de la cultura de origen, por otro propio de la cultura meta.

Por ejemplo, en la traducción del texto 19 se sustituye Tottenham por Spurs, porque es un nombre más frecuente en la cultura inglesa.

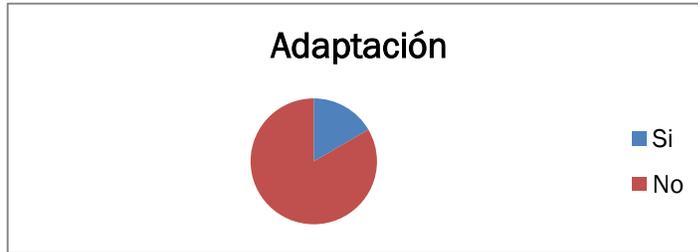


Figura 24. Adaptación AS.

- Autoría de las traducciones AS

En el 100% de los textos analizados para el diario AS, no aparece el nombre del traductor. Hay casos en los que se conserva el nombre del autor del texto original y otros casos en los que este se elimina, y en su caso aparece el nombre del periódico.

En el 83,3% de los textos analizados aparece como autor de la traducción el autor del texto original, y en el 16,6% de los casos este cambia y aparece el nombre del periódico que lo publica, en este caso el diario AS.

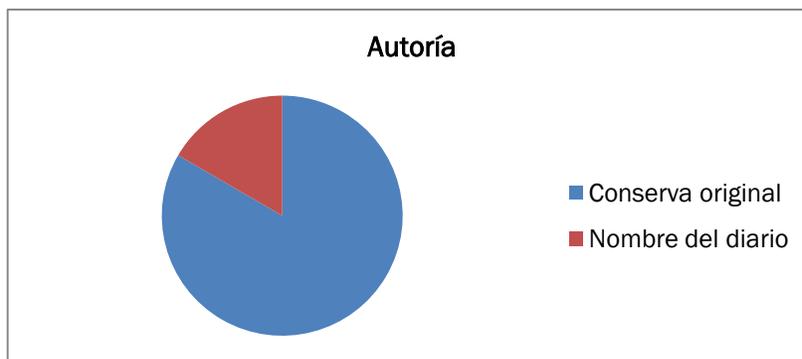


Figura 25. Autoría AS.

## 7.2 Análisis del subcorpus de la publicación MARCA

- Géneros periodísticos MARCA

Respecto al género periodístico al que pertenecen los textos analizados del diario MARCA, destacamos que este no es variado, puesto que el 100% de los textos analizados pertenecen al género informativo.

Hemos clasificado los textos dentro de este género puesto que encontramos que, tanto el autor del texto original como el traductor, se limitan a presentar la información en el texto o a plasmar en él declaraciones de alguna personalidad del mundo del deporte. No aportan ninguna opinión al respecto, ni incluyen elementos creativos o literarios. Estos textos, a pesar

de resultar poco atractivos en cuanto a cuestiones de redacción y estilo, cumplen a la perfección la función más básica y primaria del cualquier tipo de periodismo, que es la de proporcionar al lector una información veraz y relevante para el mundo del deporte sin aportar juicios de valor, tal y como afirma Grijelmo (1997).

Los temas que tratan los textos que pertenecen a este género periodístico son temas muy diversos. Estos textos informan acerca de temas deportivos y de temas no deportivos, pero que en cierto modo, están relacionados con alguna personalidad del mundo del deporte. Los temas de estos textos deportivos versan sobre fichajes y renovaciones de jugadores y entrenadores, nuevas equipaciones de los equipos para la próxima temporada, resultados de los partidos y jugadores lesionados. Por otro lado, aquellos temas que no pertenecen estrictamente al mundo del deporte hablan sobre cuestiones más bien políticas, como la pitada al himno español; reuniones administrativas de los clubes, viajes benéficos de jugadores, e incluso posibles condenas de cárcel.

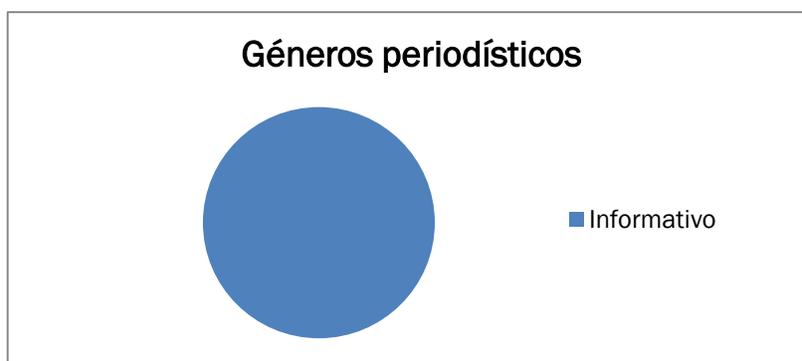


Figura 26. Géneros periodísticos MARCA.

#### - Tipos de texto periodístico deportivo MARCA

En los textos de temática FES seleccionados para el análisis del diario MARCA, distinguimos cuatro tipos de texto periodístico deportivo diferentes.

Aproximadamente el 64,2% de los textos son noticias y todas y cada una de ellas pertenecen al género informativo. Hemos clasificado estos textos como noticias puesto que todos ellos informan sobre hechos que resultan relevantes dentro del ámbito del fútbol español y son del interés de los lectores del diario. Estos textos tratan una amplia gama de temas que se relacionan, directa e indirectamente con el mundo del deporte.

El 7,1% de los textos analizados, es decir, un solo texto, es un reportaje deportivo y este pertenece al género informativo. Este texto recoge la opinión de dos personalidades diferentes del mundo del fútbol español, y eso nos ha llevado a clasificarlos como reportajes.

Combina la información que aporta el periodista con las opiniones o declaraciones de los protagonistas del reportaje. En este texto se trata un tema que no es estrictamente deportivo, sino más bien político.

Otro 7,1% de los textos FES del diario *MARCA* seleccionados para el análisis, mezcla las características de la noticia deportiva y la crónica deportiva. El texto presenta información nueva y además realiza un recorrido por la historia de la equipación del Real Madrid CF. Por este motivo no hemos podido definir concretamente qué tipo de texto periodístico es.

Aproximadamente el 21,4% de los textos del diario *MARCA* escogidos para el análisis mezclan características de la noticia y el reportaje. Estos textos pertenecen al género informativo y no presentan ningún tipo de texto periodístico deportivo definido puesto que presentan elementos de dos tipos diferentes, ya que combinan las declaraciones de los protagonistas con elementos propios de una noticia deportiva. Tratan temas tales como fichajes de un nuevo jugador y sus declaraciones, o resultados de partidos que suponen un ascenso a primera división.

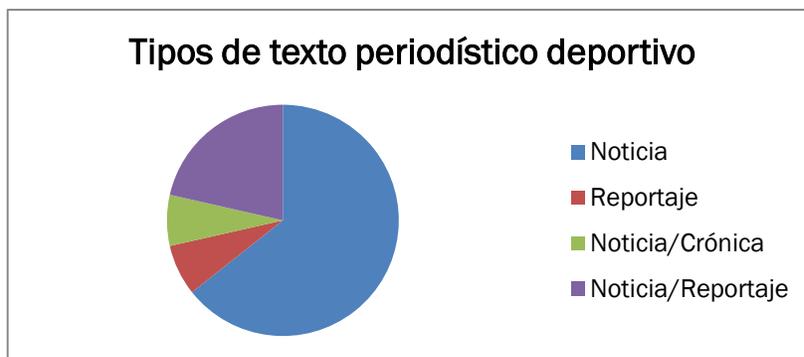


Figura 27. Tipos de texto periodístico *MARCA*.

#### - Encabezamiento *MARCA*

En el diario *MARCA*, encontramos tres maneras diferentes de actuar frente a la traducción del encabezamiento. Uno de ellas es mantener el mismo encabezamiento que el texto original, es decir, transmitir la misma información, pero con modificaciones; la segunda es mantener el encabezamiento original tal y como se encontraba en el texto original, es decir, misma estructura y misma información; por último, observamos que hay también textos que cambian por completo el encabezamiento del texto original por uno de nueva producción.

El encabezamiento del texto original se traslada fielmente a la traducción aproximadamente en el 64,2% de los textos FES analizados. En estos casos, encontramos en

el encabezamiento de la traducción un equivalente lingüístico al encabezamiento del texto original, que conserva totalmente el significado y la estructura.

Un claro ejemplo de este caso podría ser el encabezamiento del texto número 5, el texto original dice: «Cardenal califica de "penosas" las declaraciones» y la traducción lo reproduce fielmente: «Cardenal describes his statements as "an embarrassment"».

En el 28,5% de los textos analizados del diario MARCA, el encabezamiento del texto original se sustituye por uno nuevo en la traducción. Esto se debe, por norma general, a cuestiones de adaptación cultural. El traductor puede considerar que el encabezamiento original no va a resultar relevante para los receptores de su traducción, o que estos no lo van a entender, y decide cambiarlo por uno nuevo, que se adapte a las necesidades de sus receptores.

Esto ocurre por ejemplo, con el encabezamiento del texto número 10, el texto original recoge la siguiente información: «Es el central que quiere Mancini», y la traducción, por su parte utiliza información sacada de otro diario: « "Calciomercato" say Inter interested in the centre-back».

Aproximadamente el 7,1% de los textos seleccionados para el análisis del diario MARCA, es decir, un solo texto; conserva y transmite la misma información en su encabezamiento que el texto original, pero con modificaciones. Estas modificaciones se deben a que la traducción añade detalles nuevos, que suelen ser aclaratorios.

Observamos esto de forma muy clara en el encabezamiento del texto número 22, mientras el texto original reza: «Ve difícil que el técnico le pida que siga», la traducción transforma este mensaje en: «Barça defender looks to new horizons».



Figura 28. Encabezamiento MARCA.

- Título *MARCA*

En cuanto al tratamiento de los títulos de los textos seleccionados del diario *MARCA*, observamos que hay una tendencia generalizada a reproducirlos fielmente en la traducción, sin embargo, no es la única opción que se lleva a cabo cuando se traducen los títulos de los textos.

En el 57,1% de los textos analizados el título original se conserva en la traducción, se reproduce fielmente la información que este contiene y no se realizan cambios respecto a la estructura o la expresión, más allá de aquellos que son estrictamente imprescindibles cuando se traslada un significado de un idioma a otro.

El título del texto número 27 resulta un buen ejemplo de este caso, el título del texto original es: «Durante su visita a la Habana», y en la traducción se reproduce fielmente con la siguiente oración: «On a visit to Havana».

El 35,7% de los títulos originales de los textos analizados ha cambiado por completo en la traducción. Estos cambios se deben a que el traductor considera que la información que contenía el título del texto original, no va a despertar la atención de los lectores de su traducción, y decide cambiarla por otra que, según su criterio, vaya a atraer a sus lectores.

Para ejemplificar este caso recurrimos al título del texto número 18, mientras el texto original habla de un parque: «El Atlético, en el parque de Jianlin», la traducción habla de promesas: «Atlético keep their Eastern promises».

El 7,1% de los títulos que aparecen en los textos de fútbol español del diario *MARCA* presenta modificaciones respecto al título del texto original. Estas modificaciones se pueden producir añadiendo detalles en la traducción porque el traductor determine que su receptor necesitará una información más completa, o desechando detalles del título original en la traducción porque el traductor considere que no son necesarios en su texto.

En el título del texto original número 5 observamos que se dice que la pitada fue monumental: «Me divirtió que el Estado no lograra evitar una pitada monumental», pues bien, debido a que esta es una expresión propia del idioma español, el traductor lo soluciona en el texto inglés afirmando que la gente no podía parar de pitar: «It was pretty funny that the state couldn't stop the whistling».

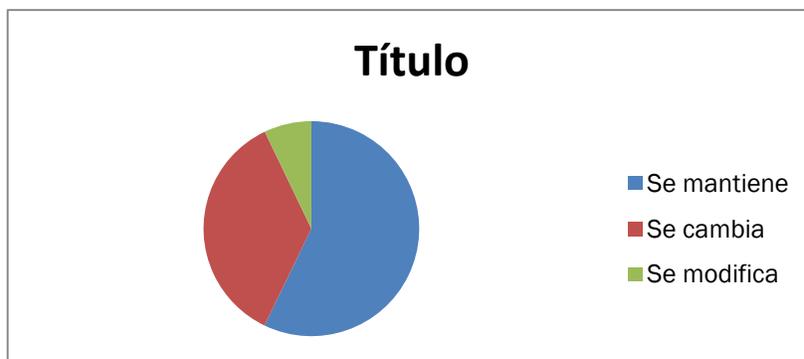


Figura 29. Título *MARCA*.

#### - Subtítulo *MARCA*

En los textos seleccionados para el análisis del diario *MARCA*, observamos diferentes procedimientos que se llevan a cabo a la hora de enfrentarse a la traducción del subtítulo e incluso encontramos que, cuatro de los textos originales analizados no contiene subtítulo y en la traducción no se añade, esto representa el 28,5% de los textos.

El 21,4% de los subtítulos que aparecen en los textos seleccionados para el análisis del diario *MARCA*, se trasladan fielmente en la traducción. Aportan a la traducción la misma información que aportaba el título original en el texto en español, y conservan la misma estructura.

Por ejemplo, esto sucede con el subtítulo del texto número 35, el original afirma que el jugador, Nicolás Otamendi no solo no ha despejado las dudas sobre su futuro, sino que las ha incrementado: «Lejos de despejar algunas dudas sobre su futuro, el central argentino Nicolás Otamendi aumentó las dudas que se ciernen sobre su interés en continuar en el Valencia la próxima temporada», y la traducción contiene exactamente la misma información y mantiene la misma estructura: «Far from dispelling doubts about his future, Argentine centre-back Nicolás Otamendi has sent the rumour mill into overdrive with speculation about a possible move from Valencia».

Otro 21,4% de los textos elimina el subtítulo que contenía el texto original, probablemente por no resultar relevante para los receptores de la traducción.

Este sería, por ejemplo, el caso del subtítulo del texto número 13, que hablaba de cuáles habían sido los colores que se habían sucedido en las equipaciones del Real Madrid C.F y la traducción no recoge esta información.

Un 14,2% de las traducciones analizadas, cambian el subtítulo del texto original por un nuevo subtítulo. Este procedimiento se lleva a cabo cuando el traductor considera que el subtítulo original no es acertado para sus receptores, y decide cambiarlo por uno nuevo.

Así, el subtítulo original del texto número 7: «Él desea tener más minutos y protagonismo, pero el Barcelona no quiere desprenderse de él», se convierte en: «The London side managed by Mauricio Pochettino, the former Espanyol boss, are interested in Marc Bartra».

El 7,1% de los textos analizados modifica el subtítulo en la traducción. La causa que lleva al traductor a modificar este subtítulo, se debe a que este considera que se deben añadir ciertos detalles para que la información que contiene el subtítulo resulte más completa para los receptores de su traducción.

El subtítulo original del texto número 18 no incluye información acerca de la fecha exacta de la junta directiva del Atlético de Madrid a Pekín, mientras la traducción sí lo hace.

Las traducciones analizadas, añaden un subtítulo de nueva producción en el 7,1% de los textos analizados; un solo caso. Esto se debe a que el traductor determina que añadir un subtítulo a modo de introducción, es necesario para que sus receptores comprendan mejor el texto.

Este sería el caso de la traducción del texto número 34, que pone en situación al lector introduciendo ligeramente el tema: «The former Spain international Juanele continues to make headlines for the wrong reasons».

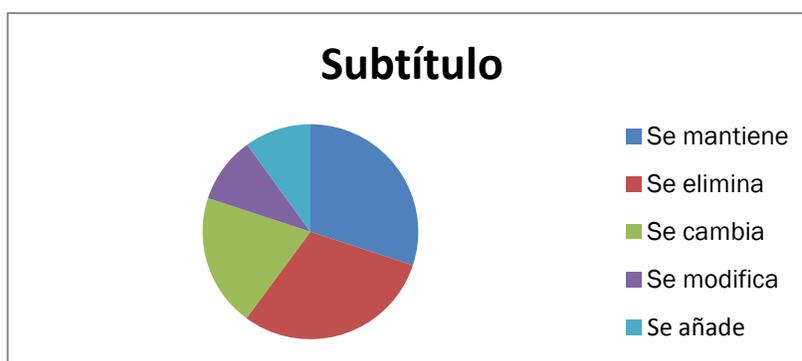


Figura 30. Subtítulo MARCA.

- Cambios en la distribución de la información MARCA

Observamos que en la gran mayoría de las traducciones analizadas, no se producen cambios en la distribución de la información respecto a cómo esta aparecía distribuida en el texto original. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje de casos en los que sí se producen

cambios en la distribución de la información, y esto se debe a que en un determinado momento del proceso de traducción, el traductor encuentra imposible introducir cierta información en su traducción, en el mismo lugar que esta ocupaba en el texto original, y decide incluirla en otra parte del texto.

El 71,4% de los textos analizados no presenta en sus traducciones cambios en la distribución de la información, sin embargo, el 28,6% de estos textos sí los presenta.

Por ejemplo, el texto original número 13 expone en primer lugar los diferentes colores que ha vestido el Real Madrid CF, para más tarde explicar las razones de estos cambios de tonalidades y en su traducción esta información aparece ordenada al contrario.



Figura 31. Distribución de la información MARCA.

#### - Extensión MARCA

Como ya hemos mencionado anteriormente, la extensión se refiere al desfase de extensión que hay entre los textos originales y sus traducciones, es decir, cuanto más larga o más corta es una traducción respecto del texto original. Recordemos que, los textos seleccionados se clasificaban según unos parámetros de desfase de extensión previamente establecidos, y que se seleccionaron tres textos de cada uno de los parámetros.

El 21,4% de los textos son aquellos en los que la traducción presente una extensión entre un 0% y un 20% menor que la del texto original (textos número 10, 27 y 39). En estos casos, se debe a que durante el proceso de traducción desechan ciertos pequeños detalles que aparecían en el texto original, o simplemente a que el inglés es una lengua cuya expresión es bastante más escueta que la expresión española. Esta diferencia de extensión entra dentro del desfase normal que se produce entre un texto en español y su traducción en inglés.



Figura 32. Ejemplo del texto 10 y su traducción. El texto inglés es un 1% más corto.

Los textos en los que la traducción es entre un 20% y un 40% más corta que el texto original (textos número 28, 35 y 50), representan otro 21,4%, en estos casos también puede ser debido a que se hayan desechado ciertos detalles de la información o incluso partes completas de la información, o simplemente se deba a las diferencias lingüísticas que existen entre ambas lenguas, por lo tanto, este grupo sigue cumpliendo el desfase de extensión habitual entre el español y el inglés.

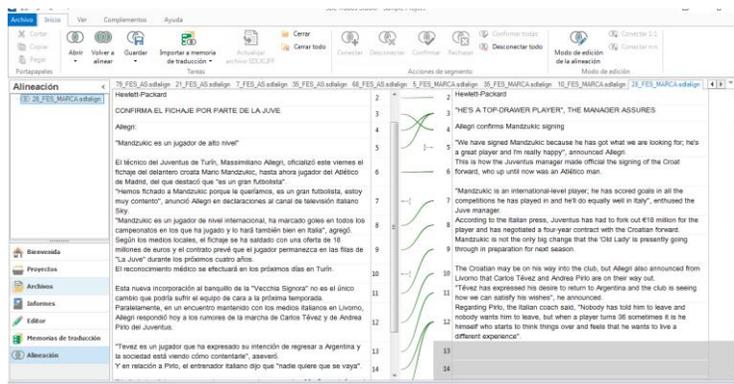


Figura 33. Ejemplo del texto 28 y su traducción. El texto inglés es un 21% más corto.

Otro 21,4% de los textos analizados representa aquellos textos en los que su traducción es más corta y presenta un porcentaje de desfase mayor del 40% (textos número 13, 18 y 34). Este parámetro de desfase de extensión no se encuentra dentro del desfase normal, y se debe a que gran parte de la información del texto original se ha desechado en la traducción.

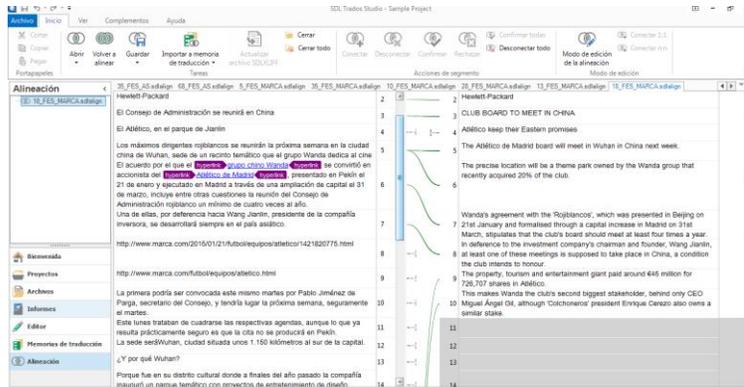


Figura 34. Ejemplo del texto 18 y su traducción. El texto inglés es un 70% más corto.

Otro parámetro de desfase que no se considera normal entre un texto original español y su traducción al inglés, es el que representan otro 21,4% de los textos analizados. Las traducciones de estos textos son más largas que los textos originales (textos número 5, 7 y 37).

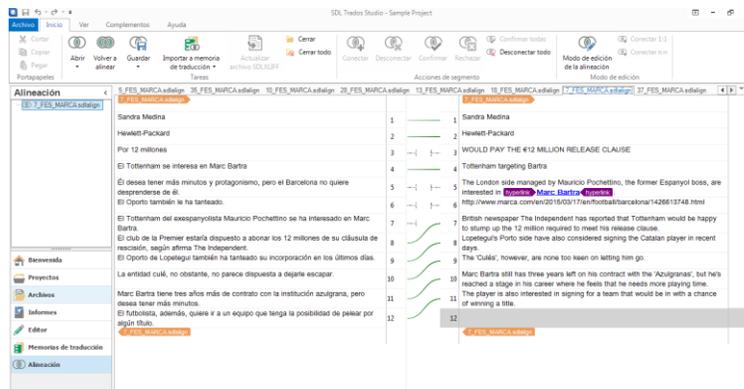


Figura 35. Ejemplo del texto 7 y su traducción. El texto en inglés es un 2% más largo.

El parámetro de desfase establecido en el que el texto original y su traducción tenían la misma extensión, representa un 14,2% de los textos del diario MARCA (textos 22 y 54).

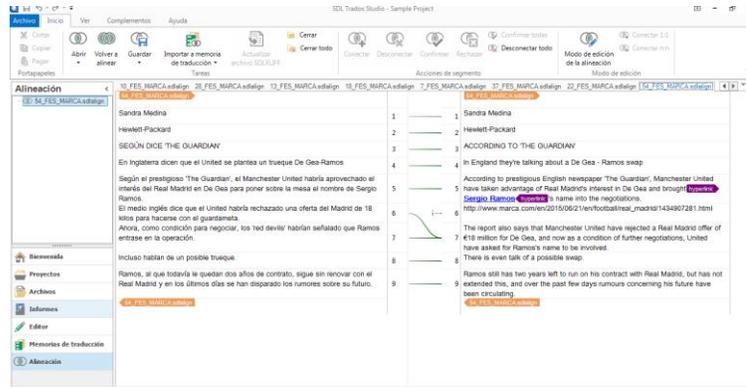


Figura 36. Ejemplo del texto 54 y su traducción. El texto inglés es igual que el original.

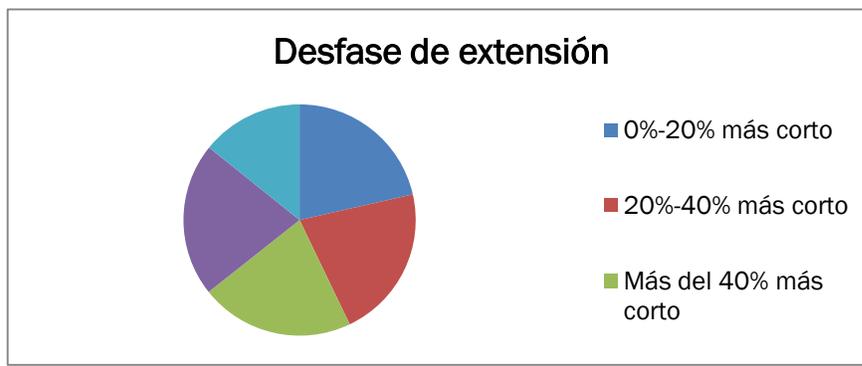


Figura 37. Desfase extensión MARCA.

#### - Tratamiento de la información MARCA

El tratamiento de la información<sup>20</sup> se refiere a cómo se ha trasladado la información del texto original a la traducción, es decir, si la traducción presenta información añadida, que no existía en el original; si presenta información ampliada; o si ha desechado parte de la información que aparecía en el texto original. Recordemos que, tal y como ya hemos mencionado en el análisis del diario anterior, en casi todos los textos vamos a encontrar más de una forma de tratamiento de la información, y que en las ocasiones en las que se elimine mucha información tendremos un alto porcentaje de información desechada; en las que se introduzca información nueva observaremos un elevado grado de información añadida; y en las que se amplíe la información ya existente, obtendremos una alta cifra de información ampliada.

<sup>20</sup> Cada uno de los criterios de análisis establecidos para el tratamiento de la información se ha analizado de forma individual, puesto que la mayoría de los textos se encuentran representados en más de un criterio.

El 14,2% de las traducciones de los textos analizados del diario *MARCA*, contienen información añadida (textos número 18 y 34). Esto se debe a que el traductor ha considerado que debía completar la información que aparecía en el texto original para que su traducción cumpliera con las necesidades de sus receptores.

En la traducción del texto 34 se habla de que el jugador sigue ocupando titulares por malos motivos: «The former Spain international Juanele continues to make headlines for the wrong reasons», y dicha información no se recoge en el texto original.



Figura 38. Información añadida *MARCA*.

El 7,1% de las traducciones de los textos analizados del diario *MARCA*, presentan información ampliada. El traductor decide añadir detalles de información que no aparecen en el texto original porque considera que son necesarios para asegurarse de que sus receptores comprenden la información que se les transmite.

Es el caso del texto número 7, en el que la traducción añade la nacionalidad de la fuente de la cual se ha obtenido la información principal del texto, mientras el texto original no alberga dicha información: «British newspaper The Independent [...]».



Figura 39. Información ampliada *MARCA*.

El 64,2% de las traducciones desechan información que contiene el texto original (texto número 7, 13, 18, 22, 28, 34, 35, 39 y 50), esto se puede deber a diversas razones. Por un lado, que el traductor considere que esa información no va a resultar necesaria o relevante para sus lectores, o bien que, al traductor se le hayan marcado restricciones de espacio y necesite eliminar información para poder cumplirlas.

Observamos, por ejemplo, que el texto original 28 aporta información sobre el reconocimiento médico del jugador: «El reconocimiento médico se efectuará en los próximos días en Turín», y esta información no se encuentra en el texto original.



Figura 40. Información desechada *MARCA*.

#### - Técnicas de traducción *MARCA*

Las técnicas de traducción<sup>21</sup> hacen referencia a las diferentes estrategias que se llevan a cabo a la hora de traducir un texto. Por lo general, en un mismo texto suelen confluír diversas técnicas de traducción, aunque siempre habrá alguna que predomine sobre las demás. Las técnicas de traducción que encontramos en los textos analizados del diario *MARCA*, son: traducción literal, elisión, compensación, amplificación y adaptación. Recordemos brevemente lo que hemos expuesto en el análisis anterior; en la mayoría de los textos se dan más de dos técnicas de traducción al mismo tiempo, y dichas técnicas están relacionadas con el tratamiento de la información: la traducción literal se produce cuando no se añade, ni amplía, ni se desecha información; la elisión cuando se desecha, la compensación bien por desechar o bien por añadir información nueva; y la amplificación cuando se añade información nueva o se amplía la que ya contiene el texto original.

El 100% de los textos analizados utiliza la técnica de traducción literal para llevar a cabo su traducción. Esta técnica de traducción nos permite obtener un texto equivalente al texto original, que será muy similar en cuanto a forma y contenido.

Para ejemplificar la técnica de traducción literal, recurrimos al tercer párrafo del texto número 22, el texto original reza: «En ese supuesto, la cláusula sería de 25 ‘kilos’», y el texto traducido traslada esta información del mismo modo: «[...] in which case the clause would stand at €25 million»

---

<sup>21</sup> Cada una de las técnicas de traducción que se dan en el diario *MARCA*, se ha analizado por separado porque en un mismo texto se da, en todas las ocasiones, más de una técnica.



Figura 41. Traducción literal MARCA.

El 71,4% de las traducciones se ha realizado utilizando la técnica de elisión, entre otras (texto número 5, 7, 13, 18, 50, 22, 20, 34, 35 y 39). Esta técnica permite desechar información del texto original, por ejemplo, para adaptar la traducción a las restricciones de espacio. Cuando se utiliza la elisión como técnica de traducción se obtiene, normalmente, una traducción con una extensión menor a la del texto original.

Utilizamos el texto 50 para ejemplificar la técnica de elisión, puesto que su original narra un partido de principio a fin, y la traducción resume este contenido en tres párrafos.

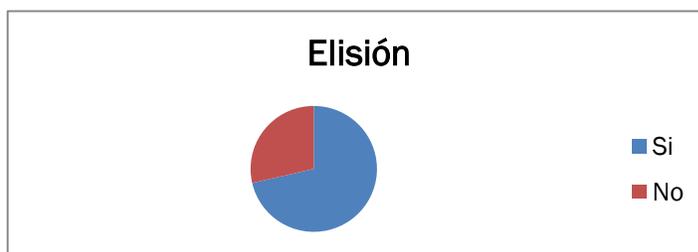


Figura 42. Elisión MARCA.

El 28,5% de los textos del diario MARCA, que se han analizado, ha utilizado la compensación como técnica de traducción (textos 7, 10, 13 y 28). La compensación permite cambiar el orden de la información de la traducción respecto al orden que tenía en el texto original.

En el caso del texto número 10, la información que contiene el título del texto original: «El Inter quiere a Miranda, según 'Calciomercato'», se reproduce en el encabezamiento de la traducción: «"Calciomercato" say Inter interested in the centre-back».

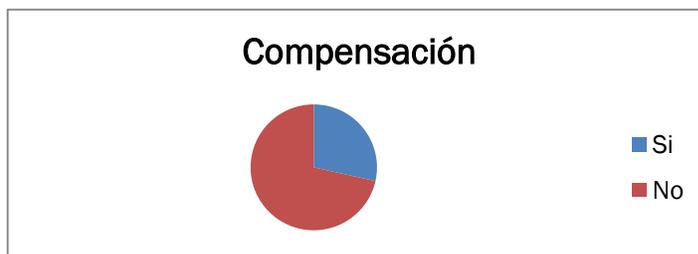


Figura 43. Compensación MARCA.

El 21,4% de las traducciones correspondientes a los textos analizados, se han elaborado utilizando la técnica de la amplificación, entre otras (textos número 7, 34 y 18). La amplificación es una técnica que permite tanto añadir detalles a la información original, como incluir información de nueva producción. Gracias a la utilización de esta técnica obtendremos una traducción que podrá resultar más extensa que el original.

Por ejemplo, el texto traducido 18 describe a Enrique Cerezo como el presidente de los Colchoneros, y el texto original tan solo nombra al presidente.



Figura 44. Amplificación MARCA.

Otro 21,4% de los textos analizados han utilizado la adaptación como técnica de traducción (3, 35 y 37). La adaptación consiste en ajustar la traducción a la cultura y a la demanda de los receptores. Esta técnica se emplea en los casos en los que el traductor se ve obligado a reemplazar un elemento cultural propio de la cultura de origen, por otro propio de la cultura meta.

En el texto 35, por ejemplo, aparece el nombre del programa que le hace la entrevista al jugador en el texto original: «ESPN», y sin embargo, en la traducción solo aparece el nombre de la emisora: «Cadena SER».

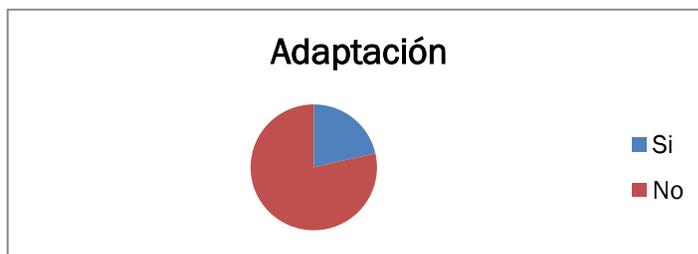


Figura 45. Adaptación *MARCA*.

#### - Autoría de las traducciones *MARCA*

En el 100% de los textos analizados para el diario *MARCA*, no aparece el nombre del traductor. Hay casos en los que se conserva el nombre del autor del texto original y otros casos en los que este se elimina, y aparece simplemente la fecha. En todas las traducciones del *MARCA*, podremos ver el nombre de la empresa de traducción –Virtua MC S.L – que se encarga de traducir los textos originales, si vamos al final de la página.

En el 50% de los textos analizados aparece como autor de la traducción el autor del texto original, y en el otro 50% de los casos este se elimina.

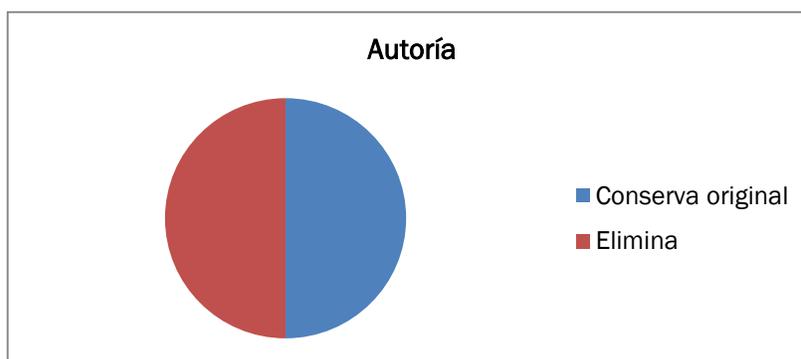


Figura 46. Autoría *MARCA*.

## 8. Resultados

Ahora que ya conocemos cuáles son las tendencias generales que sigue cada uno de los diarios respecto a los criterios de análisis establecidos, nos proponemos extrapolar estos resultados y exponer cómo se lleva a cabo el proceso de traducción inversa en estos dos diarios deportivos españoles, al mismo tiempo que, evidenciamos las diferencias y similitudes que existen entre ambos.

Tanto en el diario *AS* como en el diario *MARCA* observamos una clara preferencia por traducir textos que pertenecen al género informativo, pues en el caso del diario *AS* solo

encontramos un texto que no corresponda a este género, y en el caso del diario *MARCA* ninguno.

Ambos diarios presentan una tipología textual variada, aunque no la misma. El diario *AS* recoge noticias, reportajes, crónicas y un texto que es una combinación de estas dos últimas. Por su parte *MARCA* presenta tan solo dos tipos textuales bien diferenciados, la noticia y el reportaje, y también contiene textos que mezclan elementos propios de la noticia tanto con elementos de la crónica como con elementos del reportaje.

En lo referente al encabezamiento de los textos, el *AS* tiende a modificarlo en la mayoría de sus traducciones y *MARCA* prefiere mantenerse fiel al original. Sin embargo, encontramos que *MARCA* realiza en las traducciones una transformación completa del encabezamiento original con mucha más frecuencia que el diario *AS*.

Estos dos periódicos deportivos conservan, por norma general, en sus traducciones el mismo título que el texto original, pero puestos a que este varíe, de nuevo el *MARCA* prefiere cambiarlo por completo, mientras que el *AS* realiza modificaciones en base al original.

En el caso del subtítulo, la primera tendencia del diario *AS* es mantenerlo en la traducción tal y como aparecía en el texto original, pero asimismo, lo modifica con frecuencia. En las ocasiones en las que el texto original no alberga ningún subtítulo, el diario *AS* suele añadir uno de producción original en la traducción. Estos dos diarios coinciden en la primera tendencia de actuación frente al subtítulo, pero el diario *MARCA* presenta un elevado porcentaje de casos en los que elimina el texto original de la traducción. En los casos en los que el texto original no contiene subtítulo, el diario *MARCA* lo añade, de modo que todas sus traducciones presentan un subtítulo, cosa que no sucede en todos los textos del diario *AS*. Encontramos que el diario *MARCA* también cambia por completo el subtítulo original en diversas ocasiones, de hecho cambia el subtítulo original de forma radical, con más frecuencia que lo modifica.

En las traducciones que producen estos dos periódicos la información acostumbra a aparecer dispuesta en el mismo orden que tenía en el texto original. Incluso en los casos en los que la traducción elimina información, suele distribuir aquella que conserva guardando el orden del texto original.

Respecto al tratamiento de la información, tanto el diario *AS* como el *MARCA* añaden información de nueva producción en muchas menos ocasiones de las que sí lo hacen. El diario *AS* recurre con más frecuencia a la ampliación de la información en la traducción, el diario *MARCA*, sin embargo prefiere no conservarla. Por lo tanto, el diario *AS* modifica su traducción en base a la información que aparece en el texto original y el *MARCA* desecha aquella que no le es útil, en lugar de adaptarla.

Las técnicas de traducción más frecuentes son las mismas en los dos diarios, pero estos presentan diferencias en cuanto a la frecuencia con que utilizan cada una de ellas. La traducción literal es la técnica de traducción predominante, seguida por la elisión, en ambos casos. Sin embargo, el diario *MARCA* realiza más cambios en la distribución de la información y, por lo tanto, tiende a utilizar la técnica de compensación más que el *AS*. Este sin embargo, prefiere utilizar la amplificación de la información, técnica que el *MARCA* utiliza con bastante menos regularidad. Tanto el diario *AS* como el *MARCA* utilizan la técnica de adaptación en contadas ocasiones.

Como ya hemos mencionado anteriormente, el tratamiento de la información influye de forma directa en las técnicas de traducción, por este motivo la tendencia general del diario *AS* de mantener, modificar y ampliar la información hace que las técnicas más utilizadas para la traducción de sus textos sean la traducción literal, la elisión y la amplificación; del mismo modo que, la tendencia general del diario *MARCA* por mantener, cambiar o eliminar la información provoca que las técnicas de traducción predominantes para este diario sean la traducción literal, la elisión y la compensación.

Ninguno de los dos diarios muestra abiertamente a sus lectores que el texto que van a recibir en lengua inglesa es una traducción de un texto original en español. Es más, el diario *AS*, conserva en la mayoría de los casos el autor del texto original como autor de la traducción. Esto también ocurre, aunque con menos frecuencia, con los textos del *MARCA*. Sin embargo, cuando se decide no conservar el autor original, el *AS* opta por incluir el nombre del diario como autor de la traducción, mientras el *MARCA*, simplemente lo elimina. La diferencia más clara que presentan estos periódicos en lo que respecta al tema de la autoría de las traducciones, es que el diario *MARCA*, da una pista a sus lectores, aunque de forma muy camuflada, de que sus textos en inglés están elaborados por una empresa de traducción, y el *AS*, por su parte, no presenta ningún elemento que pueda hacer pensar que los textos que publican en la edición en inglés son traducciones.

A pesar de que ambos diarios siguen unas tendencias generales que se cumplen en la mayoría de los textos, en ocasiones también producen traducciones que poco o nada tienen que ver con el texto original.

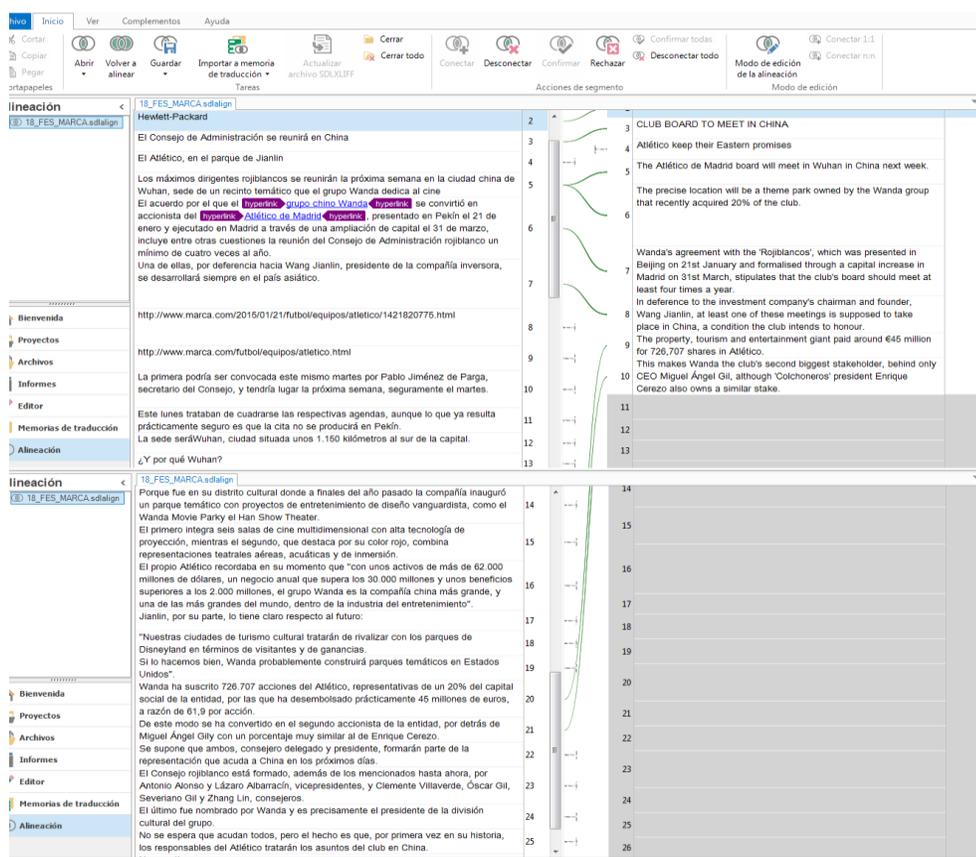


Figura 47. Ejemplo alineación MARCA donde la traducción tiene una extensión un 70% menor que el texto original.

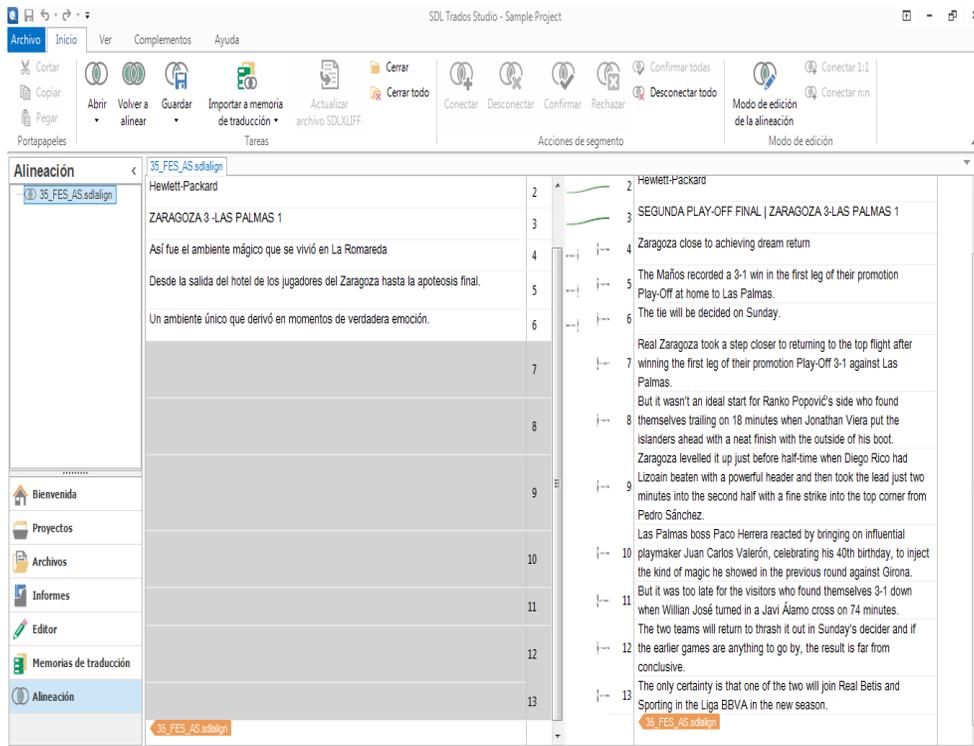


Figura 48. Ejemplo alineación AS donde la traducción tiene una extensión un 518% mayor que el texto original.

Por un lado, encontramos casos en los que la traducción llega a reducir la información que contenía el texto original a menos de la mitad, que utilizan la elisión como técnica de traducción principal. Y por otro lado, también encontramos traducciones que realizan el proceso a la inversa, es decir, que se nutren de otras fuentes además del texto original y llegan a producir una traducción infinitamente más extensa que el texto original, en estos casos utilizan la amplificación como técnica de traducción principal.

## CONCLUSIONES

Una vez analizado el contenido teórico-práctico que contiene el presente Trabajo de Fin de Grado expondremos, de acuerdo a los objetivos establecidos, las conclusiones derivadas del mismo. Recordemos que la finalidad principal de este trabajo ha sido descubrir cómo se lleva a cabo el proceso de traducción inversa de los textos periodísticos deportivos que se publican en las ediciones electrónicas de los diarios deportivos AS y MARCA.

Tanto el diario deportivo AS, como el diario deportivo MARCA, comenzaron a producir ediciones electrónicas en inglés de sus noticias para así contestar a la demanda que llegaba desde diferentes partes del mundo; pues el deporte español comenzó a despertar el interés de

personas de todos los rincones del planeta. La inmensa mayoría de los textos deportivos que se traducen son de temática futbolística, puesto que el fútbol se considera hoy en día un deporte de masas. El mundo del fútbol suscita un gran interés no solo por razones deportivas, sino también por razones económicas.

Como es de imaginar, estos periódicos no traducen todas las noticias que contienen, sino que las seleccionan en función del interés que puedan despertar en sus lectores extranjeros. La mayoría de los textos que se traducen son noticias relacionadas con fichajes, encuentros futbolísticos y demás temas que envuelven a cualquier equipo de fútbol. Las noticias que se traducen pertenecen, casi exclusivamente, al género informativo, puesto que es el género más recomendable en la traducción periodística, ya que no incluye ningún tipo de opinión personal ni está impregnado del estilo propio del periodista.

Es evidente, que los dos periódicos pretenden elaborar una traducción cuyo resultado sea un texto en inglés equivalente al texto original, puesto que en ninguno de los dos casos percibimos que se utilicen los mecanismos de traducción necesarios para obtener una traducción libre. Es decir, encontramos que en la gran mayoría de las traducciones del AS y del MARCA, se mantienen los elementos del texto, como el título, conservando la misma información, expresión y forma que presentaban en el texto original. Cuando se dan diferencias, por ejemplo culturales, que imposibilitan la fiel reproducción del contenido del texto de origen en la traducción, el diario AS prefiere la modificación, que al fin y al cabo conserva la esencia del original; sin embargo, el diario MARCA opta por transformarlo por completo.

Las traducciones publicadas en ambos diarios muestran una gran fidelidad por el texto original y, en la mayoría de los casos, lo reproducen fielmente. Esto es posible gracias a que la mayoría de las traducciones se llevan a cabo utilizando la traducción literal como técnica de traducción principal. Sin embargo, hay ciertas ocasiones en las que se elaboran traducciones que lo único que tienen en común con el texto original es el tema que tratan, puesto que el traductor considera necesario transformarlas para adaptarlas a las necesidades de sus receptores.

Entendemos que a la hora de realizar las traducciones, los traductores de AS y los traductores de MARCA, han de enfrentarse a sendas limitaciones de espacio, ya que, desechan información que aparece en el cuerpo del texto original con mucha frecuencia. La información que desechan, por otro lado no suele ser información de gran importancia, pues en su mayoría son pequeños detalles que no alteran en ningún caso el significado del texto. En las ocasiones en las que es necesario incluir más información en la traducción, para favorecer a sus receptores, el diario AS, opta en la mayoría de las ocasiones, por ampliar la información

ya existente del texto original, mientras que el diario *MARCA*, prefiere añadir información de nueva producción.

Sin embargo, a pesar de desechar una gran parte de la información, la técnica de traducción predominante es, en ambos diarios, la traducción literal porque la cantidad de información que se conserva supera con creces a la cantidad de información que se desecha, y esto nos hace de nuevo ver que existe un compromiso —por parte de los dos periódicos— de fidelidad para con el texto original.

Como ocurre con toda traducción, las traducciones de estos diarios se realizan pensando en satisfacer las necesidades del público al que van dirigidas. Por lo tanto, solo contienen información que pueda ser de interés para sus receptores y se realizan intentando en todo momento, adaptarlas a la lengua y a la cultura de llegada, realizando los cambios que sean necesarios para que el receptor acepte la traducción como si fuera un texto original.

Teniendo en cuenta que, la fidelidad y la credibilidad son unos de los valores más importantes del periodismo, resulta lógico concluir que, a través de estas traducciones se pretende que sus lectores tengan la sensación de estar leyendo un periódico que se ha producido originalmente en lengua inglesa. De modo que si el lector no se percatara de que son traducciones, será prueba de que el traductor ha realizado un trabajo de gran calidad.

A lo largo de todo este TFG, hemos observado que la información que existe acerca de la traducción inversa tanto de prensa general, como de prensa de temática deportiva, es muy escasa por no decir casi nula. Por ello, creemos que este trabajo podría servir como punto de partida para una investigación más extensa y precisa, ya que cada vez son más los periódicos que deciden sacar adelante ediciones en otros idiomas, y consideramos que es un tema muy interesante para el mundo de la traducción, que merece ser estudiado.

## BIBLIOGRAFÍA

ABC. «La muerte de los periódicos llegará a partir de 2017». ABC [en línea]. 3 de noviembre de 2010. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://www.abc.es/20101103/medios-redes/periodicos-desaparicion-201011031027.html>

Agencia EFE. Recuperado el 25 de junio de 2015, de <http://www.efe.com/efe/espana/1#>

Alcoba, A. (1999). *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- Alcoba, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid, Ediciones Cort.
- Álex Grijelmo, (s.f). En Wikipedia. Recuperado el 24 de mayo de 2015, de [https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81lex\\_Grijelmo](https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81lex_Grijelmo)
- APA. (2015). *Normas APA*. Recuperado el 15 de julio de 2015, de: <http://normasapa.com/>
- Avanti. (s.f). *Producción científica*. Recuperado el 28 de junio de 2015, de <http://www.ugr.es/~avanti/produccion.html>
- Baker, M . (1995). «Corpora in translation studies: An overview and some suggestions for future research». *Target*, Volumen 7, pp. 223-243.
- Beeby, A. (1993). *Teaching Translation from Spanish to English*. Ottawa, University of Ottawa Press.
- Bernabeu, N. (2002). *Breve historia de la prensa*. Recuperado el 29 de octubre de 2015, de: <http://www.quadraguinta.org/documentos-teoricos/cuaderno-de-apuntes/brevehistoriaprensa.html>
- Bernardi, M.T. y Bergero, F. (2006). *Los géneros periodísticos: apuntes para una taxonomía propia*. Recuperado el 2 de noviembre de 2015, de: <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/generos.htm>
- Berrocal, S. y Maribona-Rodríguez, C. (1998). *Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid, Editorial Universitas.
- Biblioteca Nacional de Chile. (s.f) *Historia de la prensa*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de [http://saladeprensa.salasvirtuales.cl/historia\\_prensa.php](http://saladeprensa.salasvirtuales.cl/historia_prensa.php)
- Boyton, R.S. (2005). *The new journalism*. Recuperado el 29 de octubre de 2015, de: <http://www.newnewjournalism.com/index.htm>
- Bustos, J.M, Cortés, C. y Hernández, M.J. (2005). *La traducción periodística*. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.
- Campbell, S (1998). *Translation into the second language*. Londres, Longman.
- Carvajal, L. (2013). *El método deductivo de investigación*. Recuperado el 25 de julio de 2015, de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Centro Virtual Cervantes (2015). *Diccionario de términos clave ELE*. Recuperado el 27 de octubre de 2015, de [http://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/indice.htm](http://cvc.cervantes.es/Ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/indice.htm)
- Chapou, MdC. (2010). *La prensa de papel frente a los nuevos medios: revisión crítica del futuro del periodismo*. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://www.saladeprensa.org/art970.htm>

Contadordepalabras.com (2010). *Contador de palabras y contador de caracteres*. Recuperado el 20 de mayo de 2015, de <http://www.contadordepalabras.com/>

Contreras, L. y Turrión, M. (2013). «Inversa Traducción en la Europea Comisión». [Pdf] *Panacea*. Volumen 14, pp. 265-274. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de [http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n38-revistilo\\_TurriónM.pdf](http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n38-revistilo_TurriónM.pdf)

Dawson, R. (2011). *About Ross Dawson*. Recuperado el 25 de mayo de 2015, de <http://rossdawson.com/about/>

De la Cruz, M. (2004). «La traducción inversa: una realidad». *TRANS: revista de traductología*. Volumen 8, pp.53-60.

Educastur. (s.f). «Los medios de comunicación social. Los géneros periodísticos». *Lengua Castellana III*. Recuperado el 23 de mayo de 2015, de [http://web.educa.gob.es/proyectos/formadultos/unidades/lengua\\_3/ud2/9\\_1.html](http://web.educa.gob.es/proyectos/formadultos/unidades/lengua_3/ud2/9_1.html)

El País. «Acuerdo entre “International Herald Tribune y EL PAÍS». *El País* [en línea]. 12 de junio de 2001. Recuperado el 7 de noviembre de 2015, de: [http://elpais.com/diario/2001/06/12/sociedad/992296816\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2001/06/12/sociedad/992296816_850215.html)

El País. «El “Herald Tribune” se imprime en Madrid». *El País* [en línea]. 2 de julio de 1999. Recuperado el 7 de noviembre de 2015, de: [http://elpais.com/diario/1999/07/02/sociedad/930866418\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1999/07/02/sociedad/930866418_850215.html)

Espín, M. (2012). *¿Qué es el periodismo?* Recuperado el 24 de mayo de 2015, de <http://marcespin.com/2012/02/25/que-es-el-periodismo/>

Estébanez, Á. (2008). *Breve historia de la prensa*. Recuperado el 22 de mayo de 2015, de <http://platea.pntic.mec.es/dgarcia/c0708/tif2web23/Historia.html>

Europa Press. «El fútbol es el deporte “rey” en televisión, con el 25% total de emisiones deportivas en 2013». *Europa Press* [en línea]. 3 de febrero de 2014. Recuperado el 9 de noviembre de 2015, de: <http://www.europapress.es/tv/noticia-futbol-deporte-rey-television-25-total-emisiones-deportivas-2013-20140203174455.html>

Fouz, A y Díaz, J. (s.f) “*Los jóvenes profesionales contribuirán a que el Periodismo Deportivo sea más creativo e innovador*”. Recuperado el 14 de octubre de 2015, de <http://www.mastercid.com/es/los-jovenes-profesionales-contribuiran-a-un-periodismo-deportivo-creativo-e-innovador/>

Galán, J. (2014). *Cuando el “cuarto poder” se constituye en cuarto poder: propuestas*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2666/3389#no02>

Gallargo, J. (2005). «El redactor-traductor en los grandes medios de comunicación con mercados multilingües: caso CNN». [Pdf] *Zer- Revista de estudios de comunicación*. Nº19 pp. 77-87. Recuperado el 11 de noviembre de 2015, de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer19-04-gallardo.pdf>

Gallego, D. (2014). «A vueltas con la traducción inversa especializada en el ámbito profesional. Un estudio basado en encuestas». *TRANS: revista de traductología*. Volumen 18, pp. 229-238.

García, V. (1983). *Entorno a la traducción*. Madrid, Gredos.

Ghignoli, A y Montabes, A. (2014). «La traducción y los géneros periodísticos». [Pdf] *Mutatis Mutandis*. Volumen 7, nº 2, pp.386-400. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/mutatismutandis/article/view/19664/17411>

Gil, A. (20014). *Procedimientos, técnicas, estrategias: operadores del proceso traductor*. [Docslide] Recuperado el 5 de noviembre de 2015, de: <http://myslide.es/documents/estrategias-y-tecnicas-de-traduccion.html>

Gómez, J. (2014). «La mezcla de géneros periodísticos en la prensa deportiva escrita de Cataluña». [Pdf] *Razón y palabra*. Volumen 87. Recuperado el 23 de junio de 2015, de <http://www.razonypalabra.org.mx/>

González, A (1999). *La traducción en la prensa: El País 1995*. (Tesis doctoral). Madrid, Departamento de filología francesa de la Universidad Complutense de Madrid.

González, J.M. (s.f). *Los textos periodísticos*. [Pdf] Recuperado el 23 de mayo de 2015, de <http://www.auladeletras.net/material/prensa.PDF>

Grijelmo, A. (2001). *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus.

Grupo PACTE. (2015). Recuperado el 23 de junio de 2015, de <http://grupsderecerca.uab.cat/pacte/es>

Handelsblatt. (2015). «Global Edition». *Handelsblatt*. [en línea] Recuperado el 7 de noviembre de 2015, de <http://global.morningbriefing.de/>

Hernández, M.J. (2003). «Técnicas específicas de la traducción periodística». *Revista de traducción*. Volumen 13, pp. 125-139.

Hernández, M.J. (2005). «La traducción de los géneros periodísticos». En: Bustos, J.M, Cortés, C. y Hernández, M.J. (2005). *La traducción periodística*. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.

Hernández, M.J. (2009). *Traducción y periodismo*. Berna, Peter Lang AG.

Hernández, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid, Cátedra.

Hurtado, A. (2001). *Traducción y traductología*. Madrid, Cátedra.

Kelly, D.; Martín, A., Way, C., Nobs, M.L. y Sánchez, D. (2003). *La direccionalidad en traducción e interpretación: perspectivas teóricas, profesionales y didácticas*. Granada, Atrio.

La Vanguardia. (2011). «La Vanguardia se editará también en Catalán a partir de mayo». *La Vanguardia*. [en línea] 27 de febrero de 2011. Recuperado el 7 de noviembre de 2015, de: <http://www.lavanguardia.com/comunicacion/20110227/54120366627/la-vanguardia-se-editara-tambien-en-catalan-a-partir-de-mayo.html>

Leco, M. (2014). «Deportes populares en Estados Unidos». *USA tourist*. [en línea] (s.f) Recuperado el 9 de noviembre de 2015, de: <http://www.usatourist.com/espanol/culture/sports/sports-main.html>

López, A. (2002). «El análisis; ¿un género periodístico?». *Ámbitos*. Volumen 9-10. pp. 209-223.

Martínez, J.A. (1974). *Redacción periodística: los estilos y los géneros en la prensa escrita*. Barcelona, ATE.

Masseau, P. (2013) *La traducción inversa en el grado de traducción: ¿un mal necesario?* [Pdf] Departamento de Traducción e Interpretación, Universidad de Alicante. Recuperado el 20 de mayo de 2015, de <http://web.ua.es/en/ice/jornadas-redes/documentos/2013-posters/329014.pdf>

Mayoral, R. (2004). «Presentación del libro *Direccionalidad en Traducción e Interpretación*». Recuperado el 2 de julio de 2015, de [http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Direccionalidad\\_.pdf](http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Direccionalidad_.pdf)

McKay, C. (2013). *Thoughts on word counts*. [Mensaje en un blog]. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de <http://thoughtsontranslation.com/2013/03/01/thoughts-on-word-counts/>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2007). «La prensa». *Proyecto Cicerón*. Recuperado el 21 de mayo de 2015, de [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso3/t1/teoria\\_1.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso3/t1/teoria_1.htm)

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2012 a). *La prensa, un recurso para el aula. Análisis de la prensa. Géneros periodísticos*. Recuperado el 21 de mayo de 2015, de <http://educalab.es/intef/formacion/formacion-en-red>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2012 b). *La noticia y el reportaje. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula*. Madrid, Publicaciones Mediascopio.

Ministerio de Educación, Política social y Deporte. (2008). *El periódico. Proyecto Mediascopio Prensa. La lectura de la prensa escrita en el aula*. Madrid, Publicaciones Mediascopio.

Naranjo de Arcos, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: La crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona*. (Tesis doctoral). Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Navarro, E. (2007). «Historia de la Prensa. Pierre Albert». *Documenta*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de: [http://www.catedu.es/documenta/Tut\\_editorial%2001/ampliacion/06\\_historia%20de%20la%20prensa.pdf](http://www.catedu.es/documenta/Tut_editorial%2001/ampliacion/06_historia%20de%20la%20prensa.pdf)

Newmark, P. (1992). *Manual de traducción*. Madrid, Cátedra.

Okodia Grupo Traductor. «Traducción deportiva». *Okodia Grupo Traductor*. Recuperado de: <http://www.okodia.com/traduccion-deportiva/>

Orengo, A. (2005). «Localising News: Translation and the “Global-national” Dichotomy». [Abstract]. *Language and Intercultural Communication*. Volumen 5, nº2, pp. 168-187.

Peñaranda, R. (2000). *Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?* Recuperado el 3 de junio de 2015, de <http://www.saladeprensa.org/>

Pimentel, A. (2015). «¿Dónde estudiar Traducción e Interpretación?». *Revista INESEM*. Recuperado el 3 de noviembre de 2015, de: <http://revistadigital.inesem.es/idiomas/donde-estudiar-traduccion-e-interpretacion/>

Portal Educativo. (sf) *Los géneros periodísticos: crónica, noticia, reportaje, entrevista*. Recuperado el 18 de octubre de 2015, de: <http://www.portaleducativo.net/movil/septimo-basico/318/Generos-periodisticos-cronica-noticia-reportaje-entrevista>

Prisa Brand Solutions. (s.f). «El País y su edición de ocho páginas en inglés». *El País English edition*. Recuperado el 17 de junio de 2015, de [http://www.prisabs.com/sopgrupos\\_soportes/view/69/seccion:soportes-diarios-suplementos](http://www.prisabs.com/sopgrupos_soportes/view/69/seccion:soportes-diarios-suplementos)

Pym, A. (2004). *The moving text. Localization, translation and distribution*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins B.V.

Quirós, F. (2002). «La prensa del siglo XXI: el final del perro guardián». *Revista Telos* nº 51. Recuperado el 24 de mayo de 2015, de <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=51.htm>

Radio Televisión Española. (s.f). «La crónica. El análisis. El periodismo de anticipación». *Manual de estilo de rtve*. Recuperado el 15 de junio de 2015, de <http://manualdeestilo.rtve.es/tve/2-3-generos-informativos/2-3-3-la-cronica-el-analisis-el-periodismo-de-anticipacion/>

Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. 23ª edición. Madrid, Espasa Libros.

Roiss, S. (2001). «El mercado de la traducción inversa en España. Un estudio estadístico». *Hermeneus* nº3, pp. 379-408.

Sans, J.P (2011). *Dificultades de la traducción de los textos deportivos*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://www.proz.com/translation-articles/articles/3458/>

Schäffner, C. (2012). «Rethinking Transediting». *Meta: Translator´s Journal*. Volumen 4, pp. 866-883.

Stewart, D. (2000). *Poor Relations and Black Sheep in Translation Studies*. Amsterdam, Johns Baenjamins B.V.

Taillefer de Haya, L. (2005). «La edición en inglés de un periódico español: *SUR IN ENGLISH*». En: Bustos, J.M, Cortés, C. y Hernández, M.J. (2005). *La traducción periodística*. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.

Tapia, M.J. (1992). «La traducción en los medios de la prensa» [Abstract]. *Babel* vol.38 nº1. Recuperado el 2 de noviembre de 2015, de: <http://www.ingentaconnect.com/content/jbp/bab/1992/00000038/00000001/art00013>

The New York Times. «A note to readers». *The New York Times*. [en línea]. 27 de junio de 2012. Recuperado el 17 de junio de 2015, de [http://www.nytimes.com/2012/06/28/world/asia/the-new-york-times-introduces-a-chinese-language-web-site.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2012/06/28/world/asia/the-new-york-times-introduces-a-chinese-language-web-site.html?_r=0)

Today Translations (sf). *Character Study*. [figura]. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de <http://www.economist.com/node/21551466>

Valero, J.L. (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.

Velázquez, V. (junio de 2012). «Tipos de textos periodísticos» en *Castellano Creativo*, *blog de Castellano*. Recuperado el 23 de mayo de 2015, de <http://castellanocreativo.blogspot.com.es/2012/06/tipos-de-textos-periodisticos.html>

Vidal, J.M (2005). «Algunas vivencias de un traductor de prensa». En: Bustos, J.M, Cortés, C. y Hernández, M.J. (2005). *La traducción periodística*. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha. pp. 279-390

Villalba, P. (2005). «Reconversión tecnológica en la prensa del siglo XXI: producir y distribuir para múltiples canales». *El profesional de la información*. Volumen 4, nº6. Recuperado el 23 de mayo de 2015, de <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2005/noviembre/9.pdf>

Wimmer, S. (2011). *El proceso de la traducción especializada inversa: modelo, validación empírica y aplicación didáctica*. (Tesis doctoral). Barcelona, Departamento de Traducción e Interpretación de la Universitat Autònoma de Barcelona.