



Universidad de Valladolid

Facultad de Traducción e Interpretación
Grado en Traducción e Interpretación

**Propuesta y comentario de traducción DE-ES
de textos publicitarios de asociaciones de ayuda
a personas con trastornos alimenticios y sitios
web institucionales de información para la salud**

Sofía Valenzuela Rico

Tutora: María Teresa Sánchez Nieto

Departamento de Lengua Española

Curso: 2023-2024

1. INTRODUCCIÓN	2
2. MARCO TEÓRICO: ANÁLISIS TEXTUAL PARA TRADUCCIÓN PUBLICITARIA	3
3. PARTE PRÁCTICA: CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS TEXTOS DE ORIGEN, TRADUCCIÓN Y COMENTARIO DE LA TRADUCCIÓN	4
3.1. PUESTA EN CONTEXTO DE LOS TEXTOS DE ORIGEN	4
3.2. ANÁLISIS Y COMENTARIO DE LOS TEXTOS DE ORIGEN	5
3.3. EXPLICACIÓN DEL ENCARGO	7
3.4. TRADUCCIÓN DE LOS TEXTOS	12
3.4.1. TRADUCCIÓN DEL TRÍPTICO DE LA ASOCIACIÓN CINDERELLA.	12
3.4.2. TRADUCCIÓN DEL TRÍPTICO DE LA ASOCIACIÓN BFE	15
3.4.3. TRACCÓN DEL EXTRACTO DE LA WEB DE LA ASOCIACIÓN BZgA 19	
3.4.4. TRACCÓN DEL EXTRACTO DE LA WEB DE LA ASOCIACIÓN ANAD 23	
3.5. COMENTARIO DE LAS TRADUCCIONES	27
4. CONCLUSIONES	32
BIBLIOGRAFÍA	33
ANEXOS	34
Anexo 1: Tríptico Cinderella	34
Anexo 2: Tríptico BFE	34
Anexo 3: Fragmento web BZgA	34
Anexo 4: Fragmento web ANAD	34
Anexo 5: Documento bilingüe Cinderella	34
Anexo 6: Documento bilingüe BFE	34
Anexo 7: Documento bilingüe BZgA	34
Anexo 8: Documento bilingüe ANAD	34

1. INTRODUCCIÓN

La traducción es una actividad que no solo se centra en el simple traslado de palabras de un idioma a otro, la traducción consiste en un largo proceso de interpretación y de adaptación de los conceptos y los contextos culturales, entre otras cosas. Este proceso es especialmente interesante cuando se trata de la traducción publicitaria, ya que es un sector con características muy concretas, dependientes de la cultura en la que se produzca el contenido publicitario.

Hoy en día, los trastornos alimenticios se han vuelto un problema recurrente entre jóvenes y adultos. Por esta razón, se ha considerado que la concienciación y ayuda en relación con este tema son muy importantes. Por ello, se ha decidido centrar el presente Trabajo Final de Grado en la traducción de secciones publicitarias de diferentes asociaciones de ayuda para personas con trastornos alimenticios y su entorno.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es la difusión entre hispanohablantes en Alemania de las asociaciones de ayuda para personas que sufren cualquier tipo de problema de salud mental y en concreto trastornos alimenticios.

El presente trabajo consta de un breve análisis y comentario de los textos publicitarios según Torresi (2021) y Ciapuscio y Kugel (2002) en el punto 2, la simulación de un encargo de traducción en el punto 3.3, una propuesta de traducción en el punto 3.4, que se completa con el desarrollo y explicación de los procesos llevados a cabo para desarrollarla en un comentario de traducción en el punto 3.5.

Para llevar a cabo la propuesta de traducción, primero se han puesto en contexto diversas teorías de traducción, las asociaciones a las que pertenecen los textos y los trastornos alimenticios, para después desarrollar un encargo ficticio, traducir los textos y analizarlos en base a otras teorías que estandarizan tanto las técnicas como el método traductor y a continuación hacer un comentario de la traducción. Los textos traducidos a parte de los que se encuentran en el punto 3.4 se pueden encontrar en los anexos en un formato diferente ya que se ha trabajado con la plataforma Phrase gracias a la licencia proporcionada por la Universidad de Valladolid.

El análisis de las traducciones también cuenta con la contextualización de las dificultades y los problemas que le han surgido al traductor a la hora de enfrentarse al encargo que se propone, en este caso, simulado que trae consigo unos parámetros que se han de seguir y pueden generar diferentes problemas que han de ser solucionados.

En este Trabajo de Fin de Grado se pretende poner en uso las competencias adquiridas a lo largo del grado. Estas competencias se pueden extraer de la guía del campus virtual en la asignatura Trabajo de Fin de Grado en: <https://campusvirtual.uva.es/course/view.php?id=51520>

Las competencias son las siguientes: la identificación y aplicación de manera correcta de las variaciones lingüísticas, los registros, y las jergas específicas (competencias E1, E2, E3, E4 y G1), la adquisición de la capacidad de adecuación de las diferentes tipologías textuales y la habilidad para el análisis y producción de textos que se ajusten a los parámetros de las tipologías existentes (competencias E4, E5, E6, E7, E30, E31, G2 y G3), la capacidad para aplicar las

técnicas de traducción y estrategias que sean adecuadas en la tipología textual que nos ocupa, capacidad para exponer el trabajo delante de un tribunal de evaluación (competencias E22 y G4) y la utilización de herramientas de trabajo y documentación (competencias E16, E17, E18, E19, E27, E28, E32, E34, G1, G2 y G5).

2. MARCO TEÓRICO: ANÁLISIS TEXTUAL PARA TRADUCCIÓN PUBLICITARIA

Este trabajo estará sustentado por dos teorías, las cuales han servido para consolidar las bases a la hora de abordar el texto y la traducción. Los libros sobre los que se apoya el trabajo son Torresi (2021) y Ciapuscio y Kugel (2002).

En primer lugar, se pondrá en contexto cada una de las teorías, para luego relacionarlas entre ellas y, en último lugar, se relacionarán con los textos que nos ocupan al lado del trabajo.

La teoría de Ciapuscio y Kugel (2002) trata sobre la clasificación de textos según su finalidad, la función. La propuesta que hace Ciapuscio y Kugel (2002) es una «ordenación multidimensional». Está dividida en 4 niveles, cada uno de los niveles hace referencia a un aspecto del texto.

En el primer nivel, Ciapuscio y Kugel (2002) abordan la función del texto, es decir, qué se pretende conseguir con el texto que se está desarrollando. Dentro de este primer nivel Ciapuscio y Kugel hacen distinción entre cuatro funciones posibles en el texto: la primera es expresarse, la segunda contactar, la tercera es informar y, por último, la cuarta es el tipo de texto que nos ocupará en este trabajo y es dirigir. (Ciapuscio y Kugel 2002: 45-46)

El segundo nivel se centra en la situación del texto. Esto se refiere a cómo va a servir a la comunicación este texto. Esto es, si va a servir solo para usuarios de dentro de la disciplina sobre la que trata el texto, o si, en cambio, podrá utilizarse fuera de ese círculo específico. Otro factor que entra dentro de este nivel son los interlocutores: que nivel de especialización tienen, cuál es la relación que hay entre los interlocutores y cuántos hay. El medio por el que va a darse la interacción es el último punto que nos explica Ciapuscio y Kugel (2002) en este nivel, con esto se refiere a si va a ser una conversación cara a cara, una retransmisión por televisión, etc. (Ciapuscio y Kugel 2002: 45-46)

El tercer nivel trata sobre el contenido semántico del texto: el tema, las partes de las que este se compone, los procedimientos para desarrollar el tema del que trata el texto. (Ciapuscio y Kugel 2002: 45-47)

El cuarto nivel aborda las estrategias verbales o no verbales, dentro de estas últimas se encuentran las fotos o gráficas, utilizadas para el desarrollo del texto. Ciapuscio y Kugel también nos cuenta que dentro de cada tipo de registro hay diferentes tipos de estrategias verbales. (Ciapuscio y Kugel 2002: 45-47)

A continuación, se pasará a relacionar lo expuesto sobre Ciapuscio y Kugel (2002) con Torresi (2021):

Mientras que Ciapuscio y Kugel (2002) hace un análisis para todo tipo de textos, Torresi (2021) se centra sobre todo en los textos promocionales, que es sobre lo

que va a tratar todo este trabajo. Sin embargo, se ha introducido la teoría de Ciapuscio y Kugel (2002) para hacer un primer análisis de los textos que ocupan el trabajo.

Torresi (2021) indica los diferentes tipos de textos publicitarios, esta teoría podría entrar dentro del tercer nivel del que trata Ciapuscio y Kugel centrándose en un campo específico, los textos promocionales.

Cuando Ciapuscio y Kugel (2002) tratan el tema de la relación entre interlocutores, Torresi hace la categorización específica para los textos publicitarios. Por una parte, se dividen en «adressers» and «adresees» y estos pueden ser los siguientes: Institution, bussines, consumer, user.

Estos interlocutores los relaciona principalmente de la siguiente manera: Bussines to Bussines (B2B), Institution to Institution (I2I) o Business to Consumer (B2C) e Institution to User (I2U). Esta clasificación está basada en la combinación de los tipos de interlocutores que Torresi (2021) reconoce. Cada combinación de interlocutores trae consigo unas características reflejadas en los textos que estos producen.

Torresi (2021) también destaca que los textos promocionales se pueden posicionar en una línea continua que cuenta con dos polos: la ratio información-persuasión. Dependiendo de hacia qué lado se incline más, el texto será más persuasivo o informativo, esto también se puede correlacionar con los interlocutores.

3. PARTE PRÁCTICA: CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS TEXTOS DE ORIGEN, TRADUCCIÓN Y COMENTARIO DE LA TRADUCCIÓN

3.1. PUESTA EN CONTEXTO DE LOS TEXTOS DE ORIGEN

Los textos que nos ocupan en este trabajo son, por una parte, dos trípticos publicitarios: el primero (Anexo 1) es de la asociación Cinderella. Este tríptico está disponible en la sección Essstörungen Infoblatter - download. La asociación Cinderella es un grupo de acción que surgió de unos estudiantes universitarios en Múnich. Se puede encontrar dentro del sitio web de la asociación, que es la siguiente: <https://www.cinderella-beratung.de/>

El segundo tríptico (Anexo 2) es de la BFE, esto es, Bundesfachverband Essstörungen e.V. Esta es una asociación federal alemana que está formada por médicos, terapeutas y consultores especializados en trastornos alimenticios. El folleto se puede encontrar en el sitio web de la asociación en la parte en la que da información sobre su trabajo que es la prevención, acompañamiento y ayuda a personas que tienen problemas alimenticios. Hilfe bei Essstörungen – Bundes Fachverband Essstörungen. Se puede encontrar dentro del sitio web de la asociación, que es la siguiente: <https://www.bundesfachverbandessstoerungen.de/>

Por otra parte, otros de los documentos que se han dado como texto origen para este trabajo de fin de grado son segmentos publicitarios de sitios web explicados a continuación:

En primer lugar, se han recogido segmentos del sitio web de la Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Centro Federal de Educación Sanitaria) (Anexo 3) tanto en su página general, como en su sección especialmente dedicada a los trastornos alimenticios (anexo3. Beratung vor Ort zu Essstörungen: BZgA Essstörungen. Se puede encontrar dentro del sitio web de la asociación, que es la siguiente: <https://www.bzga-essstoerungen.de/>

En segundo lugar, el documento proveniente de ANAD Versorgungszentrum Essstörungen des AWO Bezirksverbands Oberbayern e.V. (anexo 4), este documento es una recopilación de unos cuantos apartados de su página web en el apartado de conferencias especializadas. La ANAD es una asociación alemana que da ayuda a personas con trastornos alimenticios mediante asesoramiento profesional y terapia. Se puede encontrar dentro del sitio web de la asociación, que es el siguiente: <https://www.anad.de/>

3.2. ANÁLISIS Y COMENTARIO DE LOS TEXTOS DE ORIGEN

Anexo 1 Y 2

Para empezar a comentar abordaremos en primer lugar la teoría de Ciapuscio Kugel (2002):

En cuanto al nivel 1, que trata sobre la función del texto, los trípticos que ocupan este trabajo tienen una fuerte función informativa, pero su principal función es dirigir. En cuanto a esto, Torresi (2021) aporta que los textos promocionales se encuentran dentro de una línea entre persuasión e información. En este caso, los trípticos estarían colocados en un punto medio, aunque se inclinan más hacia la persuasión.

En cuanto al nivel 2 de Ciapuscio Kugel (2002), los textos reflejan un tipo de comunicación interna a la disciplina, ya que abordan un tema muy concreto, que son los trastornos alimenticios. Esto también se relaciona con los interlocutores del ámbito promocional, que diferencia Torresi (2021), que en este caso es Institution to User. Ciapuscio Kugel (2002) los englobaría dentro de la subdivisión especialista-lego.

En cuanto al número de interlocutores, estaríamos hablando de un grupo numeroso, ya que los textos están dirigidos desde Cinderella y BFE (grupo) hacia personas con problemas alimenticios y su entorno (grupo).

Para finalizar el nivel 2, el formato espacio- temporal que se ha usado en estos textos es un tríptico.

El nivel 3 trata el tema del texto, que como se ha indicado, es trastornos alimenticios. El tipo de despliegue temático es argumentativo, dado que son trípticos publicitarios de las asociaciones de ayuda a las personas que padecen algún trastorno alimenticio y a su entorno. La perspectiva que se toma sobre el tema es principalmente divulgativa, ya que estos textos hablan sobre estos trastornos. Además, es aplicada, ya que aportan soluciones.

En cuanto al nivel 4, los textos hacen un gran uso de preguntas para que el lector se sienta interpelado. Tienen los logos de las asociaciones y las formas que tienen de contacto.

Anexo 3

Este texto es una recopilación de varios apartados del sitio web de la BZgA:

En cuanto al nivel 1 de Ciapuscio Kugel (2002) la función que tienen estos textos es principalmente dirigir, aunque también informar, ya que habla también sobre las asociaciones existentes y da información sobre los trastornos alimenticios.

Relacionando esto con Torresi (2021) en este anexo predomina ampliamente la persuasión sobre la información, sin embargo, tiene pinceladas de información.

En relación con el nivel 2 de Ciapuscio Kugel (2002) el texto se hace una comunicación interna, ya que trata solamente de los trastornos alimenticios y dan ayuda. Los interlocutores son especialista- lego y su relación es asimétrica. Aquí entra también la teoría de Torresi (2021) y en este caso los textos son Institution to User. Volviendo a Ciapuscio Kugel (2002) para finalizar el nivel situacional de los textos, cabe decir que en cuanto a los parámetros espacio- temporales, como se ha indicado anteriormente, se trata de comunicación por internet.

El nivel 3 nos explica las convenciones para el tema del texto. Como todos los textos que se han extraído para este trabajo, el tema de estos textos es la promoción de diferentes asociaciones de ayuda para personas con trastornos alimenticios y su entorno. Toma una perspectiva específicamente de un área de conocimiento y es bastante divulgativa. El tipo de despliegue de estos textos, ya que son publicitarios, es argumentativo.

En cuanto al nivel 4, estos textos tienen un enunciado que es el nombre de la asociación seguido de una pequeña promoción de lo que hacen estas. Recurren a un gran uso de la segunda persona para interpelar al receptor.

Anexo 4

El anexo cuatro es una recopilación de fragmentos de ANAD. En estos fragmentos se intenta vender formación a diferentes grupos, como profesores y trabajadores del Estado.

En cuanto al nivel 1 de Ciapuscio Kugel (2002), es dirigir, ya que se venden unas clases. Informan sobre el tema de estas clases y tratan de contactar a los grupos que están destinadas.

En cuanto al nivel 2, el texto tiene una comunicación externa, ya que trata los trastornos alimenticios, pero también los entornos de trabajo de los receptores de estas clases. Los interlocutores son especialista- lego y su relación es asimétrica. Aquí entra también la teoría de Torresi (2021) y en este caso los textos son también Institution to User. En cuanto a Ciapuscio Kugel (2002), cabe destacar que en cuanto a los parámetros espacio- temporales, como se ha indicado anteriormente, es comunicación por internet.

En lo que respecta al nivel 3, la forma del texto que se presenta en anexo es un Word extraído de la página web de ANAD, específicamente un desplegable con los diferentes tipos de formación según el tipo de receptor. El despliegue temático es informativo, ya que aportan nociones sobre lo que van a abordar en la formación ofertada, así como los costes, etc.

Por último, cabe destacar en el nivel 4 que este texto está presentado por pestañas. El texto está muy estructurado con la información de las clases.

3.3. EXPLICACIÓN DEL ENCARGO

En este apartado se pasará a concretar el proceso que se ha llevado a cabo con el encargo de traducción. Sin embargo, antes de esto se confrontarán críticamente dos propuestas de dos estudiosas que hablan sobre el procedimiento que se sigue en estos casos: Olohan (2016) y Nord (1997).

El primer punto para destacar es la denominación de las partes involucradas en esta interacción: «sender» que es la persona que contacta a la segunda parte, que sería «addressee» o también, Nord la denomina «receiver».

Nord (1997:43) explica que estas interacciones se dan en un espacio y tiempo limitados, lo que significa que todas las situaciones tienen dimensiones de carácter histórico y cultural que condiciona a los agentes en su comportamiento verbal y no verbal, sus conocimientos y expectativas. Nord (1997:43) defiende que los traductores son los que permiten que la comunicación se pueda dar entre las personas de diferentes culturas.

Nord (1997: 45), en su epígrafe «Intentionality and text function», explica cómo el primer paso de un encargo de traducción es que la persona interesada en el servicio envíe los textos con los que quiere que el traductor trabaje junto a unos marcadores de la función que debe llevar a cabo, que indique la función que se quiere conseguir y las personas que serán el público habitual del producto final, en definitiva, la mayor cantidad de información posible sobre el texto.

Un término que acuña Nord (1997: 47-48) es «translation brief» se refiere a esto como el conjunto de información que tendría que proporcionar al traductor la persona que realiza el encargo. Lo que Nord considera que ha de contener es lo siguiente:

El público al que irá dirigida la traducción.

El tiempo y lugar para la entrega de la traducción ya realizada.

El medio por el cual la traducción va a ser difundida.

La razón por la que se quiere hacer una traducción de este contenido.

Nord (1997: 48) explica que, basándose en dos esquemas, ha hecho una lista de las funciones de textos y de la traducción, y cada una de la lista cuenta con subfunciones, estas subfunciones servirán a lo largo de este trabajo para poder clasificar los textos con los que se trabajará:

Función referencial: indica que es objetiva y que hace referencia a objetos y fenómenos del mundo, dentro de este subapartado Nord (1997:48) engloba la función informativa, metalingüística, metatextual, directiva y didáctica.

Función expresiva: Esta función al contrario que la referencial, es subjetiva y expone los sentimientos y la actitud del autor hacia el tema del que está hablando. Las subfunciones que están englobadas dentro de esta función expresiva según Nord (1997: 48) son la evaluativa, la emotiva y la irónica entre otras.

Función apelativa: Como su nombre indica Nord (1997: 48) explica que esta función apela a los sentimientos del receptor. Las subfunciones que tiene esta son: función ilustrativa, persuasiva, imperativa, pedagógica y publicitaria.

Función fática: esta función establece, mantiene o finaliza la interacción entre las partes involucradas. Las subfunciones de la función fática según Nord (1997: 48) son: las conversaciones cortas, introducción al comienzo de un texto y las despedidas.

Por otra parte, este trabajo se ha servido también de Olohan (2016: 20) en concreto, de la tabla que ha desarrollado con las partes de un encargo de traducción.

Esta tabla que propone Olohan (2016: 20) está dividida en 21 puntos y dentro de algunos de estos también aparecen subapartados.

El punto 1 que desarrolla Olohan (2016:20) es la importancia de que el cliente especifique las características de la fuente. Esto se refiere a qué tipo de texto es con el que se va a trabajar. En este apartado se engloba, en primer lugar, el idioma del texto. Por otra parte, qué género textual es (científico, literario, publicitario etc.), la audiencia a la que está dirigido, es decir, público especializado, no especializado. Por último, en este punto el propósito comunicativo, esto es ¿Qué se busca transmitir con este texto?

En el punto 2 Olohan (2016: 20) desarrolla que el cliente ha de especificar el lenguaje utilizado en el texto origen, si este es lenguaje especializado. Dentro de este punto hay dos cuestiones, la primera, el campo temático, es decir a que área pertenece el lenguaje de este texto: ingeniería, medicina etc. Por otra parte, trata la cuestión de la terminología. En esta fase es donde el cliente especifica cómo quiere que se traduzcan términos específicos. Una de las maneras que puede hacerse es proporcionando al traductor un glosario de términos.

El punto 3 propuesto por Olohan (2016: 20) se encuentra el volumen, es decir, el cliente tiene que especificar la longitud de la traducción, que se suele medir habitualmente en palabras.

La «complejidad» del texto es el punto 4. Con esto el cliente explica al traductor que aspectos de la traducción pueden ser más complicados o causar alguna dificultad a la hora de traducir el texto. Olohan (2016: 20) da el ejemplo de gráficas, archivos de algún formato especial o alguna dificultad lingüística que tenga el texto origen.

En el apartado 5 se explica como el cliente debe proporcionar detalles sobre la autoría y la procedencia del texto origen al traductor.

El apartado 6 trata sobre que el cliente debe proporcionar información sobre el idioma de destino. En este apartado se engloba: especificar a que idioma se va a traducir el texto y la terminología que se ha de usar en el texto de destino.

En el punto 7 se expone que el cliente tendrá que especificar a que audiencia estará dirigido el texto traducido, es decir, la audiencia de destino, denominada así por Olohan (2016: 20).

En el punto 8 se indica que el cliente tiene que especificar el propósito del texto traducido, el traductor, ha de comunicar que qué busca transmitir el texto traducido.

En el 9 se expone la correspondencia de contenido. Se espera que la persona que hace el encargo concrete qué tipo de traducción quiere, traducción completa, resumida explícita o implícita. En el siguiente punto, el 10, Olohan (2016: 20) coloca el registro, con esto se refiere a que el traductor para trabajar ha de saber qué nivel de formalidad del lenguaje ha de usar en su traducción y esta información ha de serle proporcionada por el cliente.

El siguiente punto es el formato del archivo, aquí el cliente según Olohan (2016: 20) ha de especificar como quiere que sea el documento final que reciba.

Olohan (2016: 20) en el apartado 12 expone que el cliente tiene que especificar al traductor el estilo del texto, dentro del cual están dos cuestiones: la guía de estilo que proporcionará el cliente con sus preferencias, así como la relevancia que tiene para el cliente el estilo en ese proyecto.

En la misma línea que el punto 11, en el punto 13, Olohan (2016: 20) expone que el cliente debe especificar al traductor cualquier tipo de preferencia en el diseño o formato del texto final.

Los siguientes puntos, el 14 y el 15, tratan sobre las tareas de traducción. El 14 se centra en las tareas habituales a la hora de hacer un encargo, por ejemplo, preparación, traducción inicial, revisión, formato y corrección. El 15 aborda todas las tareas adicionales que podría solicitar el cliente, como pueden ser revisiones puntuales para la calidad del texto o verificaciones específicas.

En el punto 16 Olohan (2016: 20) concreta que el cliente debería especificar el tipo de tecnología que se usará para realizar el trabajo. En la misma línea se encuentra el punto 17, que trata sobre materiales de referencia que se usarán a la hora de traducir, como glosarios, memorias de traducción.

En el punto 18 el cliente debe exponer cualquier restricción que tenga en cuanto a el lugar de la realización del trabajo.

En el punto 19 el cliente aclara los permisos que tendrá el traductor: en el apartado A se identifica al titular de los derechos de autor de la traducción. Estos derechos suelen tramitarse cuando la traducción está entregada y se

ha pagado. En el apartado B se trata el reconocimiento, lo cual se refiere a si el traductor aparecerá en el documento final como parte de los servicios lingüísticos. Por último, en este punto, el apartado C explica que el cliente indicará el uso de memorias de traducción y para otros encargos.

En el punto 20 se aclara la fase de entregas: el punto A se titula las «calificaciones», con esto se expone que el cliente tendrá que proporcionar al traductor cualquier acreditación o certificado de estándares que se tienen que cumplir. El punto B establece «los entregables». Esto son todos los documentos que se tengan que enviar al cliente: la memoria de traducción, glosarios, guías, por supuesto la traducción, etc. El punto C expone que el cliente ha de especificar por el medio por el cual se enviará el texto meta. El último punto es el plazo de entrega, que marca la fecha límite para enviar el texto finalizado y revisado, con todos los entregables mencionados anteriormente.

El último punto es «las expectativas». Este punto engloba, por una parte, la compensación, el pago, el cálculo de la tarifa, los descuentos, los plazos de pago tras la facturación. Por otra parte «la comunicación»: en esta parte se tratan los procedimientos para efectuar preguntas al cliente, un contacto del proveedor de servicios lingüísticos y la empresa que es cliente.

Este trabajo se servirá de ambas teorías, tanto de Nord, que se ha expuesto al comienzo de este mismo apartado y la de Olohan (2016), ya que los puntos son similares, sin embargo, Olohan (2016: 20) tiene una división más estructurada y completa a la hora de cubrir todos los puntos por los que pasa un encargo de traducción.

El encargo ficticio que se ha elaborado para este trabajo es fruto de unas jornadas internacionales de prevención de los trastornos alimenticios organizadas por el gobierno alemán. En estas jornadas participarán tanto asociaciones de trastornos alimenticios de todo el mundo, como profesionales de la salud, como pacientes. En estas jornadas de prevención habrá representación de todos los países de la Unión Europea. Cinderella, BFE, bZgA y ANAD se han puesto en contacto mediante la solicitud por correo electrónico para que traduzcamos, en el caso de Cinderella y BFE, su folleto publicitario y en el caso de BZgA y ANAD una parte específica de su página web. Esto se debe a que entre las personas con las que colaborarán estas asociaciones se encuentran españoles residentes en Alemania, por lo que quieren conseguir llegar al mayor número de personas en las jornadas para que busquen ayuda en caso de pacientes o, en caso de personal sanitario, colaboren en la red de ayuda que quieren expandir. Con este contexto a continuación se desarrolla el encargo de traducción detallado según la obra de Olohan (2016) y Nord (1997).

1. Características de la fuente.

1 a. Idioma de la fuente: alemán

1 b. Género: 4 textos, dos trípticos publicitarios sobre la labor de la asociación, uno de Cinderella y otro de BFE, una página del sitio web de ANAD en la que ofrecen charlas a diferentes tipos de personas y por último

el texto de la BZgA, que son dos páginas de su sitio web en las que ofrecen ayuda e información sobre diferentes problemas.

1 c. Audiencia: Personas afectadas por trastornos alimenticios y sus entornos más cercanos, profesores y trabajadores con posibilidades de interactuar con personas afectadas por un trastorno alimenticio.

1 d. Propósito(s) comunicativo(s): Los textos pretenden persuadir de que acudan a las asociaciones a pedir ayuda.

2. Lenguaje especializado.

2 a. Campo temático: psicología/ medicina

2 b. Terminología: La terminología se soluciona con Medizin y la Real Academia Nacional de Medicina

3. Volumen: 3000 palabras

4. Complejidad: Términos médicos específicos sobre trastornos alimenticios

5. Origen: Apartados web de asociaciones y folletos: www.cinderella-beratung.de, <https://www.bundesfachverbandessstoerungen.de>
<https://www.bzga-essstoerungen.de/hilfe-finden/welche-beratung-gibt-es/beratung-vor-ort/> <https://www.bzga-essstoerungen.de/hilfe-finden/welche-weiteren-hilfen-gibt-es/serioese-unterstuetzung-im-netz/>
<https://www.paritaet-berlin.de/verband/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/angebote>

6. Información sobre el idioma de destino:

6 a. Idioma de destino: español.

6 b. El cliente no tiene preferencias sobre una terminología específica.

7. Audiencia de destino: Dirigido a personas españolas en Alemania que sufren trastornos alimenticios y su entorno, profesionales de la salud, trabajadores públicos

8. Propósito de destino: Persuadir para que las personas utilicen los servicios de las distintas asociaciones.

9. Correspondencia de contenido: Traducción completa de los documentos Word que se proporcionaron por el cliente (anexos 1-4)

10. Registro: Registro neutro, no especializado, ya que estos textos quieren llegar a un público general. Sin embargo, se usará terminología específica del ámbito sanitario, pero de manera divulgativa.

11. Formato del archivo: Word y PDF

12. Estilo

12 a. Guía de estilo: no

12 b. Relevancia del estilo: sí, la finalidad es mantener la cercanía con el lector

13. Diseño: no
14. Tareas típicas de traducción: preparación, traducción inicial, revisión y corrección
15. Tareas adicionales: no
16. Tecnologías: diccionarios en línea, Memorias de traducción tanto propias como proporcionadas por el cliente, glosarios terminológicos, trabajar con Phrase.
17. Materiales de referencia: Medizin, textos anteriores que han sido traducidos para estas asociaciones y Real academia nacional de medicina.
18. Requisitos del lugar de trabajo: no
19. Permisos
- 19 a. Identificación de los derechos de autor de la traducción: sí
- 19 b. Reconocimiento: sí, el reconocimiento a la traductora aparecerá justo debajo del nombre del autor original.
- 19 c. Restricciones: no
20. Entregas:
- 20 a. Calificaciones: No
- 20 b. Entregables: Traducción de los documentos en Word/ PDF
- 20 c. Entrega: Correo electrónico
- 20 d. Plazo de entrega: 10 junio 2024
21. Expectativas:
- 21 a. Compensación: 0,7 céntimos por palabra a pagar a 2 meses desde la entrega del producto final.
- 21 b. Comunicación: El proceso de comunicación durante el trabajo entre el cliente y la traductora será mediante correo electrónico. La traductora enviará actualizaciones diarias por este canal al cliente para informar del progreso y cualquier tipo de duda que pueda surgir.

3.4. TRADUCCIÓN DE LOS TEXTOS

3.4.1. TRADUCCIÓN DEL TRIPTICO DE LA ASOCIACIÓN CINDERELLA

CHECKLIST

¿TE OCURRE LO SIGUIENTE?

- Tienes como objetivo adelgazar mucho.

- Has probado muchas dietas para adelgazar. Hirschgartenallee
- Ves la pérdida de peso y la figura como solución a tus problemas.
- Clasificas los alimentos en «permitidos» y «no permitidos».
- Vomitas de manera intencionada después de comer.
- Consumes laxantes, productos diuréticos, medicamentos para tiroides o haces excesivo ejercicio para perder peso o mantenerlo.
- Tienes una batalla continua sobre si comer o no.
- Tienes remordimientos, depresión e impotencia en lo relacionado con los trastornos alimenticios.
- Sientes impotencia ante la cultura de las dietas y antojos.

Ponte en contacto con nosotros en

089 / 5 02 12 12

Aktionskreis Ess- und Magersucht e.V. Cinderella e.V. está financiado por la región de Alta Baviera, la capital, Múnich, y el Ministerio de Sanidad y Medioambiente de Baviera.

Contacto:

Las personas de contacto son:

Stefanie Hildebrandt – Psicóloga

Sabine Sperl – Pedagoga social

Gaßnerstr. 17/ 2. OG 80639 Múnich

Tel: 089/5 02 12 12 Fax: 089/5 02 25 75

Horarios de apertura: De lunes a jueves

info@cinderella-beratung.de www.cinderella-beratung.de

Entidad responsable: Action Group Eating and Anorexia e.V.

Datos Bancarios:

Bank für Sozialwirtschaft

IBAN: DE66700205000007850600

BIC: BFSWDE33MUE

¿QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS?

El centro de asesoramiento Cinderella des Aktionskreis Ess- und Magersucht e.V. ofrece ayuda a personas con trastornos alimenticios, sus familiares y amigos.

El primer paso

¿Tienes problemas con tu figura y tus tendencias alimenticias? ¿Crees que estás «muy gordo»? ¿no estás contento contigo, tu figura y tu aspecto? ¿te

has dado cuenta de que tus problemas no se solucionan adelgazando y probando constantemente nuevas dietas y tratamientos para adelgazar? ¿Te sientes atrapado en un círculo vicioso del que no puedes salir?

¡PUEDES ROMPER ESE CIRCULO VICIOSO!

Si tienes preguntas al respecto, has detectado algún problema o quieres hablar de dónde puedes encontrar más ayuda te asesoraremos con mucho gusto en persona, por escrito o por teléfono. El objetivo de este asesoramiento es descubrir en qué dirección es necesario que hagas el cambio y, si es necesario, qué otros pasos debes tomar. También puedes escribirnos por correo electrónico.

CONTACTA CON NOSOTROS ¡Tú tomas las decisiones! Nosotros te apoyamos en el proceso. Garantizamos el anonimato Podemos recomendarte terapeutas y centros adecuados.

¿QUÉ OFRECEMOS?

- Asesoramiento telefónico
- Asesoramiento por correo electrónico
- Asesoramiento personal a personas afectadas
- Asesoramiento personal a familiares
- Asesoramiento en grupo para personas afectadas y sus padres
- Asesoramiento nutricional
- Asesoramiento y formación para divulgadores
- Eventos y talleres informativos, por ejemplo, en los centros educativos.
- Grupos

Ofrecemos grupos para diferentes rangos de edad, normalmente son grupos mixtos de trastornos alimenticios.

— Grupo de más de 18 años

— Grupo de más de 25 años

— Grupo de más de 35 años

También ofrecemos un grupo de ayuda para personas con obesidad y Grupo Dolce-Vita- para personas recuperadas.

Hay grupos solo de mujeres y también mixtos.

En estos grupos podrás intercambiar experiencias, apoyar mutuamente a otras personas y dar el primer paso hacia la solución de tus problemas. Puedes conseguir más información sobre nuestros servicios de asesoramiento, nuestros grupos y actuales servicios en:

www.cinderella-beratung.de

INFORMACIÓN SOBRE LOS TRASTORNOS ALIMENTICIOS

Los trastornos alimenticios se caracterizan por:

- Un deseo desmesurado de estar delgado o un gran miedo a engordar.
- Para adelgazar usar dietas, parar totalmente de comer, provocar el vómito de manera deliberada, tomar laxantes, productos drenantes, supresores del apetito, medicamentos para tiroides o ejercicio en exceso.
- Atracones (normalmente a escondidas) que suelen causar culpa, robos, estados de ánimo depresivos e intentos de suicidio.
- Impulso de comer constantemente.

CONSECUENCIAS FÍSICAS

- Caries
- Problemas hormonales, incluso ausencia de menstruación.
- Caída del pelo, piel seca.
- Arritmias cardíacas.
- Daños renales.
- Hemorragias estomacales, etc.

En Alemania la bulimia nerviosa afecta a entre el 3 y el 5 % de las mujeres de entre 15 y 35 años. Esto es aproximadamente la población de Colonia. Los estudios de las consecuencias a largo plazo de la Anorexia muestran una mortalidad de alrededor del 15 %. Los trastornos alimenticios son más habituales en las mujeres. . La ratio de afectados entre hombres y mujeres es aproximadamente 10:1.

3.4.2. TRADUCCIÓN DEL TRÍPTICO DE LA ASOCIACIÓN BFE

OBJETIVO DE NUESTRO TRABAJO

Queremos garantizar una atención basada en las necesidades de las personas con trastornos alimenticios mediante centros ambulatorios de asesoramiento y terapia en Alemania

BFE promueve la formación continua cualificada de terapeutas y asesores que trabajan con personas con trastornos alimenticios (currículos, conferencias). BFE ayuda también a afectados a encontrar una hora de consulta de terapia apropiada.

BFE también lleva años comprometida con la promoción y difusión del conocimiento científico de las causas y las posibilidades de tratamientos para los trastornos alimenticios.

HAZTE AHORA MIEMBRO DE LA BFE

Esta asociación federal de especialistas quiere afiliarse con un gran número de centros ambulatorios y hospitales con la finalidad de que trabajadores especializados puedan ofrecer el futuro a una asistencia basada en las necesidades de forma más conectada, amplia y específica en la red nacional,

independientemente de si es anorexia, bulimia, trastorno de atracón u otra forma de este tipo de enfermedades. Aprovecha las ventajas de afiliarte y organiza el camino de tu tratamiento con las directrices de la BFE.

EL PROCESO DE TRATAMIENTO SEGÚN LAS DIRECTRICES DE LA BFE

1. Asesoramiento a pacientes y familiares.

- Por teléfono
- Por Internet
- En persona
- Primera consulta
- Sesiones de asesoramiento para afectados y sus familiares
- Servicio de orientación y asesoramiento enfocado
- Grupos de autoayuda
- Intervención de crisis
- Ofertas grupales para los afectados y sus familiares
- Asistencia ambulatoria y hospitalaria

Centros terapéuticos

- Asesoramiento nutricional
- Ofertas de prevención para guarderías y colegios

2. Diversas ofertas de terapia.

- Terapia ambulatoria:

Psicoterapia (sesiones individuales o grupales)

- Terapia para pacientes hospitalizados:

Clínicas con opciones de terapia especiales para trastornos alimenticios o comunidades residenciales terapéuticas • Cuidados terapéuticos tras conseguir el alta:

Atención de seguimiento ambulatorio después de una estancia hospitalaria

Estamos disponibles para responder cualquier pregunta adicional que puedas tener en cualquier momento.

Bundesfachverband Essstörungen e.V.

Pilotystr. 6

80538 Múnich

Teléfono 01 51/58 85 07 64 | Fax 089/21 99 73 23

Correo electrónico: bfe-essstoerungen@gmx.de

www.bundesfachverbandessstoerungen.de

BIENVENIDO A BFE

La Asociación Federal de Trastornos de la Alimentación eV BFE existe desde 1994, es una asociación nacional de centros ambulatorios de terapia y asesoramiento para pacientes, clínicas psicosomáticas, grupos de residencia terapéutica y consultas psicoterapéuticas en el área de los trastornos alimentarios.

Los médicos, psicoterapeutas y asesores pueden informarse sobre el trabajo de BFE aquí. Los interesados recibirán información actualizada y enlaces a tratamientos cualificados de trastornos alimentarios como anorexia, bulimia, trastorno por atracón, etc.

La junta administrativa y el consejo directivo de BFE están compuestos por representantes de instituciones nacionales para el tratamiento de los trastornos alimentarios, así como por otros expertos. Ambos cuentan con gran experiencia en temas de investigación, terapia y prevención. Además de las cuestiones fundamentales de investigación de los trastornos alimentarios y la política científica, el comité se ocupa de la puesta en práctica de los descubrimientos científicos, lleva a cabo un profesional de los servicios públicos en el tema de los trastornos alimentarios, revisa proyectos, organiza congresos y realiza trabajos de redes internacional. y participa activamente la formación y perfeccionamiento de los terapeutas.

BENEFICIOS DE SER MIEMBRO DE BFE

/INTERCAMBIO PROFESIONAL con expertos en trastornos alimentarios que trabajan a nivel nacional en atención ambulatoria y hospitalaria. El Consejo Directivo y el Patronato del BFE están formados por representantes de las principales instituciones a nivel nacional en el tratamiento de los trastornos alimentarios, así como por otros expertos. Ambos comités tienen un alto nivel de experiencia en temas de investigación, prevención, terapia y rehabilitación.

REDES NACIONALES

con el fin de obtener una visión general de la atención disponible de los trastornos alimentarios y establecer contactos con los establecimientos locales, cadenas de tratamiento regional como etapa preliminar a la atención integrada.

INFORMACIÓN ACTUALIZADA

sobre las últimas novedades en el ámbito de los trastornos alimentarios, por ejemplo, prevención, atención integrada o proyectos para el tratamiento del trastorno por atracón en niños, etc.

CONCEPTOS INNOVADORES DE TRATAMIENTO

En las reuniones se presentan proyectos de prevención, autoayuda, asesoramiento y terapia de los trastornos alimentarios.

FORMACIÓN CUALIFICADA

en reuniones con especialistas de la BFE y a través del intercambio científico con la directiva y expertos.

APOYO DE EXPERTOS

de la BFE para el establecimiento de un organismo de apoyo especializado en trastornos alimenticios. Ponentes cualificados para conferencias, eventos y formación adicional pueden estar disponibles en los actos.

REUNIONES PERIÓDICAS

de los miembros de la asociación para el intercambio profesional y la formación interna. En estas reuniones de miembros de la BFE de uno o dos días, debaten y desarrollan diversos temas y proyectos en grupos de especialistas. Además, se organizan grupos de trabajo sobre temas específicos en función de las necesidades.

www.bundesfachverbandesstoerungen.de

Se puede encontrar un resumen de las organizaciones que son miembro de BFE en:

www.bundesfachverbandesstoerungen.de

También encontrará para descargar los nombres y direcciones de nuestros miembros de la junta directiva y del consejo directivo, así como nuestros acuerdos marco y directrices de tratamiento.

¡Definitivamente vale la pena hacer clic en esta página!

Vale de inscripción para cortar y enviar por fax/correo postal): Vale de inscripción para cortar y enviar por fax/correo postal

Hazte socio de BFE ahora //SÉ MIEMBRO DE BFE AHORA cuota de socio /CUOTA DE MEMBRESÍA La cuota de membresía es de 95,00 euros. Para particulares y centros ambulatorios, la cuota es de 95,00 euros anuales; Las clínicas de día cobran 200 euros por persona; Los centros hospitalarios cobran 900 euros al año. El ingreso es así de fácil: Rellena este vale de admisión y envíalo por correo postal o fax. Verificaremos tu solicitud de afiliación y te convocaremos en las siguientes reuniones.

REGISTRO

Apellido

Centro de terapia

Calle

Código postal

Teléfono

Fax

Correo Electrónico

www.

Fecha y Firma

3.4.3. TRACCIÓN DEL EXTRACTO DE LA WEB DE LA ASOCIACIÓN BZgA

<https://www.bzga-essstoerungen.de/hilfe-finden/welche-beratung-gibt-es/beratung-vor-ort/>

En los centros de asesoramiento locales o regionales, los afectados y sus familiares reciben información y ayuda individual en una consulta personal.

¿QUÉ PROPORCIONAMOS?

En muchas ciudades de Alemania existen centros de asesoramiento dirigidos específicamente a personas con trastornos alimentarios y a las personas cercanas a ellas. Sin embargo, el personal especializado que trabaja en otros centros locales también puede proporcionar apoyo cualificado.

POSIBLES PUNTOS DE CONTACTO

Las preocupaciones de las personas buscan asesoramiento pueden ser muy diferentes. Hay quien necesitan apoyo emocional o consejo cuando tratan con personas enfermas. Otros necesitan ayuda para encontrar terapia adecuada o servicios de autoayuda. O ayuda con cosas prácticas, como solicitar beneficios, a los puntos de contacto locales que ofrecen asesoramiento en función las necesidades pertenecen, por ejemplo, estas instituciones:

centros de asesoramiento especializados en trastornos alimenticios

centros de asesoramiento psicosocial

departamentos municipales de salud

centros de asesoramiento en adicciones y drogas

servicios sociales médicos en hospitales

consultas ambulatorias externas, de clínicas psiquiátricas o psicosomáticas.

Los afectados y sus familiares pueden llamar al teléfono de información de la BZgA para saber qué institución puede llevar su caso y situación.

Los servicios locales de asesoramiento suelen estar bien conectados entre ellos. Esto significa que normalmente pueden derivar a otras que pueden ayudar a aclarar preguntas específicas.

También puedes encontrar centros de asesoramiento acreditados en su zona con la búsqueda en bases de datos en toda Alemania.

ACCESO Y COSTE

Los servicios de asesoramiento presenciales suelen tener un horario de apertura regular. Puede pasar que una reunión personal con los especialistas sólo sea posible a determinadas horas. Hay horarios de consulta abiertos que

no necesitan cita previa. Sin embargo, para la mayoría de las ofertas se requiere cita previa. Se puede pedir cita por teléfono y, normalmente, en línea.

En muchos casos el asesoramiento es gratuito. A veces se requiere una contribución a los costes. Las personas que busquen asesoramiento deberían informarse previamente de los costes y preguntar a su seguro médico sobre la posibilidad de reembolso.

¿TE DA VERGÜENZA PEDIR AYUDA?

Los especialistas de los centros locales de asesoramiento están sujetos a confidencialidad. Si lo desea, las conversaciones pueden realizarse de forma anónima.

Sin embargo, el proceso de ir a un centro de asesoramiento resulta difícil para muchas personas, porque son reservadas a la hora de hablar con un extraño sobre sus problemas. También puede que el punto de contacto más cercano esté demasiado lejos para poder aprovechar las ofertas locales.

En estos casos, puede resultar más fácil buscar primero asesoramiento telefónico o en línea. Muchas instituciones ofrecen ahora esta oportunidad de obtener asesoramiento profesional de forma anónima independientemente de su ubicación.

<https://www.bzga-essstoerungen.de/hilfe-finder/welche-weiteren-hilfen-there-es/serioese-unterstuetzung-im-netz/>

Las personas con un trastorno alimenticio suelen padecer otra enfermedad mental o también tener otros problemas psicológicos. Algunas organizaciones ofrecen información y ayuda en línea. Además, estos sitios web suelen contener foros en los que los afectados o sus familiares pueden intercambiar ideas.

JUGENDNOTMAIL

En la plataforma de Internet "Jugendnotmail", los niños y jóvenes pueden confiar sus preocupaciones de forma anónima a un equipo de asesoramiento profesional. El espectro de temas es amplio: Ansiedad, depresión, autolesiones, violencia, abuso, bullying, amor y sexualidad, problemas familiares, amigos o escuela. Además, los niños y jóvenes tienen la oportunidad de intercambiar ideas en foros moderados y chats temáticos.

www.jugendnotmail.de

CHATS PARA CRISIS

El portal krisenchat ofrece asesoramiento profesional por chat las 24 horas del día a jóvenes y adultos jóvenes menores de 25 años que necesiten ayuda de manera urgente, sin esperar ni registrarse, de manera gratuita y confidencial. Además, las personas que lo busquen pueden encontrar consejos e inspiración en la sección Oasis de este sitio web en las áreas de identidad, problemas familiares, estrés en las relaciones, acoso, odio en Internet, ansiedad, depresión, adicción y violencia.

www.krisenchat.de

FREUNDE FÜRS LEBEN

El sitio web de Freunde fürs Leben e. V. proporciona información sobre cómo afrontar la depresión y el riesgo de suicidio: ¿Dónde pueden encontrar ayuda los afectados? ¿Qué hacer si un amigo sufre depresión? ¿Cuáles son las señales de que alguien sufre riesgo de suicidio? La web muestra opciones de apoyo y acompañamiento a los afectados.

www.frnd.de

FIDEO – COMBATIENDO EN LÍNEA LA DEPRESIÓN: FUERTE CONTRA LA DEPRESIÓN

El Foro FIDEO es un lugar donde los jóvenes a partir de 14 años pueden cambiar ideas sobre la depresión. En este foro pueden hablar sobre qué les ayudó a afrontar la enfermedad y en que necesitan apoyo. Este sitio web también proporciona información sobre la enfermedad y responde muchas preguntas. Los familiares y profesores pueden encontrar información y asesoramiento para su ámbito.

www.fideo.de

ICH BIN ALLES

El portal de Internet ICH BIN ALLES, ofrece a niños y jóvenes (y en una sección aparte para los padres) información sobre la depresión. ¿Cómo se reconoce la enfermedad? ¿Qué necesitas saber para entenderla y cómo se trata? No toda la tristeza es depresión. ¿Qué puedes hacer para mantenerte mentalmente sano?

El sitio web no ofrece asesoramiento personal.

www.ich-bin-alles.de

DEUTSCHE ANGST-HILFE

En el portal de Internet de Deutsche Angsthilfe e. V. (DASH) aborda los trastornos de ansiedad y lo que los afectados pueden hacer al respecto. «El miedo ofrece la oportunidad de superarlo y así crecer más», se dice en un momento dado. Estas páginas contienen mucha información e informes, por ejemplo, sobre nuevas encuestas, podcasts actuales y conferencias interesantes. Los afectados pueden utilizar la opción de asesoramiento en línea y encontrar un grupo de autoayuda.

www.angstselbsthilfe.de

PLATAFORMA PARA EL TRASTORNO LÍMITE DE LA PERSONALIDAD

El portal plataforma para el trastorno límite de la personalidad ofrece una amplia información sobre el trastorno límite de la personalidad y está dirigido a afectados y sus familiares. Hay consejos sobre lo que pueden hacer las personas con este trastorno de la personalidad cuando se sienten presionadas o bajo mucha tensión. El amplio foro de autoayuda ofrece a los

afectados y a sus familiares la oportunidad de cambiar ideas con otras personas sobre diversos temas.

www.borderline-plattform.de

IRRSINNIG MENSCHLICH

La asociación Irrsinnig Menschlich e. V. hace campaña contra la estigmatización de las enfermedades mentales. Para ello, ha desarrollado un amplio programa de prevención para colegios, universidades y empresas, con el fin de concienciar sobre la salud mental y reducir los prejuicios sobre las enfermedades mentales. En su sitio web, la asociación ofrece información sobre temas como la ansiedad, el acoso escolar, la depresión y las conductas autolesivas.

www.irrsinnig-menschlich.de/hilfe

<https://www.bzga.de/ueber-uns/geschaeftsbereich/>

Cartera de servicios

El Centro Federal de Educación para la Salud forma parte del departamento del Ministerio Federal de Salud (BMG por sus siglas en alemán). El BMG lleva a cabo tareas legislativas y administrativas en el ámbito de la política sanitaria en el marco de la Ley Fundamental.

Además, La cartera de servicios de BMG engloba:

Instituto Robert Koch (RKI)

El RKI es la institución central del gobierno federal en el ámbito de la salud pública para la detección, prevención y control de enfermedades. Evalúa, analiza e investiga enfermedades altamente peligrosas, extendidas o de gran importancia para las políticas públicas o sanitarias. Los principales temas son VIH/SIDA, cáncer, alergias y enfermedades infecciosas. En este instituto hay varias comisiones científicas, por ejemplo, la Comisión de Vacunación Permanente, que desarrolla recomendaciones de vacunación. También es responsable de la edición del contenido, la coordinación de los informes sanitarios federales, de aprobar la importación y el uso de células madre de embriones humanos.

Instituto Paul Ehrlich (PEI)

El Instituto Paul Ehrlich, Instituto Federal de Vacunas y Biomedicina, contribuye de manera significativa a la disponibilidad y seguridad de fármacos biomédicos eficaz. Además de la aprobación, las tareas regulatorias del instituto incluyen asesoramiento científico sobre el desarrollo de medicamentos, aprobación de ensayos clínicos, ensayos de productos experimentales y de lotes gubernamentales, así como la evaluación de los efectos secundarios de los medicamentos.

Entre los productos biomédicos mencionados se incluyen vacunas y sueros inmunológicos para humanos y animales, anticuerpos, preparados de células madre y otros medicamentos derivados de la sangre, alérgenos, preparados

de tejidos, terapias celulares y genéticas, así como medicamentos de ingeniería tisular para humanos. La investigación reconocida internacionalmente del Instituto Paul Ehrlich en los campos de virología, inmunología, alergología, hematología y terapia celular y genética sirve para mejorar la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos biomédicos. Además, constituye una base esencial para las decisiones del instituto con respecto a la aprobación y evaluación de medicamentos.

Instituto Federal de Medicamentos y Productos Sanitarios (BfArM)

El objetivo del Instituto Federal de Medicamentos y Productos Sanitarios es mirar por la salud de todos los ciudadanos mediante un suministro rápido y fluido de medicamentos y productos sanitarios seguros y eficaces. En este ámbito trabajan en la BfArM alrededor de 1.100 empleados, entre médicos, farmacéuticos, químicos, biólogos, asistentes técnicos y empleados administrativos. El BfArM contribuye decisivamente a prevenir riesgos para la salud, a mejorar continuamente la seguridad de los medicamentos, a el control de los riesgos de los productos sanitarios y a controlar el tráfico de estupefacientes y a la prevención de peligros para la salud.

El objetivo del trabajo del BfArM es la aprobación de medicamentos según la Ley de Medicamentos. Se comprueban los beneficios para la salud, es decir, la eficacia, la seguridad y la calidad farmacéutica. Cuando los medicamentos se comercializan después de su aprobación y son utilizados por muchos pacientes, pueden producirse efectos secundarios que no siempre pueden detectarse en los estudios clínicos. El BfArM evalúa estos efectos no deseados de los medicamentos y toma medidas eficaces para proteger a los pacientes.

El departamento de "Educación sexual, anticoncepción y planificación familiar" del BZgA está bajo la supervisión jurídica y técnica del Ministerio Federal de Familia, Tercera Edad, Mujer y Juventud (BMFSFJ por sus siglas en alemán).

El BMFSFJ organiza ayudas familiares (prestaciones por hijos, prestaciones por cuidado de hijos, pagos anticipados de alimentos y protección de la maternidad), lucha por que se tengan en cuenta los intereses familiares en el gobierno federal (por ejemplo, en la legislación fiscal, prestaciones de vivienda y pensiones) y crea mejores condiciones para una responsabilidad parental cooperativa entre padres y madres (permiso parental, subsidio para el cuidado de los hijos, entorno de trabajo favorable a la familia, guarderías para los niños).

3.4.4. TRACCIÓN DEL EXTRACTO DE LA WEB DE LA ASOCIACIÓN ANAD

Charlas para profesores y profesionales en centros escolares

Los trastornos alimenticios en la escuela

Hace tiempo que los temas como las dietas, la obsesión por delgadez y el culto al cuerpo se encuentran en las escuelas y están presentes en estas y en la vida cotidiana de los jóvenes. Los profesores, psicólogos y trabajadores

sociales en las escuelas tienen que trabajar cada vez más con jóvenes con comportamientos alimenticios llamativos o un trastorno alimenticio. Esto puede generar una gran incertidumbre en cuanto a cómo tratar este tema o a los alumnos a los que les afecta. En esta charla interactiva se proporcionará respuesta a esta y a muchas otras preguntas.

Grupo de destino:

Profesores, psicólogos de colegios, trabajadores sociales de colegios.

Contenidos:

Tipos de trastornos alimenticios y sus causas

Reconocer los trastornos alimentarios en el día a día de la escuela.

Factores de riesgo y de protección.

Cómo tratar con los alumnos afectados y a la clase.

Contactar con los padres.

Posibilidades y límites de la ayuda escolar.

Opciones de terapia.

Debate sobre temas de actualidad o estudio de los casos de los participantes.

Condiciones generales:

Duración: 2 horas

Precio: 300 euros

Lugar: Tu escuela

¿Estás interesado en una charla?

Por favor escríbenos un correo electrónico a:

vortag@anad.de

Charlas de especialización para empleados de oficinas de asistencia juvenil, centros sociales y centros de asesoramiento.

Trato con trastornos alimenticios en los servicios públicos para jóvenes y adultos.

Los trastornos alimenticios ya no son enfermedades raras y, por tanto, están presentes en los servicios de ayuda a los jóvenes, instituciones públicas y centros de asesoramiento. Como consecuencia de la especial raíz del trastorno, es esencial tener los conocimientos pertinentes para ganar confianza en el trato a los afectados y poder hacer sugerencias de opciones de tratamiento fundamentadas. Es necesario también, conocer las posibilidades y los límites de los servicios de apoyo ambulatorio y hospitalario.

Esta charla interactiva especializada se adapta a las necesidades y problemas específicos de la institución que se encarga y permitirá a los empleados tener más confianza al tratar con personas con trastornos alimenticios y sus necesidades especiales.

Grupo de destino

Empleados de oficina de bienestar juvenil, de instituciones públicas (como pisos compartidos, clubes juveniles, atención ambulatoria en casa), así como de centros educativos, de asesoramiento para jóvenes y de adicciones.

Contenidos:

Tipos de trastornos alimenticios y sus causas.

Reconocer los trastornos alimenticios.

Factores de riesgo y de protección.

Tratar con los afectados en el cuidado del día a día.

Opciones de alojamiento y terapia.

Cooperación con terapeutas, médicos, etc.

Debate sobre temas de actualidad o estudio de los casos de los participantes.

Condiciones generales:

Duración: 2 horas

Precio: 300 euros

Tu lugar de trabajo

Contacto: ANAD e.V. Sekretariat

089 / 219973-0

info@anad.de

Charlas especializadas para trabajadores de guarderías y jardines de infancia.

Alimentación relajada con bebés y niños pequeños

El personal especializado de las guarderías se enfrenta a situaciones a la hora de comer que a menudo pueden provocar inseguridades, por ejemplo, cuando los niños se niegan a comer, comen mal o no pueden saciarse.

En estos momentos, los adultos juegan un papel importante en la prevención de los trastornos alimenticios respondiendo adecuadamente a estas peculiaridades infantiles. Por lo que los problemas en los hábitos alimentarios en la infancia tienen una estrecha relación con el desarrollo de un trastorno alimentario en la adolescencia.

El objetivo de la charla no es impartir conocimientos nutricionales, sino más bien permitir que los adultos respondan adecuadamente a las señales de los niños para fortalecer su capacidad de cuidar de sí mismos. Estas charlas se ofrecen en cooperación con ANAD® eV.

Grupo de destino

todos los profesionales de guarderías y jardines de infancia

Contenidos:

Impartir los conceptos básicos sobre cómo apoyar de forma óptima a los bebés y a los niños pequeños en lo que respecta a comer y beber.

Cómo lidiar con la negativa a comer, los malos comedores o los niños que siempre quieren comer.

Establecer situaciones calmadas para comer en el día a día de la guardería y evitar peleas en la comida.

Diferenciación de los problemas alimentarios habituales en la primera infancia de los trastornos alimentarios que requieren tratamiento.

Debate sobre temas de actualidad o estudio de los casos de los participantes.

Ponente:

No hay entradas disponibles

Condiciones generales:

Duración: 2 horas

Precio: 300 euros

Lugar: Tu guardería

¿Estás interesado en una charla?

Por favor escríbanos un correo electrónico a: vrtrgANADd

Taller para cursos.

Obsesión por adelgazar y dietas: ¿amigas o enemigas? (1,5 horas)

La obsesión por adelgazar, los ideales de belleza, las dietas y los trastornos alimentarios son temas importantes entre los jóvenes. En nuestro taller interactivo hablamos sobre los comportamientos alimenticios normales, los ideales de belleza y los trastornos alimenticios en un entorno diverso lleno de información y debates. El objetivo de esta charla es prevenir los trastornos alimenticios a través de la educación y la información sobre las opciones de ayuda para estudiantes afectados.

El taller estará impartido por dos empleados experimentados de ANAD® e.V.

Grupo de destino

Clases escolares desde 1º de ESO en adelante.

Contenidos:

Información y debate sobre conductas alimenticias normales.

Ideales de belleza en diferentes culturas.

Reflexión crítica de las representaciones en los medios y las tendencias de belleza actuales.

Proporcionar información sobre los trastornos alimenticios: síntomas, causas, posibles tratamientos.

Tratar con los afectados.

Condiciones generales:

Duración: 1,5 horas

Precio: 200€

Lugar: Tu escuela

¿Estás interesado en una charla?

Por favor escríbenos un correo electrónico a:

Asesoramiento, formación y networking. Más de 800 miembros pertenecen a «Paritätisches» Berlín. Nos reunimos en el foro de relaciones públicas, tenemos un grupo de Facebook e intercambiamos ideas en el Café Rot-Blau, nuestra mesa redonda virtual. Asesoramos en momentos de crisis.

Organización y celebración. Apoyamos la organización y realización de eventos dentro de la asociación, Gemeinsamen Sache, las jornadas de voluntariado en Berlín y la ceremonia de la entrega de los premios PIA. Nos encargamos de la organización de la recepción anual. Celebramos la diversidad de nuestra asociación, entre otras cosas, con el proyecto cross-media #berlinbessermachen, en el que retratamos a personas comprometidas con nuestras organizaciones participantes.

Planificación y promoción. Tenemos nuestro diseño corporativo adaptado. Ahora es más claro y muestra más diversidad. Promocionamos y nuestros miembros con pancartas coloridas y artículos promocionales.

<https://www.paritaet-berlin.de/verband/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/angebote>

3.5. COMENTARIO DE LAS TRADUCCIONES

En este apartado se procederá a comentar los aspectos más destacables de las traducciones que se han expuesto anteriormente. Este comentario se basará en la clasificación de problemas y dificultades de Nord (2009: 233) y se dará la explicación de cómo se han resuelto mediante las técnicas de traducción, el método traductor que se ha seguido y las estrategias utilizadas que se ha establecido por Hurtado Albir (2001: 156-171).

Según Nord (2009: 233):

«Las dificultades de traducción son subjetivas, individuales, e interrumpen el proceso hasta que sean superadas mediante las herramientas adecuadas, mientras que los problemas de traducción son intersubjetivos, generales, y han de ser solucionados mediante procedimientos traslativos que forman parte de la competencia traductora.»

Estas dificultades y problemas que se expondrán a continuación surgen de los encargos que solicita el cliente detallados anteriormente en este apartado «3.1.2. Encargo de traducción».

En primer lugar, se abordarán las dificultades de traducción. Estas, según Nord (2009:233), son de diferentes tipos: dificultades textuales (dependiendo de lo complicado de entender que sea el texto), dificultades competenciales

(depende de las capacidades del traductor), dificultades profesionales (relativo a las especificaciones del encargo) y dificultades técnicas (dependen de las condiciones de trabajo).

Dificultades textuales: en este ámbito la dificultad que presentan los encargos que ocupan este trabajo es la gran cantidad de palabras compuestas, ya que el alemán es una lengua con tendencia a utilizar palabras compuestas complejas.

Dificultades competenciales: en este caso el traductor no cuenta con un gran dominio de la lengua ni la cultura alemana, de manera que este factor dificulta el encargo.

Dificultades profesionales: en este ámbito no hay ningún tipo de dificultad, ya que las directrices están bien especificadas por el cliente.

Dificultades técnicas: la dificultad predominante en esta parte es la inmediatez con la que el cliente necesita el trabajo.

Por otra parte, los formatos de los textos dificultan el trabajo de estos, ya que, en el caso del primer encargo, son PDF en forma de tríptico con fotos que dificultan el procesamiento en la plataforma usada para la traducción, Phrase. En el caso del segundo encargo, ya que pertenecen a una página web, el cliente ha proporcionado los textos en Word, lo que facilita el procesamiento por la herramienta, sin embargo, dificulta la puesta en contexto.

A continuación, se pasarán a tratar los problemas de traducción de los encargos que nos ocupan.

Los problemas pragmáticos: En este ámbito, el principal problema para los encargos que nos ocupan es la segunda persona. En estos textos se interpela continuamente al receptor, por lo que a la hora de traducirlo surge la duda de si utilizar tuteo o la forma de cortesía «ustedes».

Otro problema pragmático de traducción ha sido los nombres de las asociaciones, etc.

Los problemas culturales de estos encargos han sido los siguientes: En primer lugar, las instituciones públicas o nombre de los trabajos en Alemania. En ocasiones las instituciones públicas o el cargo de trabajo no cuentan con un equivalente español.

Problemas lingüísticos de traducción: En este encargo que es del alemán al español el principal problema lingüístico de traducción son las estructuras sintácticas muy alejadas de las del español.

Problemas de traducción extraordinarios: En este apartado se abordarán los recursos apelativos usados, los epígrafes. En los trípticos se usan como recurso para llamar la atención del cliente, por lo que se han alterado fórmulas para que en español cumplen la misma función.

Otro problema en el encargo de los trípticos es que, debido al escaso espacio con el que cuentan los documentos el texto original, en ocasiones tiende a abreviar de manera que en español faltaría información.

Para solucionar estos problemas expuestos anteriormente, se han tomado como referencia las técnicas acuñadas por Hurtado Albir (2001: 156) que son las siguientes.

- Adaptación: esta técnica se basa en sustituir un elemento cultural del texto fuente con otro en el texto meta que sea más familiar para el destinatario de la traducción.
- Modulación: la modulación cambia el punto de vista, el enfoque que se da en la traducción, un ejemplo de esta técnica es cambiar la voz activa por la voz pasiva.
- Equivalencia: trata de traducir una expresión por una completamente diferente pero que, sin embargo, tiene el mismo significado que la que se utiliza en el texto original.
- Transposición: la transposición trata de cambiar la categoría gramatical de una parte del texto sin que se altere el sentido del texto.
- Amplificación: esta técnica es la adición de información para aclarar conceptos no explícitos en el texto fuente.
- Descripción: es, en vez de traducir el término, se describen los elementos culturales específicos.
- Reducción: se eliminan elementos del texto fuente en el texto meta porque no son necesarios para el público y con el fin de aportar claridad y fluidez.
- Compensación: se introduce información en otra parte del texto cuando no se pueda mantenerlo en la misma posición del texto fuente.
- Préstamo: se usa la palabra igual que está en el texto meta, se suele usar en nombres propios, tecnicismos y palabras sin equivalente.
- Calco: traducción literal de una expresión adaptando su estructura en la lengua meta.
- Sustitución: reemplaza términos por otros que cumplen la misma función en la lengua meta, como las onomatopeyas de diferentes lenguas.

A continuación, y para finalizar el comentario se pasarán a ejemplificar los casos de los problemas con la solución que se ha tomado en base a estas técnicas de traducción de Hurtado Albir (2001: 156):

Problemas pragmáticos, uso de tuteo: se ha solucionado con sustitución. En este caso se ha optado por utilizar tuteo, ya que al tratarse de textos publicitarios se necesita mostrar cercanía y en español se consigue utilizando «tú».

Ejemplo 1 página 1 Anexo 5

2	Trifft folgendes auf Sie zu?	¿TE OCURRE LO SIGUIENTE?
3	• Ist es Ihr Ideal, besonders schlank zu sein?	• Tienes como objetivo adelgazar mucho.
4	• Haben Sie bereits viele Diäten probiert, um abzunehmen?	• Has probado muchas dietas para adelgazar.

6	WERDEN AUCH SIE JETZT MITGLIED IM BFE	HAZTE AHORA MIEMBRO DE LA BFE
---	---------------------------------------	-------------------------------

Página 1 Anexo 6

Ejemplo 2 página 1 Anexo 7

21	Seriöse Beratungsstellen in Ihrer Nähe finden Sie zudem über die deutschlandweite Datenbanksuche.	También puedes encontrar centros de asesoramiento acreditados en su zona con la búsqueda en bases de datos en toda Alemania.
22	ERREICHBARKEIT UND KOSTEN	ACCESO Y COSTE

Ejemplo 3 página 1 Anexo 8

24	Ihre Schule	Tu escuela
25	Sie haben Interesse an einem Vortrag?	¿Estás interesado en una charla?
26	Bitte schreiben Sie uns eine E-Mail unter:	Por favor escríbenos un correo electrónico a:

Problemas pragmáticos, nombre de asociaciones: El problema de los nombres de las asociaciones se ha solucionado con la técnica de préstamo. En este caso se ha optado por dejarlos en versión original, ya que la funcionalidad que va a cumplir el texto traducido así lo requiere. Esto es debido a que ambos encargos resultarán en una traducción instrumento Nord (1996), por lo que el receptor ha de tener conocimiento del nombre original. El receptor ha de tener el nombre original porque esta traducción va a ser extendida por Alemania para personas hispanohablantes que necesiten el servicio de esa asociación por lo que saber el nombre de esta es fundamental.

Ejemplo 1 página 1 Anexo 5:

15	Aktionskreis Ess- und Magersucht Cinderella e.V. wird nanziert vom Bezirk Oberbayern, der Landeshauptstadt München und dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit.	Aktionskreis Ess- und Magersucht e.V. Cinderella e.V está financiado por la región de Alta Baviera, la capital, Múnich, y el Ministerio de Sanidad y Medioambiente de Baviera.
----	---	--

Ejemplo 2 página 1 Anexo 6:

3	Der BFE fördert durch Fortbildungsangebote (Curricula, Tagungen) die qualifizierte Ausbildung von TherapeutInnen und BeraterInnen, die mit essgestörten Menschen arbeiten.	BFE promueve la formación continua cualificada de terapeutas y asesores que trabajan con personas con trastornos alimenticios (currículos, conferencias).
---	--	---

Ejemplo 3 página 1 Anexo 7:

18	Am Infotelefon der BZgA können Betroffene und Angehörige erfragen, welche Einrichtung in ihrem Fall und in ihrer Situation zuständig ist.	Los afectados y sus familiares pueden llamar al teléfono de información de la BZgA para saber qué institución puede llevar su caso y situación.
----	---	---

Ejemplo 4 página 2 Anexo 8:

60	Dieser Vortrag wird in Kooperation mit ANAD® e.V. angeboten.	Estas charlas se ofrecen en cooperación con ANAD® e.V.
----	--	--

Problemas culturales: Se ha solucionado con la técnica de calco. La solución que se ha adoptado para este problema es la traducción literal para un acercamiento al receptor a la función de dichas asociaciones. En otras ocasiones se ha mantenido en versión original, ya que como hemos dicho anteriormente, las traducciones serán instrumento por lo que se necesita saber el nombre exacto de la institución en caso de que se necesite acudir a ella.

Ejemplo 1 página 1 Anexo 5

19	Sabine Sperl, Dipl.-Sozialpädagogin (FH)	Sabine Sperl – <u>Pedagoga social</u>
----	--	---------------------------------------

65	Darüber hinaus wird eine Adipositasgruppe sowie eine Dolce-Vita-Gruppe für ehemals Betroffene angeboten.	También ofrecemos un grupo de ayuda para personas con obesidad y Grupo Dolce-Vita-para personas recuperadas.
----	--	--

Ejemplo 2 página 2 Anexo 6

En español no existen estos términos, pero como se ha explicado antes, para el acercamiento del receptor a la cultura se ha considerado utilizar la traducción literal ya que ha de utilizar el texto origen para conseguir ayuda en Alemania, por lo que será más beneficioso mantenerlo lo más cercano posible al término origen.

53	/BUNDESWEITE VERNETZUNG	/REDES NACIONALES
----	-------------------------	-------------------

Ejemplo 4 página 1 Anexo 7

19	Meist sind örtliche Beratungsdienste gut miteinander vernetzt.	Los <u>servicios locales de asesoramiento</u> suelen estar bien conectados entre ellos.
----	--	---

6	• Sehen Sie Gewicht und Figur als Lösung Ihrer Probleme an?	• Ves la pérdida de peso y la figura como solución a tus problemas.
7	• Unterteilen Sie Lebensmittel in „erlaubte“ und „verbotene“?	-Clasificas los alimentos en «permitidos» y «no permitidos».

8	• Erbrechen Sie nach dem Essen absichtlich?	• Vomitas de manera intencionada después de comer.
9	• Benutzen Sie Abführmittel oder Entwässerungsmittel, Schilddrüsenpräparate oder treiben Sie übermäßig viel Sport, um abzunehmen oder nicht zuzunehmen?	• Consumes laxantes, productos diuréticos, medicamentos para tiroides o haces excesivo ejercicio para perder peso o mantenerlo.
10	• Ist Essen/Nicht-Essen für Sie ein immerwährender Kampf?	• Tienes una batalla continua sobre si comer o no.
11	• Leiden Sie unter Schuldgefühlen, Depressionen und Hilflosigkeit im Zusammenhang mit Essproblemen?	• Tienes remordimientos, depresión e impotencia en lo relacionado con los trastornos alimenticios.
12	• Fühlen Sie sich dem ewigen Kreislauf von Diät und Heißhungeranfällen hilflos ausgeliefert?	• Sientes impotencia ante la cultura de las dietas y antojos.

Ejemplo 5 página 1 Anexo 8:

Ya que estos textos se utilizarán en Alemania se ha considerado que, aunque el término no sea el utilizado en español, será beneficioso el acercamiento en cuanto a estructura del término español al del alemán.

Problemas de traducción lingüísticos: Estos textos cuentan con una estructura sintáctica muy característica a la del alemán y muy diferente a la del español que no sonaría natural al reproducirla. Para solucionar este problema se han utilizado las técnicas de modulación y transposición.

Ejemplo página 1 Anexo 5

8	LehrerInnen, SchulpsychologInnen und SchulsozialarbeiterInnen	Profesores, <u>psicólogos de colegios,</u> <u>trabajadores sociales de colegios.</u>
---	---	---

Para finalizar, y teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto en este apartado y según la clasificación de Hurtado (2000: 151-152), se puede llegar a la conclusión de que las traducciones de estos encargos que nos ocupan se han llevado a cabo según el método interpretativo-comunicativo. Durante el proceso traductor se ha buscado la comprensión y expresión del sentido del texto original. La traducción busca conseguir la misma finalidad que el texto original y se trata de mantener la función y el género textual.

4. CONCLUSIONES

Para concluir con el trabajo final de grado cabe destacar que, como se indicó en la introducción, este se ha basado en los objetivos y competencias establecidos para la titulación de grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Valladolid, impartidos durante el grado mencionado.

Para este trabajo ha sido necesario unas bases teóricas muy concretas, como se puede ver en el apartado «2. Marco Teórico», así como una metodología

clara a la hora de desarrollar la traducción y trabajar con las lenguas y los aspectos característicos de la traducción publicitaria en el mundo de la traducción, así como el conocimiento de la resolución de los problemas que esta presenta, como se puede comprobar en el apartado del encargo de traducción. Estas cuestiones pertenecen a las competencias E8, E9, E10, E23, E24, E25, E26, E31, E35, G3 y G6.

Para comenzar he conseguido mostrar la capacidad de identificación y aplicación de manera correcta de las variaciones lingüísticas, los registros, y las jergas específicas de los diferentes campos. En este caso se centró en el lenguaje publicitario y en segundo lugar en el lenguaje sanitario. Se puede comprobar que he aplicado estos conocimientos en el apartado «3. Traducción» Estas cuestiones pertenecen a las competencias E1, E2, E3, E4 y G1.

El trabajo presente también es una prueba de que he adquirido la capacidad de adecuación de las diferentes tipologías textuales y la habilidad para el análisis y producción de textos que se ajustan a los parámetros de las tipologías existentes. Así mismo también trabajé la capacidad para aplicar las técnicas de traducción y estrategias que sean adecuadas en la tipología textual que nos ocupa, tanto en la lengua origen como en la lengua meta. Se expone en las competencias E4, E5, E6, E7, E30, E31, G2 y G3. Estas habilidades adquiridas han sido plasmadas en la parte del comentario de texto.

En cuanto a la comunicación tanto oral como escrita este trabajo me ayudó a desarrollar una competencia adecuada para que se pueda presentar y defender delante del tribunal de evaluación. Estas cuestiones pertenecen a las competencias E22 y G4 y será plasmado en la fase de la exposición.

En cuanto a la elaboración técnica de este trabajo, utilicé procesos de trabajo para garantizar la calidad de este mediante revisiones y documentación exhaustiva. De la misma forma he involucrado herramientas y recursos documentales como diccionarios bilingües y monolingües, la plataforma Phrase para traducir el encargo, libros como Torresi (2021) Nord (1997) y Olohan (2016). Esto trata de demostrar mi capacidad de manejo de tareas complejas en contextos de profesionalidad. Todas estas cuestiones pertenecen a las competencias E16, E17, E18, E19, E27, E28, E32, E34, G1, G2 y G5. Estas habilidades adquiridas se pueden ver plasmadas a lo largo de todo el trabajo, ya que para todos los pasos de este se ha necesitado amplia documentación y herramientas.

BIBLIOGRAFÍA

Albir, A. H. (2001). Método, traductor y técnicas de traducción. En *Traducción y traductología* (pp. 256-271). Madrid: Cátedra.

Ciapuscio, G. E., & Kuguel, I. (2002). Hacia una tipología del discurso especializado: aspectos teóricos y aplicados. En J. García Palacios & M.

Teresa Fuentes (Eds.), *Entre la terminología, el texto y la traducción* (pp. 37-73). Salamanca: Almar.

Grado en Traducción e Interpretación (Plan antiguo). (s. f.). <https://www.uva.es/export/sites/uva/2.estudios/2.03.grados/2.02.01.oferta/estudio/Grado-en-Traduccion-e-Interpretacion-Plan-antiguo-00002/>

Nord, C. N. (1996), El funcionalismo en la enseñanza de traducción. *Mutatis Mutandis. Revista Latinoamericana de Traducción*. (pp.233-235) Recuperado 29 de mayo de 2024, de <https://www.redalyc.org/pdf/4992/499267780008.pdf>

Olohan, M. (2016). *Scientific and Technical Translation*. Routledge.

Torresi, I. (2021). *Translating Promotional and Advertising Texts*. <https://doi.org/10.4324/9781003131595>

ANEXOS:

Acceso a los anexos: https://uvaes-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/sofia_valenzuela_estudiantes_uva_es/EstiYS80TS9CpzzDH0pIQMABR6zs8rN1GAKho7N7tP7uxQ?e=Jjc4no

Anexo 1: Tríptico Cinderella

Anexo 2: Tríptico BFE

Anexo 3: Fragmento web BZqA

Anexo 4: Fragmento web ANAD

Anexo 5: Documento bilingüe Cinderella

Anexo 6: Documento bilingüe BFE

Anexo 7: Documento bilingüe BZqA

Anexo 8: Documento bilingüe ANAD