

Estudio contrastivo del folleto médico (inglés-español)

Goretti Faya Ornia

Universidad de Oviedo. Departamento de Filología Anglogermánica y Francesa
Calle Teniente Alfonso Martínez, s/n. 33011 Oviedo
fayagoretti@uniovi.es



Resumen

Conocer el comportamiento de un mismo género textual en dos lenguas diferentes ayuda a que los traductores realicen los cambios correspondientes en el texto meta teniendo en cuenta los patrones propios de la cultura de destino. Con este trabajo pretendemos dar a conocer los resultados obtenidos en un análisis contrastivo sobre los folletos médicos en inglés y en español. En él, con la ayuda de dos corpus textuales, tratamos de establecer las características que dicho género presenta en ambas lenguas. Tras señalar la relevancia de los folletos médicos y la relación existente entre traducción y análisis contrastivo, procederemos a describir nuestro estudio, los dos corpus con los que trabajaremos así como los objetivos perseguidos. Posteriormente, explicaremos con detalle las dos fases de nuestro modelo de análisis. Por último, expondremos, contrastaremos y comentaremos los resultados obtenidos en cada una de las categorías analizadas.

Palabras clave: análisis contrastivo (inglés-español); folletos españoles; folletos ingleses; características de folletos (inglés-español).

Abstract. *A contrastive study on medical leaflets (English-Spanish)*

Knowing the behaviour of a text genre in two different languages helps translators make the appropriate changes in the target text according to patterns in the target culture. With this work, we aim to show the results obtained in a contrastive analysis of medical leaflets in English and in Spanish. Using two text corpora, we will try to establish the features that this text genre presents in both languages. After referring to the relevance of medical leaflets as well as the relationship between translation and contrastive analysis, we will describe our study, the two corpora we will work with and the main aims we try to reach. Then, we will explain in detail the two stages of our model of analysis. Finally, we will show, contrast and comment on the results obtained in each of the categories that we analysed.

Keywords: contrastive analysis (English-Spanish); Spanish leaflets; English leaflets; features of leaflets (English-Spanish).

Sumario

- | | |
|--------------------------------------|----------------------------|
| 1. Introducción | 3. Nuestro estudio |
| 2. Análisis contrastivo y traducción | Referencias bibliográficas |

1. Introducción

El rápido avance de la ciencia y la técnica ha generado un incremento en el número de publicaciones, especialmente en lengua inglesa. A su vez, ha repercutido en un aumento de la demanda de textos traducidos en dichos ámbitos. De hecho, la traducción se ha convertido en un elemento imprescindible, ya que no todos los expertos entienden y escriben inglés correctamente. El aumento de la demanda no ha sido la única consecuencia del rápido avance de la ciencia. El interés en los textos científico-técnicos ha dado lugar a multitud de estudios terminológicos, estilísticos y traductológicos (como los de Gläser 1990 y 1998; Wright y Wright 1993; Göpferich 1995a y 1995b; Navarro 1997 y 1998; Eubanks 1998; Gamero 1998 y 2001; Gutiérrez Rodilla 1998; Hoffmann, Kalverkämper y Wiegand 1998; Vandaele 2001; Aitken 2002; Gonzalo García y García Yebra 2004; Mayor Serrano 2003 y 2010; Montalt i Resurrecció 2005; García Izquierdo 2009, por citar algunos ejemplos).

A pesar del alto volumen de publicaciones sobre textos médicos, puede observarse un vacío considerable en lo que atañe a un elemento de gran importancia: el «folleto médico». El uso de estos textos es cada vez más frecuente en hospitales, centros de salud, centros de día, Consejerías de Sanidad, etc., para transmitir información especializada al público general (receptores legos en la materia). Sin embargo, las investigaciones realizadas al respecto son muy escasas. Aún lo son más, las que versan sobre la traducción de dichos textos.

2. Análisis contrastivo y traducción

El análisis contrastivo se originó en los Estudios de Traducción como consecuencia de la relevancia adquirida por la noción de equivalencia (Baker 1993: 236-237). Este tipo de análisis resulta muy útil no solo para observar las técnicas empleadas durante el proceso traductor, sino también como herramienta de medición de calidad de una traducción. Posteriormente los Estudios de Corpus también empezaron a hacer uso de este tipo de análisis con el fin de comparar lenguas y recursos lingüísticos. No solo se contrastaban corpus de textos originales en dos idiomas distintos, sino también originales con sus correspondientes traducciones. Actualmente, este análisis se utiliza además en varias disciplinas de contraste interlingüístico e intercultural (Sánchez Trigo 2002: 122). Entre ellas destacan la enseñanza de lenguas, el análisis lingüístico y el trabajo contrastivo lexicográfico o terminológico (Lauridsen 1996: 63).

Para el traductor es importante conocer las características de las lenguas con las que trabaja (House y Shoshana 1986). El análisis contrastivo puede ofrecer

una descripción muy precisa en lo que respecta a características universales, tipológicas o específicas de una lengua concreta (Aijmer *et al* 1996 y Mathesius 1975, *apud* Johansson 2003: 35).

The contrastive method proves to be a useful heuristic tool capable of throwing valuable light on the characteristic features of the languages contrasted. (Firbas 1992: 13, *apud* Johansson 2003: 34)

El contraste intergenérico permite además reconocer e interiorizar los diferentes patrones descriptivos de los géneros en las lenguas de trabajo, así como utilizarlos y asumir las posibles estrategias que se deben utilizar en el caso de que los géneros en dichas lenguas se codifiquen de forma diferente. De este modo, el receptor percibirá el texto meta según sus expectativas (García Izquierdo 2002: 14). Es conveniente que el traductor sea consciente de las diferencias en estos niveles, ya que determinarán sus decisiones. Los textos traducidos en los que se implementan estos cambios serán mejor aceptados por sus destinatarios, y por tanto, cumplirán mejor la función para la que se crearon.

El análisis empírico interlingüístico e intercultural de las convenciones textuales establecidas en un ámbito comunicativo concreto debe servir para aproximarse a las expectativas que los receptores de la lengua de llegada se forman a partir de sus experiencias previas. Se trata de una información fundamental para el traductor, ya que la ruptura de los parámetros convencionales, cuya formación explica el concepto de prototipos, podría suponer el rechazo por parte de los receptores. (Sánchez Trigo 2002: 126)

3. Nuestro estudio

3.1. Objetivos de nuestro estudio

En el presente trabajo de investigación trataremos de alcanzar los siguientes objetivos mediante un análisis contrastivo:

1. Identificar las características del género del folleto médico en español.
2. Identificar las características del género del folleto médico en inglés.
3. Detectar similitudes y diferencias del género del folleto médico en español y en inglés con el fin de que actúen de directrices en la traducción de folletos médicos.

3.2. Descripción de los corpus creados

Para conseguir los objetivos expuestos, hemos trabajado con dos corpus de folletos médicos, que presentaban las siguientes características.

En primer lugar, los folletos se recogieron exclusivamente en España y en el Reino Unido, por ser nuestros dos países de estudio.

En segundo lugar, los folletos recopilados son reales. Todos los textos estaban a disposición del público en hospitales, clínicas, centros de salud o delegaciones de los Ministerios de Sanidad.

En tercer lugar, los documentos están dirigidos al público general, ya sean pacientes o familiares de estos.

En cuarto lugar, los textos son recientes. Entendemos por «reciente» que se hayan publicado en los últimos cinco años.

En quinto lugar, los folletos están impresos (formato papel). Inicialmente no habíamos incluido este criterio, ya que existe un alto número de folletos publicados en versión electrónica. Sin embargo, las cuestiones relacionadas con la macroestructura (formato de impresión y encuadernación, tipo de papel, etc.) se observan únicamente en los folletos impresos.

En sexto lugar, los textos están redactados en lengua original: 100 folletos en inglés británico y 100 en español de España.

3.3. *Modelo de análisis*

Nord (2010: 12) sostiene que los siguientes pueden ser posibles elementos comparativos en dos lenguas:

1. Distribución de la información en la macroestructura.
2. Organización de la progresión de tema y rema.
3. Refuerzo de la cohesión mediante conectores, anáforas o catáforas.
4. Empleo de estrategias metadiscursivas.
5. Utilización de títulos o encabezamientos.
6. Especificación por medio de adjetivos, frases preposicionales, oraciones de relativo, paréntesis, etc.
7. Expresión implícita de la actitud del hablante (partículas ilocutivas, subjuntivo, diminutivos, orden de palabras, etc.).

El modelo de análisis que seguiremos en nuestro trabajo tiene un enfoque de arriba abajo y en él hemos tratado de recoger todos los elementos destacados por Nord. Nuestro modelo consta de dos fases: la primera atiende a aspectos formales y la segunda a elementos lingüísticos. En la primera, prestaremos atención al tipo de papel, el soporte, los elementos gráficos, la extensión del folleto, la variabilidad de las fuentes y estilos así como la macroestructura. En la segunda fase, atenderemos al registro, la longitud y construcción de frases, las repeticiones y la terminología.

3.3.1. *Herramienta de gestión utilizada*

Una vez recopilados los folletos, iniciamos el proceso de etiquetado en un archivo Excel. La elección de este programa se debió principalmente a la amplia variedad de prestaciones que ofrece para el tratamiento de datos (sumas, porcentajes, frecuencia de aparición de un término, cálculo de datos estadísticos, etc.).

El análisis de los documentos se realizó atendiendo a las dos fases del modelo de análisis indicadas más arriba. Con el fin de recopilar y estructurar la información correspondiente a la primera fase, distinguimos los siguientes campos:

1. Tipo de papel. Indicaremos si se trata de papel normal o especial. Con «especial» nos referimos a un papel brillante y de grosor especial.
2. Presentación de la información. El soporte puede ser una sola hoja, un díptico, un tríptico, un políptico, varias hojas grapadas, modo de libro, o bien tener otra presentación diferente.
3. Número de páginas. Este campo solo es aplicable a los folletos compuestos por varias hojas grapadas o bien que se encuentren en modo de libro. En el recuento, se incluye la portada.
4. Elementos gráficos. Analizaremos aquí tanto la presencia de imágenes como su distribución y las características que presentan. Este bloque se estructura en tres apartados:
 - a) Presencia de imágenes. Las categorías que distinguimos aquí son las siguientes: no hay imágenes, las imágenes se encuentran solo en la portada, las imágenes se encuentran únicamente en el cuerpo del folleto, las imágenes se encuentran tanto en la portada como en el cuerpo del folleto.
 - b) Color. Aquí observaremos si están en color o en blanco y negro. En el caso de que no haya imágenes, esta categoría quedará vacía.
 - c) Realidad de las imágenes. Especificaremos si las imágenes son reales o dibujos, o bien si existe una combinación de ambos tipos. En caso de que no haya imágenes, esta categoría se quedará vacía.
5. Otros aspectos formales. Esta categoría se divide en dos subcategorías:
 - a) Tipos de fuente. Diferenciamos dos categorías: si son fuentes sencillas (Arial, Calibrí, Times New Roman, etc.) o, si por el contrario, se han utilizado otros tipos de fuentes variados y llamativos (como puede ser Lucida Calligraphy, Informal Roman o Parade, por citar algunos ejemplos).
 - b) Estilo y tamaño de letra. Distinguimos cuatro categorías: si son variados y bien visibles, si son variados pero tienen un tamaño pequeño, si son poco variados pero bien visibles, o si son poco variados y además tienen un tamaño pequeño.
6. Macroestructura. Esta categoría se divide en dos grupos:
 - a) Estructura de bloques. Aquí indicaremos si el folleto tiene una estructura definida, poco definida o si no está definida. Será definida cuando se observen con claridad las partes que lo componen. Si no se reconoce la estructura fácilmente, pero se incluyen títulos en cada epígrafe, consideraremos que el folleto estará poco definido. Por último, si no se reconoce la estructura y además el folleto carece de títulos, entenderemos que no está definido.
 - b) Orden de bloques. En este apartado, mencionaremos los bloques más frecuentes detectados en cada uno de los corpus.
Aquí concluye la primera fase del modelo de análisis. Los campos que aparecen a continuación, se corresponden con la segunda fase.
7. Número de lenguas. Indicaremos si un folleto está redactado en una sola lengua (inglés o español) o si aparece en ambas.
8. Registro. Especificaremos aquí si se emplea la apelación directa, estructuras impersonales (registro neutro), o bien la primera persona (singular o plural).

En los folletos españoles, distinguiremos dos categorías de apelación, debido a que puede ser formal (*usted/ustedes*) o informal (*tú*). En los folletos ingleses, habrá una única categoría (*you*). En ocasiones, pueden coexistir varias formas en un mismo folleto; en dicho caso, seleccionaremos el patrón más recurrente.

9. Longitud y composición de frases. Este bloque se divide en cuatro categorías:
 - a) Cantidad de texto. Observaremos aquí si el volumen de información es elevado y si esta se presenta en párrafos completos u oraciones, o si, por el contrario, se prefieren frases breves e incluso simplemente términos. En caso de que se combinen varias formas, seleccionaremos la más frecuente.
 - b) Frases con más de un verbo conjugado. Con esta categoría tratamos de determinar la longitud de las frases en cada corpus, así como si se opta por oraciones simples o, si por el contrario, se tiende a la subordinación, coordinación o yuxtaposición. En caso de coexistencia de varias formas, seleccionaremos la más frecuente.
 - c) Inicios de listas. Observaremos si las listas están introducidas por verbos o sustantivos, o si por el contrario, no hay un predominio resaltable. Las oraciones conjugadas y las formas gerundias (*-ing*), las registraremos como verbos.
 - d) Conectores. Determinaremos si se incluyen conectores o no.
 - e) Repeticiones. Indicaremos aquí el nivel de repetición, ya sea a nivel lingüístico, conceptual, o a ambos niveles (o incluso, la ausencia de repetición).
 - f) Terminología. Este bloque consta de dos apartados:
 - Especialización. Indicaremos el grado de especialización de la terminología. Esta puede ser general (términos que los pacientes reconocen con facilidad y utilizan frecuentemente) o especializada (términos formales empleados por médicos y que un paciente no reconoce ni utiliza). En ocasiones, puede haber una combinación de ambas. Entendemos por término especializado aquel empleado por especialistas (Álvarez de Mon 2005: 45). Son estos términos los que caracterizan los lenguajes de especialidad (Cabré 1993: 103). En este sentido, *cefalea* sería un término especializado, mientras que *dolor de cabeza* sería un término general. Consideraremos que la terminología del folleto es especializada cuando incluya más de tres términos especializados. La selección del número 3 se debe a un muestreo que realizamos antes de analizar nuestros corpus. En dicho muestreo, pudimos constatar que la presencia media de términos especializados en el total de folletos era de tres.
 - Siglas. Veremos aquí la frecuencia de las siglas en los folletos médicos: si son frecuentes (más de tres en un mismo folleto), poco frecuentes (si hay un máximo de tres siglas), o bien si no hay ninguna. La elección del número tres se debe a las mismas causas explicadas para terminología especializada.

3.4. Resultados

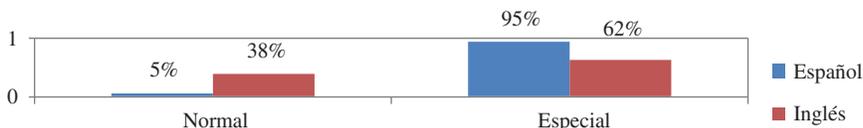
3.4.1. Primera fase

En este apartado comentaremos los resultados obtenidos en el análisis de nuestros dos corpus (documentos originales en español y originales en inglés). Atenderemos para ello a la primera fase de nuestro modelo de análisis. A saber:

- Primera fase
- Tipo de papel (*especial o normal*).
 - Presentación de información (*hoja, díptico, tríptico, políptico u otra presentación*).
 - Imágenes (*presencia o ausencia de imágenes; color o blanco y negro; reales o dibujos*).
 - Otros aspectos formales (*variabilidad de fuentes y estilos*).
 - Macroestructura (*presencia y ubicación de bloques y apartados*).

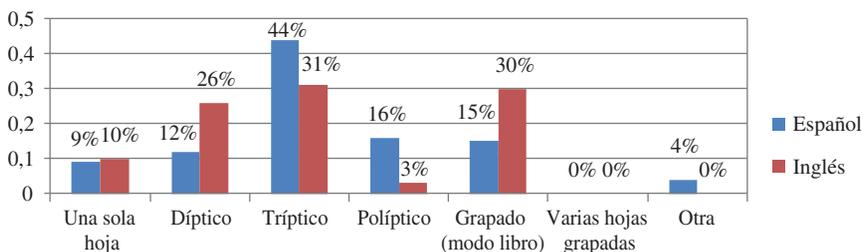
a) Tipo de papel

Tanto los folletos españoles como los ingleses se encuentran principalmente en papel de grosor especial y brillante. Sin embargo, en el corpus de documentos españoles, la prevalencia es mayor (el 95% frente al 62% de los folletos ingleses). Destacamos el alto porcentaje detectado en los folletos ingleses en lo que se refiere al papel normal (38%), frente al bajo 5% de los españoles.



b) Presentación de información

El formato de presentación predominante en los folletos españoles es el tríptico (44%). En los folletos ingleses se opta también por el tríptico (31%), pero también, con porcentajes muy similares, por el modo de libro (30%) y el díptico (26%).

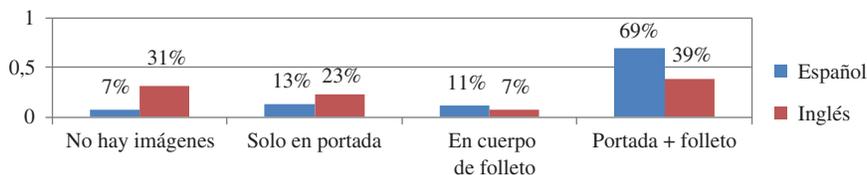


Los folletos en «modo de libro» presentan diferentes características en los dos corpus. En primer lugar, las páginas aparecen frecuentemente numeradas (incluyendo la portada) en los folletos ingleses, pero no en los españoles. En segundo lugar, la extensión del «modo de libro» en los dos corpus es variable. El número medio de páginas en los quince folletos españoles que se encuentran

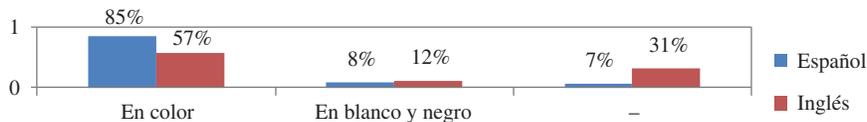
en este formato es de 15 páginas (incluida la portada). En los veinticinco folletos ingleses, es de 17,2 páginas. Sin embargo, consideramos que la media no ofrece información representativa en este caso, ya que los datos de las muestras son muy distantes. En español, el folleto más extenso consta de 56 páginas, mientras que el más breve tiene tan solo 8. En inglés, el número máximo de páginas es de 28, y el mínimo, de 8. Por este motivo, hemos procedido al cálculo de la mediana, que en nuestra opinión, aporta un dato más real en lo que atañe al número de páginas. Los folletos españoles tienen una mediana de 12 páginas. Los ingleses, de 16.

c) Imágenes

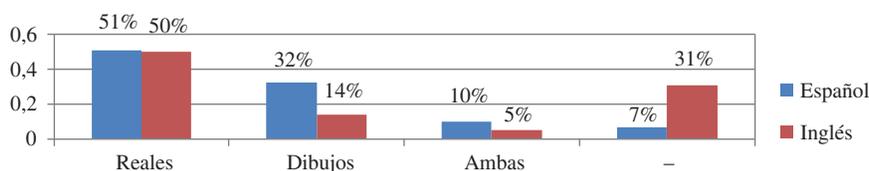
Las imágenes están presentes en los dos corpus de folletos, pero son más frecuentes en los españoles (93%) que en los ingleses (72%). Suelen localizarse tanto en la portada como en el cuerpo del folleto (69% en los folletos españoles y 39% en los ingleses). Ahora bien, en los folletos ingleses resulta llamativo no solo que las imágenes aparecen con menos frecuencia, sino también que un porcentaje elevado (23%) incluyen imágenes únicamente en la portada (frente al escaso 13% de los folletos españoles).



Las imágenes están frecuentemente impresas en color. El porcentaje es más elevado nuevamente en los folletos españoles (85%) que en los ingleses (57%). La presencia de imágenes en blanco y negro es de nuevo superior en inglés (12%) que en español (8%). Los datos de las tres últimas columnas representan los folletos en los que no hay ninguna imagen. Esta categoría la hemos marcado con una raya (-).

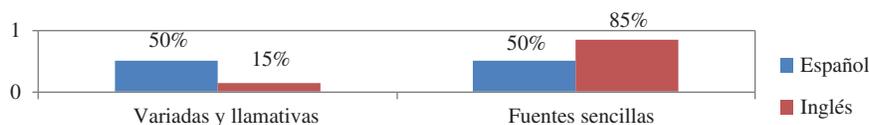


En los dos corpus son frecuentes las imágenes reales en porcentajes muy similares (51% en español, 50% en inglés). Sin embargo, la existencia de dibujos es más elevada en los folletos españoles (32%) que en los ingleses (14%). De nuevo, los datos de las tres últimas columnas representan los folletos que no contienen ninguna imagen. Esta categoría la hemos marcado con una raya (-).

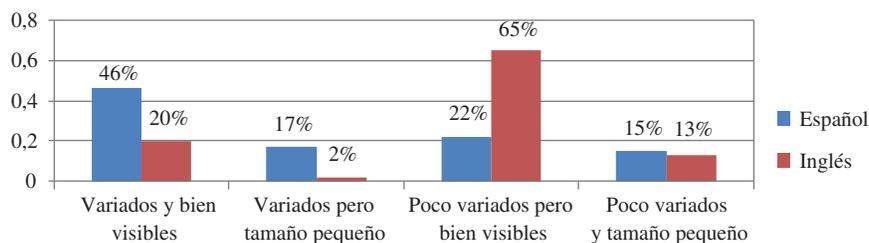


d) Otros aspectos formales: fuentes y estilos

En las fuentes de los folletos españoles no existe un claro predominio de fuentes variadas o sencillas (el 50% son variadas y llamativas, mientras que el otro 50% son sencillas). En inglés, sin embargo, predomina claramente el uso de fuentes sencillas (85%, frente a un 15% de los folletos españoles).



Los estilos en los folletos españoles son más variados y visibles que en inglés. De las cuatro categorías que hemos establecido para los estilos, los folletos españoles se enmarcan principalmente en «variados y bien visibles» (46%), aunque en ocasiones son «poco variados pero bien visibles» (22%) o «variados pero de tamaño pequeño» (17%). Los folletos ingleses, sin embargo, se corresponden con «estilos poco variados pero bien visibles» (65%), aunque en ocasiones pueden ser «variados y bien visibles» (20%) o «poco variados y poco visibles» (13%). Vemos por tanto que las fuentes y los estilos son más variados y llamativos en español que en inglés. En general, los folletos ingleses se ven bien, pero son menos variados y llamativos que los españoles.



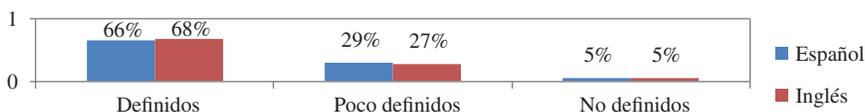
e) Macroestructura

Debido a la amplitud de temáticas tratadas y a la flexibilidad del diseño de los folletos médicos, resulta complicado establecer un patrón estándar de su estructura. Sin embargo, podemos destacar los bloques más frecuentes en cada uno de los corpus.

En los folletos españoles, los bloques están bien definidos (66%). En primer lugar, se incluye una introducción (puede ser un párrafo o una frase breve). A

continuación, se expone la información dividida en distintos apartados, que pueden ser pasos a seguir, preguntas frecuentes, etc. Para finalizar, se incluye un apartado con información sobre la entidad organizadora así como un teléfono o dirección de contacto.

En los folletos ingleses, los bloques están también bien definidos (68%). Por lo general, al igual que en español, se ofrece en primer lugar una introducción (puede ser un párrafo o una frase breve). Sin embargo, en estos folletos, aparece a continuación un índice, con la correspondiente numeración de páginas. Como sucedía en los folletos españoles, la información que se incluye después está dividida en distintos apartados, que pueden ser pasos a seguir, preguntas frecuentes, etc. Para finalizar, se incluye un resumen (ausente, por lo general, en español), información sobre la responsabilidad legal del folleto (información no presente en el corpus de documentos españoles), un apartado con información sobre la entidad organizadora así como un teléfono o dirección de contacto.



3.4.2. Segunda fase

Continuamos con la segunda fase del análisis, que como recordaremos, está centrada en los aspectos lingüísticos.

Segunda fase

- Número de lenguas (*español, inglés, español+inglés*).
- Registro (*apelaciones – formal o informal; primera persona; empleo de estructuras impersonales*).
- Frases (*longitud y construcción: cantidad de texto, frases subordinadas, uso de conectores, predominio de verbos/sustantivos*).
- Repeticiones (*lingüísticas o conceptuales*).
- Terminología (*general o especializada; uso de siglas*).

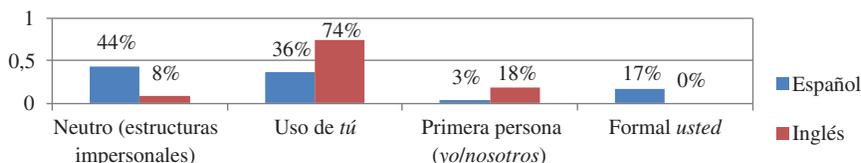
a) Número de lenguas

Entre los folletos españoles, hemos detectado 29 folletos bilingües: 16 folletos están escritos en ambas lenguas y 13 están escritos en español, pero en el momento de la recogida, se encontraba el folleto traducido al lado del folleto original. Por el contrario, todos los folletos ingleses analizados son monolingües.

b) Registro

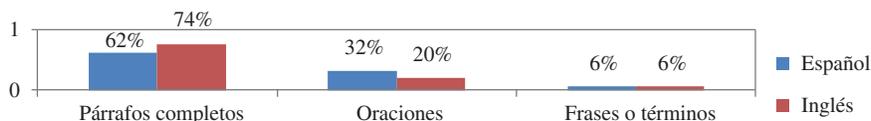
En los folletos españoles predomina la apelación directa (*tú* o *usted*), con una frecuencia del 53%. El 36% corresponde a la segunda persona del singular (*tú*), mientras que en el 17% de los folletos se apela formalmente al lector mediante la forma *usted*. También son frecuentes (44%) las estructuras impersonales (destacan especialmente las estructuras con *se*), que otorgan al texto un carácter neutro. El uso de la primera persona es muy reducido (3%).

En los folletos ingleses, se opta también por la apelación directa (*you*) con un 74% de recurrencia. Las explicaciones en primera persona son más frecuentes en inglés (18%) que en español y aparecen especialmente como título de apartado. No obstante, su uso queda relegado principalmente a folletos en los que la estructura se divide por preguntas frecuentes del tipo *¿qué debo hacer si...?* Las estructuras impersonales son, sin embargo, mucho menos frecuentes en inglés, ya que solo representan un 8%.

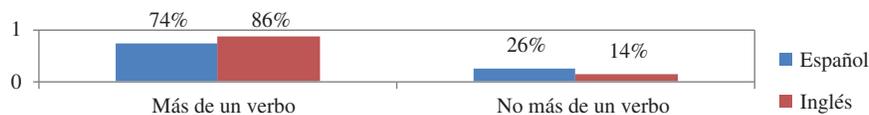


c) Frases: cantidad de texto, frases subordinadas, uso de conectores, predominio de verbos/sustantivos

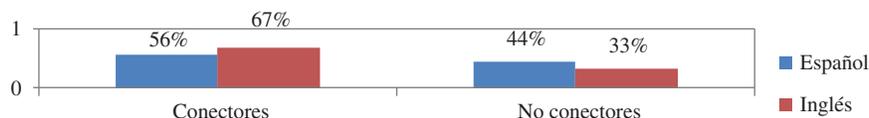
Tanto en inglés como en español, la información se ofrece en párrafos completos (62% en español y 74% en inglés) o bien mediante oraciones independientes (32% en español y 20% en inglés). El número de folletos en los que se emplean únicamente términos o frases breves es bajo en los dos corpus, pero es ligeramente más elevado en los textos ingleses (6% en español, 7% en inglés). El hecho de que en el corpus de textos ingleses haya más folletos estructurados en párrafos, junto con la prevalencia del formato de modo de libro así como el elevado número de páginas registrado, nos muestra que dichos folletos suelen ser más extensos y contener más cantidad de texto que los españoles.



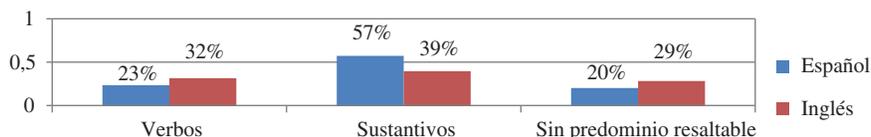
El porcentaje de frases con más de un verbo conjugado es inferior en español que en inglés (74% en español y 86% en inglés).



Asimismo, el porcentaje correspondiente a la presencia de conectores vuelve a ser inferior en el corpus de folletos españoles (56% en español y 67% en inglés).

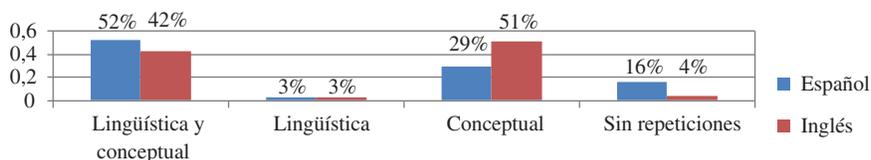


En español, las listas están introducidas claramente por sustantivos (57%). Tan solo en el 23% de los casos, se ha optado por verbos. Sin embargo, en inglés, los resultados no son concluyentes, ya que en el 39% de los folletos las enumeraciones están introducidas por sustantivos, y en el 32%, por verbos.



d) Repeticiones

Las repeticiones son frecuentes tanto en los folletos ingleses como en los españoles. Tan solo en el 16% de los folletos españoles y en el 4% de los ingleses no se han detectado repeticiones. Aunque suelen combinarse las repeticiones lingüísticas y las conceptuales (52% en español y 42% en inglés), en inglés se han registrado más folletos que incluyen únicamente repeticiones conceptuales (51%, frente al 29% de los folletos españoles).



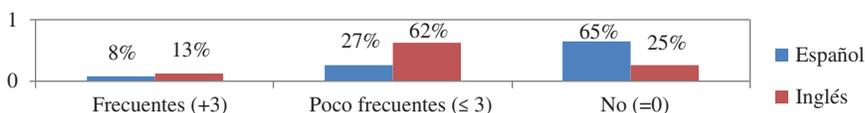
e) Terminología

Predomina el uso de terminología general en los dos corpus (63% en español y 85% en inglés). No obstante, en ocasiones, también se emplea terminología especializada, que es más frecuente en español que en inglés (8% en español y 3% en inglés) o una combinación de ambas (29% en español y 12% en inglés).



En los folletos españoles se emplean siglas en el 35% de los folletos: en el 27% son poco frecuentes (3 o menos) y en el 8% son frecuentes (más de 3). Las siglas pueden estar en el nombre del hospital o clínica (por ejemplo, Hospital USP Marbella) o bien en términos especializados (VIH, TC, etc.).

En los folletos ingleses, las siglas son más frecuentes que en español (en el 75% de los folletos). A pesar de su frecuencia, no suelen superarse las cinco siglas en un mismo folleto: en el 62% son poco frecuentes, mientras que en el 13% son frecuentes. Pueden corresponder a nombres de hospitales o del sistema de salud (por ejemplo, NHS), a términos especializados (HIV, CT, etc.) o bien a términos generales (UK, GP, etc.).



3.4.3. Resultados y discusión

Hemos observado que los folletos españoles son generalmente más llamativos e informales que los ingleses: se emplea con más frecuencia papel especial, las imágenes son más comunes, se incluye un alto volumen de imágenes en color, los dibujos son frecuentes y presentan una gama muy diversa de estilos y fuentes. Por el contrario, los folletos ingleses son más serios y con un diseño más formal: es frecuente el uso de papel normal, es elevado el número de folletos sin imágenes (y en los que las incluyen, predominan las imágenes reales) y las fuentes y estilos son sobrios y sencillos. En nuestra opinión, esta seriedad en el diseño de los folletos ingleses puede deberse en parte a que es necesario aportar formalidad al texto y respeto al lector. Esto en español se puede conseguir más fácilmente mediante el empleo de la forma *usted*.

En lo que atañe al número de lenguas, hemos visto que todos los folletos ingleses analizados son monolingües, mientras que los folletos españoles son en ocasiones bilingües. El motivo puede ser el carácter internacional del inglés. La cultura inglesa no tiene la necesidad de traducir sus folletos a ninguna otra lengua, puesto que se asume que los visitantes extranjeros entenderán el inglés. Sin embargo, en la cultura española parece necesario traducir determinados folletos con el fin de que el mensaje llegue a un mayor número de turistas que pueden tener dificultades para entender español.

En cuanto a la terminología, hemos observado que se siguen los patrones propios de cada idioma. Esto es, en español se emplean con frecuencia términos grecolatinos, mientras que en inglés dichos términos se consideran formales y suelen evitarse en conversaciones de ámbito general. Esto hace que en español haya una mayor probabilidad de terminología especializada, ya que esta, por lo general, es de origen grecolatino. En inglés, sin embargo, el lenguaje médico a menudo cuenta con dos términos: uno especializado y otro divulgativo. En este sentido, *femur* y *thigh bone* se refieren al mismo concepto, al igual que *clavicle* y *collar bone* o *paraesthesia* y *pins and needles*. En español esta duplicidad es menos común, aunque a veces también se produce, como puede ser el caso de *pediculosis* o *piojos*. Por otro lado, las siglas, típicas del inglés en comunicaciones de ámbito general (GP, HIV, ID, NHS, UK, etc.), también están presentes en los folletos médicos, mientras que están ausentes casi por completo en los folletos españoles.

Al realizar el análisis, hemos podido observar también que las oraciones en español son ligeramente más largas que en inglés. Esto se debe principalmente a la frecuencia de subordinación y coordinación en español. Sin embargo, son más breves de lo que es habitual en español. Por el contrario, las oraciones en inglés, aunque pueden contener dos verbos, no son subordinadas largas ni están separadas por punto y coma. Normalmente se trata de dos acciones coordinadas o bien frases condicionales breves. Sin embargo, los resultados obtenidos en nuestro análisis

contrastivo revelan datos opuestos, esto es, un mayor número de verbos por oración en inglés que en español. Esto se debe a que en el corpus de textos españoles se ha registrado un mayor número de folletos que no se estructuran en párrafos sino en oraciones. En ellos, se opta por frases breves que constan de un solo verbo.

Por otro lado, en nuestra opinión, la presencia de conectores en las frases está relacionada con la longitud de la frase. Por ejemplo, si una oración comienza con una conjunción adversativa, es probable que la frase se alargue ligeramente. Debido a que las frases españolas son más largas, cabe pensar que contendrán mayor número de conectores. Sin embargo, el hecho de que el porcentaje de conectores sea inferior en los folletos españoles puede deberse nuevamente al hecho de haberse registrado un mayor número de folletos estructurados en términos y oraciones que en inglés. El empleo de conectores decae en los folletos formados por oraciones independientes, mientras que son especialmente frecuentes en los folletos estructurados en párrafos completos.

En lo que atañe a las repeticiones, consideramos que pueden ser un rasgo de cada cultura en particular, pero sin duda también están relacionadas con la función que transmita el folleto. De este modo, si se persiguen fines comerciales, será más probable encontrar un mayor número de repeticiones lingüísticas. Si por el contrario, el folleto trata de prevenir una enfermedad, quizás se haga hincapié en la idea que se persigue y se explique de maneras diferentes.

Otras diferencias detectadas que no parecen tener otra causa justificada más que aspectos preferenciales de cada lengua son las siguientes. Por un lado, el empleo de sustantivos en español para introducir listas, mientras que en inglés se observa un uso poco concluyente de sustantivos y verbos (porcentajes similares). Por otro lado, el formato de presentación: el tríptico en español, frente al díptico, tríptico y modo de libro en inglés. En nuestra opinión, es precisamente este formato de «modo de libro» el que determina algunos de los rasgos detectados en la macroestructura de los folletos ingleses, tales como el índice (con la correspondiente numeración de páginas), el resumen y la información sobre la responsabilidad legal del folleto.

En nuestra opinión, sería aconsejable que el traductor implementara todas estas recomendaciones en su traducción, para que el folleto médico traducido cumpla con las características que dicho género tiene en la cultura de destino (británica, en el caso que nos ocupa).

Referencias bibliográficas

- AIJMER, Karin; ALTENBERG, Bengt; JOHANSSON, Mats (1996). «Languages in Contrast». *Papers from a symposium on text-based cross-linguistic studies (4-5 marzo 1994)*. *Lund Studies in English*, 88. Lund: Lund University Press.
- AITKEN, Martin (2002). «Language in specialised contexts: towards a pragmatics of LSP». *Fachsprache*, 3, 4, pp. 90-106.
- ÁLVAREZ DE MON Y REGO, Inmaculada (2005). «La indeterminación del significado en el léxico inglés de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)». *Revista Española de Lingüística Aplicada (RESLA)*, p. 43-66.

- BAKER, Mona (1993). «Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Applications». En: BAKER, Mona; FRANCIS, Gill; TOGNINI-BONELLI, Elena. *Text and Technology: In honour of John Sinclair*. Ámsterdam, Filadelfia: John Benjamins, pp. 233-250.
- CABRÉ, María Teresa (1993). *La terminología. Teoría, método y aplicaciones*. Barcelona: Antártida, Empúries.
- EUBANKS, Philip (1998). «Genre and Technical Translation: Social, Textual, and Educational Exigence». *Journal of Business and Technical Communication*, 12, pp. 50-70.
- FIRBAS, Jan (1992). *Functional Sentence Perspective in Written and Spoken Communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GAMERO, Silvia (1998). *La traducción de textos técnicos (alemán-español): Géneros y subgéneros*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2001). *La traducción de textos técnicos: descripción y análisis de textos (alemán-español)*.
- GARCÍA IZQUIERDO, Isabel (2009). *Divulgación médica y traducción. El género Información para pacientes*. Berna: Peter Lang.
- GLÄSER, Rosemarie (1990). *Fachtextsorten im Englischen*. Tübinga: Narr.
- (1998). «Fachtextsorten der Wissenschaftssprachen I: der wissenschaftliche Zeitschriftenaufsatz». En: HOFFMANN, Lothar; KALVERKÄMPER, Hartwig; WIEGAND, Herbert E. *Fachsprachen: ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*, Vol. 1. Berlín, Nueva York: Walter de Gruyter, pp. 482-488.
- GONZALO GARCÍA, CONSUELO; GARCÍA YEBRA, Valentín (2004). *Documentación y terminología para la traducción especializada*. Madrid: Arco/Libros.
- GÖPFERICH, Susanne (1995a). *Textsorten in Naturwissenschaften und Technik. Pragmatische Typologie, Kontrastierung, Translation*. Tübinga: Narr.
- (1995b). A pragmatic classification of LSP texts in science and technology. *Target*, 7, 2, pp. 305-326.
- GUTIÉRREZ RODILLA, Bertha María (1998). *La ciencia empieza en la palabra: análisis e historia del lenguaje científico*. Barcelona: Península.
- HOFFMANN, Lothar; KALVERKÄMPER, Hartwig; WIEGAND, Herbert Ernst (1998). *Fachsprachen: ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*, Vol. 1. Berlín, Nueva York: Walter de Gruyter.
- HOUSE, Juliane; BLUM-KULKA, Shoshana (1986). *Interlingual and Intercultural Communication: Discourse and Cognition in Translation and Second Language Acquisition Studies*. Tübinga: Gunter Narr.
- JOHANSSON, Stig (2003). «Contrastive Linguistics and corpora». En: GRANGER, Sylviane; LEROT, Jacques; S. PETCH-TYSON, Stephanie. *Corpus-based Approaches to Contrastive Linguistics and Translation Studies*. Ámsterdam/Nueva York: Rodopi, pp. 31-44.
- LAURIDSEN, Karen (1996). «Text corpora in contrastive linguistics: Which type of corpus for which type of analysis?» En: AJMER, Karin; ALTENBERG, Bengt; JOHANSSON, Mats. *Languages in contrast. Papers from a symposium on text-based cross-linguistic studies (4-5 de marzo de 1994)*. Lund: Lund University Press, pp. 63-71.
- MATHESIUS, Vilém (1975). *A functional analysis of present day English on a general linguistic basis*. Praga: Academia.
- MAYOR SERRANO, María Blanca (2003). *Tipología textual pragmática y didáctica de la traducción en el ámbito biomédico*. Granada: Universidad de Granada.
- (2010). «Revisión y corrección de textos destinados a los pacientes... y algo más». *Panace@*, 11, 31, pp. 29-36.
- MONTALT I RESURRECCIÓ, Vicent (2005). *Manual de traducció científicotècnica*. Vic: Eumo Editorial.

- NAVARRO GONZÁLEZ, Fernando (1997). *Traducción y lenguaje en medicina [German words open to mistranslation in medicine]*. Barcelona: Fundació Dr. Antonio Esteve & Doyma.
- (1998). *Las mil y una zancadillas del inglés médico*. Granada: Comares.
- NORD, Christiane (2010). «La intertextualidad como herramienta en el proceso de traducción». *Puentes*, 9, pp. 9-18.
- SÁNCHEZ TRIGO, María Elena (2002). «Tipologías textuales y traducción». *TRANS*, 6, pp. 121-134.
- VANDAELE, Sylvie (2002). «La relève : l'enseignement de la traduction biomédicale». *Circuit*, 74, pp. 16-17.
- WRIGHT, Sue Ellen; WRIGHT, Leland (1993). *Scientific and Technical Translation*. Ámsterdam, Filadelfia: John Benjamins.