

## 望文生义 (*WÁNGWÉN - SHĒNGYÌ*) O TRADUCIR AL PIE DE LA LETRA CATÁLOGOS DE EMPRESAS DEL ESPAÑOL AL CHINO<sup>1</sup>

Yan LU

Sara ROVIRA-ESTEVA

*Universitat Autònoma de Barcelona*

### 1.- INTRODUCCIÓN

#### 1.1.- LOS MATERIALES DE PRESENTACIÓN EMPRESARIAL

El catálogo representa la imagen de una empresa. Se trata de un material de propaganda en papel de una compañía o institución en la que se describe con lenguaje conciso la historia, los antecedentes, la ideología, la gama de negocios y productos u otros datos de interés. En definitiva, con este tipo de documentos la empresa o institución pretende transmitir al receptor la máxima información posible para que el otro sepa “quienes somos” de la forma más resumida posible.

Puesto que el catálogo o el folleto de presentación tiene un objetivo muy definido, cuenta con un número de receptores relativamente limitado, porque está destinado a los posibles clientes de sus productos o de sus negocios, o a los que la misma empresa o institución va a ofrecer sus servicios. Por ejemplo, una fábrica presenta sus productos a los usuarios o agentes; una compañía de comercio expone su gama de negocios a los suministradores y distribuidores; una universidad presenta sus estudios a alumnos potenciales; y una biblioteca pública, un museo o una organización dan a conocer sus servicios a los usuarios o visitantes.

Así pues, un catálogo puede tratar de un tema de la industria, la agricultura, la medicina, el deporte, el comercio, el derecho, o las nuevas tecnologías, entre otros, y, por lo tanto, es muy probable que aparezcan vocabulario o términos especializados. Sin embargo, a pesar de ser un documento especializado en su propio sector, si el espacio lo permite, en el mismo catálogo o folleto puede que se abarquen muchos otros aspectos, con los que el autor aprovecha para difundir la cultura, la historia y las costumbres propias a sus clientes, los cuales puede que vivan en un contexto totalmente diferente, tal como sucede en el caso que nos ocupa.

Por regla general, los requisitos de la traducción del género económico-comercial determinan, por una parte, que la traducción debe ser precisa, clara y fluida, por lo que suele ser importante utilizar un lenguaje agradable y neutro. Además de los comunes a todo tipo de traducción, los traductores del español al chino de este tipo de materiales pueden encontrarse con los siguientes

---

<sup>1</sup> Este artículo ha sido elaborado en el marco del grupo de investigación TXICC (Traducción Chino-Castellano/Catalán) del Departamento de Traducción e Interpretación de la UAB.

Queremos mostrar nuestro agradecimiento a los dos revisores anónimos de este artículo, cuyos comentarios han contribuido a mejorar la versión final del mismo.

problemas: 1) oraciones largas que contienen oraciones subordinadas de todo tipo, u oraciones o frases intercaladas que causan dificultad de comprensión por las complicadas relaciones semánticas entre ellas; 2) términos o palabras con asociaciones culturales específicas; 3) neologismos que presentan dificultades al traductor tanto por falta de materiales de referencia o fuentes de consulta adecuados como por su propia carencia de conocimientos especializados; 4) palabras extranjeras, generalmente en inglés que, a pesar de encontrarse en la gran variedad de diccionarios de consulta del inglés al chino, a menudo hay que dejar sin traducir; 5) necesidad de unificar el formato, adecuar el texto a las convenciones de la cultura de llegada y volver a maquetar.

Tal como indica Hurtado (2001:279), “la noción de problema de traducción está íntimamente ligada a la noción de error de traducción (cuando un problema no se resuelve adecuadamente) y a la de estrategia traductora (mecanismos de resolución de problemas)”. A pesar de que la noción de problema es un concepto omnipresente (por lo menos de modo implícito) en Traductología, éste no ha recibido aún un tratamiento exhaustivo (2001:280). Si bien es cierto que existen numerosos trabajos en los estudios de traducción preocupados por realizar una clasificación de los errores de traducción, existen muy pocos que se dediquen a estudiar los comportamientos que los provocan, sus causas y sus efectos (Gouadec 1989:35). Así pues, este artículo, centrado en un par de lenguas (el chino y el español) totalmente olvidadas por los investigadores y, por lo tanto, ausentes de la literatura especializada puede representar una pequeña aportación en este sentido.

Así pues, a partir del análisis de unos catálogos de presentación de empresas traducidos del español al chino,<sup>2</sup> en este trabajo nos proponemos identificar las dificultades de este tipo de traducción, las causas principales de los errores encontrados y, finalmente, ofrecer algunas pautas que permitan solucionar los problemas que presentan para mejorar la calidad de la traducción de este tipo de documentos entre este par de lenguas.

## 1.2.- EL FENÓMENO DEL 望文生义 (WÀNGWÉN-SHÈNGYÌ)

El modismo chino 望文生义 (*wàngwén-shēngyì*) significa no comprender verdaderamente una palabra, frase u oración, pero forzar un sentido en ellas, lo cual conduce a una interpretación equivocada. Los dos primeros caracteres de este modismo, 望文 (*wàngwén*), significan “echar un vistazo al texto” y 生义 (*shēngyì*) se puede traducir como “conjeturar un sentido sin pensar en el contexto”. Éste constituye un error de traducción cuando alguien interpreta una expresión por la acepción más habitual de una o varias de sus palabras, sin tener en cuenta el contexto ni tampoco comprender verdaderamente el sentido del conjunto, lo cual acaba materializándose en una interpretación errónea. 望文生义 (*wàngwén-shēngyì*) se ha usado tradicionalmente en China para referirse a este fenómeno en la traducción intralingüística entre el chino clásico y el moderno. Sin embargo, interpretar un texto ciñéndose a su sentido literal es también un error común en la práctica traductora entre dos idiomas cualesquiera. No sólo los principiantes, sino también los traductores profesionales, más o menos experimentados, pueden cometer este tipo de error.

En la traducción de catálogos del español al chino, si no consideramos el contexto y nos limitamos a interpretar las palabras literalmente sin comprender verdaderamente lo que significan, corremos el riesgo de cometer errores de diferentes tipos (falta de sujeto, falta de coherencia textual,

---

2 No se desvela la identidad de las empresas cuyos catálogos han constituido el corpus de nuestro estudio por motivos de confidencialidad y para preservar el derecho a la intimidad de los traductores cuyo trabajo es objeto de análisis.

uso inapropiado de las palabras y coocurrencias que no se corresponden con la costumbre de la lengua china, etc.) en el texto meta.

## 2.- CAUSAS DE LOS ERRORES DEL TIPO 望文生义 (WÀNGWÉN-SHÈNGYÌ)

Interpretar el texto a partir sólo del sentido literal sin considerar el contexto es un error común, que se puede encontrar en cualquier traducción y puede acarrear consecuencias graves. Por lo tanto, cualquier traductor tiene que prestar mucha atención a esta cuestión. Este tipo de error puede tener distintas manifestaciones y, para poder evitarlo, es necesario identificar los motivos. A continuación, mostramos con ejemplos reales algunas de las causas que motivan este tipo de errores.

### 2.1.- POLISEMIA (一词多义, YĪCÍ-DUŌYÌ)

Para determinar la correcta elección de la acepción de una palabra, además de apoyarse en los diccionarios, uno debe apoyarse en la lógica del contenido de una frase o del texto traducido. Sirva el caso de la palabra “centro” en los ejemplos siguientes para ilustrarlo. Al ver este término, enseguida se nos ocurre en chino la palabra 中心 (*zhōngxīn*), por la que casi siempre se traduce. Sin embargo, desde el punto de vista semántico, ésta no siempre coincide con la palabra “centro” en español. En el *Diccionario de la Lengua Española* de la RAE aparecen veinte acepciones de esta palabra, mientras en los diccionarios chinos se hallan principalmente las siguientes tres: 1) punto interior que equidista de todos los lados; 2) parte importante de un objeto; 3) ciudad o zona que ocupa una posición importante en cierto aspecto. El primer significado de “centro” en chino es justamente el mismo que en español: “Punto interior que aproximadamente equidista de los límites de una figura, superficie, territorio, etc.”, significado en el que se basa la evolución posterior del uso de este término. A pesar de ello, la palabra “centro” en chino destaca la importancia o la posición dominante de un objeto. En este sentido, un lugar que se llama “centro” en China es mayor que un centro en España. Por lo tanto, tenemos que ir con cuidado con la traducción de esta palabra. Veamos a continuación un par de ejemplos contextualizados.

- (1a) Se distribuyen por toda la geografía catalana, con una concentración más importante en la zona de Barcelona, que oferta redes de comunicación, dotación de servicios a la industria y centros de consumo muy importantes.
- (1b)(...) 并向此工业和重要的消费中心配备服务 (...).  
(...) Bìng xiàng cǐ gōngyè hé zhòngyào de xiāofèi zhōngxīn pèibèi fúwù (...).
- (1c)(...) 与加工业配套的各项服务和商业网点及分销公司。  
(...) Yǔ jiāgōngyè pèitào de gèxiàng fúwù hé shāngyè wǎngdiǎn jí fēnxiāo gōngsī.

En el ejemplo anterior, el término “centros de consumo” se ha traducido literalmente por 消费中心 (*xiāofèi zhōngxīn*), lo que en chino significa “zona central de consumo” o “zona concentrada de consumo de una ciudad o región”. Además, en chino siempre se tiene que explicitar el objeto directo, es decir, qué se consume. Con la traducción de (1b) el lector puede llegar a entender que en la zona de Barcelona sólo hay un centro de consumo de este producto o bien que la zona de Barcelona es el “centro de consumo” de este producto. Por otra parte, hay que tener en cuenta que

en los portales de Internet actualmente se usa el término 消费中心 (*xiāofèi zhōngxīn*) para referirse a las tiendas virtuales o a un lugar de compras de la misma página web. Sin embargo, en el texto de (1a), “centros” hace referencia a los lugares donde se consume el producto, sean supermercados, mercados o tiendas donde se vende directamente a los consumidores, o sea, las empresas mayoristas o distribuidores. Así pues, es evidente que en este caso la elección de este término en chino no es adecuada. Puesto que en chino no podemos encontrar una única palabra que sea equivalente a la española, una opción es especificar claramente los dos tipos de consumidores a los que se está aludiendo: el que vende el producto al consumidor y el que vende al por mayor, tal como se muestra en la traducción propuesta en el ejemplo (1c).

En el ejemplo (2a) el término “centro investigador” coincide exactamente con una de las acepciones de la palabra “centro” en el *Diccionario de la Lengua Española* de la RAE: “Instituto dedicado a cultivar o a fomentar determinados estudios e investigaciones”. En este caso, “centro investigador” es un nombre genérico de todos los institutos de investigación y, como aquí el tono del texto es neutro, tampoco es adecuado el uso del término 中心 (*zhōngxīn*) tal como aparece en (2b). Es suficiente traducirlo como 机构 (*jīgòu*), literalmente “organismo” o “institución”, como aparece en el ejemplo (2c).

(2a) Cataluña cuenta con otro *centro investigador*, el Centro de Control de Porcino, dedicado a los animales vivos, único centro de evaluación genética de España.

(2b) 加泰罗尼亚地区还拥有另外一家研究中心 (...).

Jiātàiluóniyà dìqū hái yōngyǒu língwài yìjiā yánjiū zhōngxīn (...).

(2c) (2c) 加泰罗尼亚还有另一研究机构 (...).

Jiātàiluóniyà háiyǒu líng yì yánjiū jīgòu (...).

## 2.2.- FALTA DE CONOCIMIENTOS ENCICLOPÉDICOS (缺乏常识, *QUĒFÁ CHÁNGSHÍ*)

Las traducciones de catálogos tratan de casi todos los campos temáticos: desde historia, costumbres, filosofía, religión, mitología y política, hasta ciencia y técnica, entre otros. A veces se trata de un solo término, pero muchas veces encontramos también frases o locuciones fijas. Al traducirlas al chino no podemos trasladarlas según su sentido literal, sino que tenemos que encontrar el término equivalente fijado por el uso. Si no trasladamos bien estas palabras o locuciones fijas, puede que la traducción no se comprenda bien. Por ejemplo, no podemos traducir literalmente “Secretario de Estado de los Estados Unidos” como 美国国务秘书 (*Měiguó guówù mìshū*), sino que debemos hacerlo por 国务卿 (*guówùqīng*), que es el término ya acuñado que se usa en este caso.

## 2.3.- FALTA DE CONOCIMIENTOS ESPECIALIZADOS (缺乏专业知识, *QUĒFÁ ZHUĀNYÈ ZHĪSHI*)

En la traducción de catálogos, la terminología (que abarca la técnica, la ciencia, la arquitectura, el derecho, la política, la economía, el comercio, el arte, el deporte, así como la cultura y el ocio) también representa frecuentemente un problema. Si el traductor no considera el contexto globalmente y hace la traducción literal de un término especializado, la recepción será incorrecta o incluso contraria al texto original. A pesar de que los diccionarios bilingües a menudo ofrecen dos o

más términos como equivalentes de un determinado vocablo, en muchas ocasiones su uso está limitado a un área de conocimiento concreta o tiene una coocurrencia fijada por la costumbre. Si el traductor no encuentra en chino el término exacto que corresponde al español, la traducción puede perder su carácter especializado y quedar lejos de la intención del autor. Por ejemplo, para decir “variación genética”, en chino no se usan los caracteres 遗传变化 (*yíchuán biànhuà*), que podría ser una traducción posible, sino 遗传变异 (*yíchuán biànyì*). De igual modo, “osteítis deformante” corresponde al término 畸形性关节炎 (*jīxíngxìng gǔyán*) y no a 变形性关节炎 (*biànxíngxìng gǔyán*), tal como aparece traducido en los textos de nuestro corpus.

## 2.4.- LA COMPLICADA SINTAXIS DEL ESPAÑOL (复杂的西班牙语句法, *FÙZÁDE XĪBĀNYÁYŮ JÙFǎ*)

Las enormes diferencias gramaticales y sintácticas entre el español y el chino, además de la complicada estructura de la oración española, son posiblemente los problemas más importantes con que debemos lidiar al traducir de este idioma al chino. Las oraciones compuestas, las subordinadas, las frases y las oraciones intercaladas nos plantean dificultades por sus relaciones a múltiples niveles. Muchas locuciones de uso corriente son fácilmente distinguibles, pero las no usuales o las que están insertas en oraciones complicadas confunden al traductor. Si no sabemos distinguir estas unidades significantes o las dividimos mal, interpretaremos erróneamente el texto español y no lo traduciremos de forma correcta.

En los catálogos analizados hemos encontrado varios ejemplos de unidades significantes o coocurrencias mal divididas por el traductor. En el ejemplo (3a), con tantos adjetivos juntos en una misma frase, el primer paso antes de empezar a traducir es aclarar las relaciones de modificación. Si la expresión “el sistema económico territorial diversificado” se traduce literalmente como ocurre en el ejemplo (3b), el lector chino lo interpretará como “el sistema económico de diversas zonas”, ya que el adjetivo “diversificado” está modificando a “territorial” y no a “económico” como sucede en el original. El texto de (3c) muestra una traducción más ajustada al sentido del texto original.

- (3a) El sector porcino genera un cluster o *sistema económico territorial diversificado*, con un tejido empresarial orientado a los mercados, y una fuerte composición industrial, comercializadora y exportadora que lo posicionan como uno de los principales motores económicos de Cataluña.
- (3b) 猪肉行业产生出一系列和地区多样的经济体系 (...).  
Zhūròu hángyè chǎnshēngchū yíxiliè hé dìqū duōyàng de jīngjì tǐxì (...).
- (3c) 生猪行业形成了按不同区域划分的经济集群或体系 (...).  
Shēngzhū hángyè xíngchéngle àn bùtóng qūyù huáfēn de jīngjì jíqún huò tǐxì (...).

En el ejemplo (4a) al lector español no le es difícil ver que “cada vez más” es una locución que funciona como adverbio para “exigente”, y que la frase entera determina el sustantivo “consumidor”. Sin embargo, el traductor chino pone “cada vez más” junto a la unidad “satisfacer y atender”, convirtiendo la frase meta en “satisfacer cada día más la demanda del consumidor”. Lo curioso es que se trata de una expresión que se utiliza mucho en chino, aunque su uso aquí no transmite la idea del original. Por lo tanto, una traducción más cercana al texto de origen podría ser la de (4c).

- (4a) En este sentido, la industria agroalimentaria catalana está preparada para satisfacer y atender a un consumidor *cada vez más exigente*.
- (4b) 由此,加泰罗尼亚农产品工业日益满足消费者的需要。  
Yóucǐ, Jiātàiluóniyà nóngchǎnpǐn gōngyè rìyì mǎnzú xiāofèizhě de xūyào.
- (4c) 也就是说,加泰罗尼亚的农产品加工业可以满足越来越挑剔的消费者。  
Yě jiù shì shuō, Jiātàiluóniyà de nóngchǎnpǐn jiāgōngyè kěyǐ mǎnzú yuè lái yuè tiāoti de xiāofèizhě.

Las frases “en el mercado interior” y “en los exteriores” del ejemplo (5a) son complementos circunstanciales de “la comercialización de carne fresca” y, al traducirlas al chino, debemos interpretarlas como “la comercialización de carne fresca en el mercado interior y en los exteriores”. No obstante, la conjunción “sea” parece haber confundido al traductor que interpreta que el núcleo de estos complementos es “la industria transformadora” en lugar de “la comercialización”, dejándonos la traducción de (5b), absolutamente distinta del texto original y que equivale a decir “y ofrece la información sobre las demandas de consumo a la industria transformadora tanto interna como externa y al negocio de carne fresca”. Por lo tanto, este ejemplo debería traducirse como en (5c) para transmitir más fielmente el mensaje del original.

- (5a) Además, permite una clasificación homogénea de canales en todos los mataderos, de manera que se pueda ofertar una carne estandarizada, y se favorece la obtención de información sobre las demandas de consumo de carne que van destinadas tanto a la industria transformadora como a la comercialización de carne fresca, *sea en el mercado interior, sea en los exteriores*.
- (5b) 另外,使得所有屠宰场归于同类,从而可以提供统一标准的肉产品,并且为国内外的加工工业和鲜肉贸易提供消费需求的相关信息。  
Língwài, shǐdé suǒyǒu túzǎichǎng guīyú tónglèi, cóngér kěyǐ tígōng tōngyī biāozhǔn de ròuchǎnpǐn, bìngqiě wéi guónèiwài de jiāgōng gōngyè hé xiānròu màoyì tígōng xiāofèi xūqiú de xiāngguān xìnxī.
- (5c) (...) 国内、国外鲜肉销售。  
(...) guónèi, guówài xiānròu xiāoshòu.

En el ejemplo (6a) la frase intercalada “fruto del progreso técnico” se puede entender como una oración subordinada adjetiva de “las nuevas máquinas agrícolas”, donde se ha omitido “que son”. Parece que en este caso el traductor tampoco ha entendido bien la idea del texto en español, ya que ha traducido la frase en chino como 具有先进的技术 (*jùyǒu xiānjìn de jìshù*), que literalmente significa “cuentan con técnicas avanzadas”, interpretación que cambia el sentido del original. Por consiguiente, de nuevo consideramos que una traducción como la propuesta en (6c) sería más apropiada.

- (6a) Las nuevas máquinas agrícolas, *fruto del progreso técnico*, permiten ganar en eficiencia y en productividad.
- (6b) 新型农业机械,具有先进的技术,可以取得更高的生产效益。  
Xīnxíng nóngyè jīxiè, jùyǒu xiānjìn de jìshù, kěyǐ qǔdé gènggāo de shēngchǎn xiàoyì.
- (6c) 新型农用机械,是技术进步的成果,可产生效益、提高产量。  
Xīnxíng nóngyòng jīxiè, shì jìshù jìnbù de chéngguǒ, kě chǎnshēng xiàoyì, tíngāo chǎnliàng.

## 2.5.- EL TÉRMINO DE LA TRADUCCIÓN NO TIENE LAS MISMAS CONNOTACIONES QUE TIENE EL DEL TEXTO ORIGINAL (词不达意, CÍBÙDÁYÌ)

China y España pertenecen a diferentes continentes, que están a miles de kilómetros de distancia, y que cuentan con sus propios antecedentes culturales, costumbres y modo de pensar. Además de los términos que existen sólo en una de las dos culturas por hacer referencia a realidades autóctonas no compartidas como 旗袍 (*qípáo*) ‘vestido tradicional de mujer’ o paella, existen palabras que no comparten referentes, como 龙 (*lóng*) ‘dragón’ y 凤 (*fèng*) ‘fénix’. También hay términos que, por más que existan en los dos idiomas, tienen connotaciones culturales distintas. Por ejemplo, al hablar de España muchos materiales de presentación de distintos sectores la describen como “país mediterráneo” como en el ejemplo (8a). 地中海的 (*Dìzhōnghǎi de*) es la traducción literal al chino del adjetivo “mediterráneo”, pero para la mayoría de los lectores chinos no es nada más que un concepto geográfico, sin connotaciones relacionadas con la cultura gastronómica o el ocio. Por esta razón, las asociaciones implícitas de este término, que contribuyen a aumentar el atractivo de España como destino turístico o comercial, están ausentes en la traducción de (8b). Aunque el traductor haya añadido la palabra “características”, obteniéndose la frase “moderno, europeo y de características mediterráneas”, el texto meta no causará en el lector chino el mismo efecto que en el original sencillamente porque el chino no va a hacer las asociaciones que pretendía el autor del catálogo.

(8a) Cataluña, un país moderno, europeo, *mediterráneo* (...).

(8b) 西班牙加泰罗尼亚大区,具有现代化、欧洲、地中海特点的地区 (...).

Xībānyá Jiātàilúoníyà dàqū, jùyǒu xiàndàihuà, Ōuzhōu, Dìzhōnghǎi tèdiǎn de dìqū (...).

(8c) 加泰罗尼亚,是欧洲现代化的、充满地中海文明的地区 (...).

Jiātàilúoníyà shì ōuzhōu xiàndàihuàde, chōngmǎn dìzhōnghǎi wénmíng de dìqū (...).

En el ejercicio de la traducción profesional en este campo también encontramos muchas palabras o frases que se caracterizan por ser una expresión con un alto contenido cultural, como puede ser “el puente del Pilar” y que, si se traducen literalmente, no son comprensibles para el lector meta. Por ejemplo, la traducción literal de “cultura del trabajo” en (9a) por 劳动文化 (*láodòng wénhuà*) no significa nada para el lector chino, por lo que habría que buscar una forma alternativa de expresarlo, como la de (9c).

(9a) Esto ha permitido que Cataluña sea un país sólidamente estructurado, con una sociedad civil potente y una activa *cultura del trabajo*.

(9b) 这使得加泰罗尼亚成为一个组织构架牢固的大区,它有着强大的民众社会根基和积极的劳动文化。

Zhè shǐdé Jiātàilúoníyà chéngwéi yīgè zǔzhī gòujià láogùde dàqū, tā yǒuzhe qiángdàde mínzòng shèhuì gēnjī hé jījide láodòng wénhuà (...).

(9c) 这使得加泰罗尼亚成为一个组织构架牢固的大区,它有着强大的民众社会根基和积极的企业文化和劳动素养。

Zhè shǐdé Jiātàilúoníyà chéngwéi yīgè zǔzhī gòujià láogùde dàqū, tā yǒuzhe qiángdàde mínzòng shèhuì gēnjī hé jījide qǐyè wénhuà hé láodòng sùyǎng.

En casos como los de (8a) y (9a) es difícil que no se pierda información en la transferencia de una lengua a la otra si el traductor no opta por añadir información que no se encuentra

explícitamente en el texto original, recurriendo a la paráfrasis o bien a las notas al pie, estas últimas nada recomendables en este tipo de textos.

## 2.6.- CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS DEL ESPAÑOL EN CONTRASTE CON LAS DEL CHINO (西语的特殊性, *XĪYŮ DE TÈSHŪXÌNG*)

Tal como ya hemos comentado, existen grandes diferencias estructurales y sintácticas entre el español y el chino. Si hacemos caso omiso de éstas y nos empeñamos en traducir literalmente del español sin pensar en las características de la lengua china, difícilmente evitaremos cometer errores. Es el caso, por ejemplo, de la existencia de la morfología de número en español, sin correspondencia directa en chino. Si en un texto como el de (10a) traducimos “asociaciones ganaderas” por 农业协会 (*nóngyè xiéhuì*) no queda claro si estamos hablando de “asociación” en singular o en plural. De hecho, de la versión china de (10b) puede desprenderse que el “Centro de Control de Porcino” sólo establece acuerdos con una única asociación ganadera. La ambigüedad de esta traducción perjudica la imagen y los intereses de la empresa que ha confeccionado el catálogo y ha encargado su traducción al chino. El traductor debe tener en cuenta que el chino dispone de sus propios mecanismos para expresar el número plural y deshacer esta ambigüedad. En este caso, para que la traducción se acerque más al texto original y sea más clara, simplemente podemos hacer preceder el sustantivo en cuestión por el medidor indefinido 一些 (*yìxiē*), que puede traducirse por “unos cuantos”, o bien por el determinante (gè), que significa “cada”, como en la traducción propuesta en (10c).

(10a) El Centro de Control de Porcino establece acuerdos con *asociaciones ganaderas* (...).

(10b) 猪肉控制中心同农业协会合作建立 (...).

Zhūròu kòngzhì zhōngxīn tóng nóngyè xiéhuì hézuò jiànli (...).

(10c) 生猪质检中心与各畜牧协会达成合约 (...).

Shēngzhū zhìjiǎn zhōngxīn yǔ gè xùmù xiéhuì dáchéng héyuē (...).

### 2.6.1.- EMPLEO DE SINÓNIMOS (同义词的用法, *TONGYÌCÍ DE YÒNGFǎ*)

El español tiene un vocabulario rico y sus normas discursivas exigen variedad y originalidad en su uso por lo que, para evitar repetir las palabras, a menudo se sustituye un vocablo por un sinónimo. Sin embargo, y a pesar de que también atesora una gran riqueza léxica, al chino no le molesta tanto la repetición por lo que, si el traductor usa sistemáticamente un vocablo o expresión sustitutiva, la traducción se puede interpretar de forma diferente al original. Por ejemplo, en el caso de (11a) es evidente que la palabra “animales” se refiere a “cerdos” (porcino). No obstante, justamente porque el chino no tiene la costumbre de reemplazar las palabras por sinónimos, el lector chino no va a entender que 动物 (*dòngwù*), que significa “animal”, se refiere a “cerdos”, sino que interpretará que hace referencia a todos los animales en general. De modo que, para evitar una mala interpretación por parte del lector chino, la traducción debería prescindir del hiperónimo “animales” y repetir la palabra “cerdos” sin temor a que el estilo del texto meta se vea empobrecido.

(11a) Además, Cataluña cuenta con otro centro investigador, el Centro de Control de *Porcino*, dedicado a los *animales* vivos, único centro de evaluación genética de España.



(11b) 另外,加泰罗尼亚地区还拥有另外一家研究中心,猪肉控制中心,专业从事动物研究,是西班牙唯一的遗传评估研究中心。

Lìngwài, Jiātàiluóníyà dìqū hái yǒngyǒu lìngwài yìjiā yánjiū zhōngxīn, zhūròu kòngzhì zhōngxīn, zhuānyè cóngshì dòngwù yánjiū, shì Xībānyá wéiyīde yíchuán pínggū yánjiū zhōngxīn.

(11c) 加泰罗尼亚还有另一研究机构,即生猪质检中心。它专门从事生猪的研究,而且是西班牙唯一一家种猪遗传评定机构。

Jiātàiluóníyà hái yǒu líng yī yánjiū jīgòu, jí shēngzhū zhìjiǎn zhōngxīn. Tā zhuānmén cóngshì shēngzhū de yánjiū, érqǐè shì Xībānyá wéiyī yìjiā zhòngzhū yíchuán píngdìng jīgòu.

## 2.6.2.- PROPOSICIONES SUBORDINADAS ADJETIVAS (形容词副句, XÍNGRÓNGCÍ FÙJÙ)

Tanto en la gramática del chino moderno como en la del español existen las oraciones compuestas, sin embargo, las del español son mucho más complicadas que las del chino. De entre las oraciones compuestas subordinadas, las proposiciones subordinadas sustantivas y las adverbiales son las que presentan menos problemas de traducción al chino, porque no requieren un gran esfuerzo de reverbalización. Por el contrario, las proposiciones subordinadas adjetivas, que funcionan como un adjetivo dentro de una oración, que modifica, determina o explica un sustantivo, no son tan fáciles de reformular, ya que el chino no posee una forma de expresión semejante. En este sentido, Ramírez (2004:37-8) explica que en el paso de un texto del chino al español (pero es igualmente cierto a la inversa) el traductor debe realizar una profunda readaptación y un mayor esfuerzo de búsqueda de los recursos retóricos más apropiados en la lengua de llegada que en el caso de otros pares de lenguas más cercanas. Por lo tanto, si el traductor chino que traduce del español no comprende las relaciones de las oraciones y proposiciones, y no sabe reordenarlas y componerlas de acuerdo con la sintaxis del chino, obtendrá una traducción forzada o incluso incorrecta. El párrafo de (12a) constituye un buen ejemplo de la dificultad que entraña la traducción de este tipo de proposiciones subordinadas.

(12a) La potencia económica del sector porcino en Cataluña se ve, pues, fortalecida gracias a la investigación y aplicación de *nuevas técnicas que permiten la obtención de animales y de carnes de calidad*, así como la clasificación de canales y una vigilancia intensa de las incidencias sanitarias por parte del cuerpo de veterinarios.

(12b) 加泰罗尼亚地区猪肉领域的经济效益,归功于对新技术的开发和使用,从而得到了高质量的肉产品,同时猪肉也分等级,兽医对其施行严格卫生监督。

Jiātàiluóníyà dìqū zhūròu lǐngyù de jīngjì xiàoyì, guīgōng yú duì xīnjìshù de kāifā hé shǐyòng, cóng'ér dédào le gāo zhìliàng de ròuchǎnpǐn, tóngshí zhūròu yě fēn děngjí, shòuyī duì qí shīxíng yángé wèishēng jiāndū.

(12c) 加泰罗尼亚养猪业经济实力的加强,归功于在获得优良生猪和高品质猪肉、进行白条猪分级,以及兽医队伍对防疫突发事件的严密监控等方面新技术的开发和应用。

Jiātàiluóníyà yǎngzhūyè jīngjì shíli de jiāqiáng, guīgōngyú zài huòdé yōuliáng shēngzhū hé gāopǐnzhì zhūròu, jìnxíng báitiáozhū fēnjí, yǐjī shòuyī duìwǔ duì fángyì tūfā shìjiàn de yánmì jiānkòng děng fāngmiàn xīnjìshù de kāifā hé yìngyòng.

El traductor del texto de donde se ha tomado el ejemplo (12b) no se ha dado cuenta de que la oración subordinada encabezada por “que permiten” modifica a “nuevas técnicas”, y ha traducido el texto según el orden original dejándonos unas oraciones sueltas incomprensibles y que vienen a significar que “el rendimiento económico del sector porcino en Cataluña se debe a la investigación y buena calidad, a la vez, la carne se clasifica, y los veterinarios efectúan una estricta inspección de higiene”. En definitiva, el texto chino resulta incoherente para el lector porque no se conservan las relaciones lógicas entre las oraciones subordinadas.

### **2.6.3.- COPIA MECÁNICA DE LAS CONVENCIONES ORTOTIPOGRÁFICAS DE LA LENGUA ORIGINAL (照搬原文格式, *ZHÀOBĀN YUÁN WÉN GÉSHÌ*)**

Transferir el formato e incluso los signos de puntuación del texto original sin considerar las características del idioma de destino también es un error común en la traducción del español al chino. Por motivos de espacio, aquí nos limitaremos a hacer algunos comentarios sobre el formato de párrafo, los signos de puntuación y los números arábigos.

En chino clásico no se usaban los signos de puntuación y, aunque antes de la dinastía Han (206 a.C. - 220 d.C.) ya apareció un concepto semejante, separándose las oraciones con uno o dos espacios o indicándose el fin de una oración con una barra, el uso de estos signos no era común. Los signos de puntuación utilizados actualmente en la escritura china son de origen europeo y se remontan a finales del s. XIX. En junio de 1996 el gobierno chino aprobó la “Nueva norma nacional sobre el uso de los signos de puntuación”, documento que actualmente sirve de referencia para la actividad traductora. De acuerdo con esta norma y la práctica habitual de la escritura en chino, hemos detectado que los principales errores sobre este aspecto en la traducción de catálogos entre el español y el chino son: a) imitación de los signos de puntuación del original, b) la falta de signos de puntuación para la transcripción de nombres de persona, y c) uso incorrecto de los números arábigos y los números de teléfono.

A pesar de que los signos del chino se inspiran en las lenguas europeas, tanto su aspecto como su uso presentan algunas diferencias con respecto al español. Por ejemplo, para encerrar y subrayar un título de un libro o de un artículo, en chino se usa el símbolo 《 》, mientras que en español suele usarse la cursiva. El español utiliza guiones (-) para introducir los diálogos, mientras que el chino usa las comillas dobles (“”). En español no existe el signo chino de pausa (、) y para el punto seguido o a parte del español (.) el chino usa el punto chino (。). En comparación con el español, el chino suele usar oraciones cortas, con una estructura sencilla de “sujeto+predicado”, y las proposiciones subordinadas no son tan complicadas como las españolas. Por consiguiente, después de una oración compuesta por unas palabras o frases que expresan un sentido completo, en chino hay que añadir un punto, por lo que no hay que caer en el error de usar una coma como se suele hacer en español.

Según las normas y la práctica habitual en chino, se usa el signo separador (·) para distinguir el nombre de los apellidos en el caso de los nombres propios extranjeros transcritos con caracteres chinos. Sin embargo, a menudo vemos en la traducción de este tipo de documentos que el traductor no respeta esta norma y, al no existir espacio entre caracteres ni palabras, cuando en los catálogos aparece el nombre de los responsables de la empresa, el lector chino no sabe qué caracteres corresponden al nombre y cuáles a los apellidos.

Los números arábigos son el sistema numeral que en la actualidad se utiliza más amplia y corrientemente en el mundo, pero existen diferentes convenciones en cuanto a su uso. Por ejemplo, el chino usa una coma para separar cada tres cifras y un punto para indicar los decimales. Por lo tanto, los números que sobrepasan las tres cifras se tienen que escribir 32,000 o 32000, pero en ningún caso con un punto, ya que éste es interpretado como marca de decimal por el lector chino. Este tipo de error es grave, ya que puede transmitir una información confusa o distorsionada sobre cifras del volumen de producción, exportación, etc. de la empresa que ha hecho el encargo de traducción.

En cuanto a los números de teléfono o de fax no tienen una forma fija, pero siempre es mejor escribirlos según la práctica habitual en China para mayor claridad y evitar malentendidos. En España se escriben 34 93 304 6700 o 34 933 046 700, mientras que en chino la mejor solución es poner un signo “+” o dos “0” delante del número en cuestión (+34 93 304 6700 ó 0034 93 304 6700) para que el lector sepa en cuanto lo lea que el 34 es el código de España.

El último aspecto del que hablaremos en este trabajo es el formato de párrafo. La traducción de los materiales de presentación de empresas que nos ocupan deben servir para el mercado chino y, puesto que los receptores tienen la costumbre de leer y escribir en chino, es también importante conformar el formato del texto de acuerdo con las convenciones de este idioma de destino. En los ejemplos siguientes encontramos una serie de errores de formato que no se suelen cometer si la elaboración del documento se realiza en China porque, con los recursos técnicos disponibles, es fácil detectar los errores. En cambio, no es así si la traducción se realiza y maqueta en España o si está hecha por un traductor poco profesional que no se fija en estos detalles formales. Por ejemplo, según la práctica habitual en chino, la primera línea de cada párrafo ha de sangrarse un espacio de dos caracteres, cosa que no hace el traductor en los ejemplos (13) y (14). Por otra parte, para que un texto esté conforme a los criterios de la ortotipografía china, en general no se puede dejar un carácter solo en la última línea de un párrafo como ocurre en el caso de (13). Asimismo, es preciso evitar que un signo de puntuación ocupe una línea blanca sin caracteres como en el ejemplo (14). Como vemos en los ejemplos (13) y (14), el traductor de este catálogo utiliza el formato español sin modificar nada ni conformar el texto final a las convenciones tipográficas chinas. El resultado es que, en una publicación tan extensa como un catálogo de este tipo, el conjunto no se adecua a la estética china y, por lo tanto, ello puede contribuir a dar una mala imagen de la empresa española que se está presentando.

- (13)其他责任使生产技术现代化和土地发展结构现代化。使农民有职业能力,给他们提供技术咨询和企业管理。促进不同业务的发展,保证农村地区的收益。发展调查计划和农业方面的技术革新。促进葡萄种植业的改善和提高葡萄酒的质量。主要目标是提高加泰罗尼亚农产品得出口。
- (14)加泰罗尼亚以先进的技术和人文素养来适应不断变化的世界工业和现代化金融行业。

Además de los aspectos arriba mencionados, para conseguir un formato agradable a la vista, un traductor del español al chino también tiene que considerar el tamaño y el tipo de los caracteres que se van a emplear en el texto final, ya que los caracteres chinos cuentan con normas estéticas distintas de las letras europeas. Puesto que el cliente que encarga la traducción no suele conocer ni el idioma de destino ni sus convenciones lingüístico-estilísticas, no es capaz de darse cuenta de estos detalles y confía plenamente en la profesionalidad del traductor, por lo que es muy importante su buen quehacer y sentido de la responsabilidad.

A falta de más información sobre los traductores de los catálogos analizados (su formación, las condiciones de trabajo, etc.), no podemos establecer con certeza si los errores presentados en este trabajo responden a problemas o bien a dificultades de traducción, en los términos en los que los utiliza Nord (1991), es decir, si constituyen un problema objetivo que todo traductor debe resolver al realizar una traducción (problemas) o bien si son dificultades subjetivas relacionadas directamente con el traductor, sus condiciones de trabajo y sus propias limitaciones.

### 3.- CONCLUSIONES

El presente artículo se ha basado en el análisis de los textos originales y sus traducciones al chino de varios catálogos de empresas españolas para identificar y analizar los problemas que presenta este tipo de traducción y los errores más frecuentes que cometen los traductores al trasladar tanto la forma como el contenido. La importancia de la calidad de la traducción de los documentos de presentación de empresas reside en el hecho de que éstos constituyen una tarjeta de presentación muy importante, que contribuye decisivamente en la creación de la imagen que los colaboradores y clientes futuros o potenciales de esa empresa se van a hacer de ella.

El modismo chino 望文生义 (*wàngwén-shēngyì*) nos sirve para agrupar y describir distintos tipos de errores detectados en esta clase de textos que, a pesar de tener diferentes causas, podemos decir que tienen una base común: la traducción literal. Mediante el análisis de una serie de ejemplos de traducciones de catálogos hemos detectado las siguientes causas principales de los errores en la traducción de este tipo: polisemia, falta de conocimientos enciclopédicos, falta de conocimientos especializados (que en ambos casos llevan al traductor a optar por una traducción literal en vez de recurrir a un término más adecuado), la complicada sintaxis del español en relación con la del chino, diferencias morfológicas, culturales, discursivas y ortotipográficas.

Los ejemplos presentados han servido para ilustrar que la traducción literal puede dar lugar al uso de términos o expresiones en la lengua meta que no tienen las mismas connotaciones que en la lengua original, como sucede con “país mediterráneo” o bien que sencillamente no significan nada, como si traducimos literalmente “puente del Pilar”. Asimismo, además de tener amplios conocimientos de todas las disciplinas, el traductor de este tipo de textos debe tener presentes las características propias del chino con respecto del español y rehacer el discurso en concordancia. Así, por ejemplo, debe buscar la forma de transmitir el mismo mensaje que el original usando los recursos lingüísticos propios de la lengua de llegada, no debe buscar sinónimos donde el chino permite –e incluso prefiere– la repetición, y tiene que reformular las frases largas de acuerdo con la sintaxis del chino, acortando en lo posible las frases. Finalmente, por ser un material de propaganda, se tiene que mantener un estilo unificado que va a representar la imagen y la identidad de una empresa o institución en otro contexto cultural. Por consiguiente, a parte del contenido, el traductor debe velar también para que los aspectos formales (formato de párrafo, signos de puntuación, números, etc.) se adecúen a las convenciones y a la estética chinos.

En definitiva, los problemas encontrados son de diversa índole y se ajustan a las cuatro categorías propuestas por Hurtado (2001:287-8): lingüísticos (provocados por las discrepancias entre las dos lenguas en sus diferentes planos), extralingüísticos (relacionados con cuestiones de conocimientos culturales o enciclopédicos), instrumentales (que requieren la documentación o el

uso de las herramientas informáticas) y pragmáticos (como presunciones, implicaturas, etc.). El estudio de los errores de traducción chino-español de los catálogos de empresas y el análisis de sus causas nos ofrece la posibilidad de predecir qué tipo de dificultades y errores pueden presentarse en el futuro y establecer las bases para ponerles remedio. Para concluir, un traductor profesional que se precie de tener un alto nivel de competencia traductora debe conocer todas las características de este tipo de documentos, ser consciente de las diferencias interlingüísticas e interculturales y ser capaz de resolver las interferencias entre sus lenguas de trabajo si quiere realizar una traducción excelente que no traicione la intención del autor del texto original y cumpla la función que se pretendía en la lengua y cultura meta.

#### 4.- BIBLIOGRAFÍA

- Gouadec, Daniel. "Comprendre, évaluer, prévenir". *TTR. L'erreur en traduction* 2.2 (1989): 35-54.
- Hurtado, Amparo. *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Nord, Christiane. *Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam: Rodopi, 1991.
- Ramírez, Laureano. *Manual de Traducción Chino/Castellano*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española. 10 de mayo de 2008 <<http://buscon.rae.es/draeI/>>.
- Shangwu Yinshuguan Cishu Yanjiu Zhongxin (商务印书馆辞书研究中心). *Yingyong Hanyu Cidian* (应用汉语词典) [Diccionario de uso del chino]. Pekín: Shangwu Yinshuguan, 2000.
- Xu, Jianzhong (许建忠). *Gongshang Qiye Fanyi Shiwu* (工商企业翻译实务) [Práctica de traducción empresarial]. Pekín: China Translation & Publishing Corporation, 2002.

Artículo recibido: mayo de 2008