

LA TRADUCCIÓN ESPAÑOL > ITALIANO DE TIPOLOGÍAS TEXTUALES SEMI-ESPECIALIZADAS: PLANTEAMIENTO DISCURSIVO, CONTRASTIVO Y DIDÁCTICO

Giuseppe Trovato

Università degli Studi di Catania, Italia

ABSTRACT

This paper addresses the translation process between Spanish and Italian with regards to a particular kind of texts, namely, commercial letters, conceived as a «hybrid» textual genre due to its mixed and varied terminology (economics, administration, law). After pointing out the specific features of commercial writings, the attention will be focused on the translation process in order to make a significant contribution to the Didactics of Translation between cognate languages.

KEYWORDS: Didactics of Translation, Cognate languages, Commercial texts, Translation process, Translation techniques

RESUMEN

El presente estudio aborda la traducción de textos con carácter semi-especializado entre dos lenguas emparentadas, esto es, el español y el italiano: los escritos comerciales. Nuestro objetivo reside, en primer lugar, en determinar las características específicas de una tipología textual «híbrida», pues en ella convergen rasgos procedentes de distintos ámbitos (económico, administrativo, jurídico, por mencionar los más destacados). A continuación, emprenderemos una serie de reflexiones de tipo contrastivo y traductológico: en concreto, analizaremos cómo llevar a cabo el proceso de traducción en la dirección español > italiano, con miras a ofrecer una fundamentación teórica y metodológica que redunde en beneficio de la Didáctica de la Traducción entre lenguas afines.

PALABRAS CLAVE: Didáctica de la Traducción, Lenguas afines, Escritos comerciales, Proceso traductor, Técnicas de traducción

FECHA DE RECEPCIÓN: 11/07/2016

FECHA DE ACEPTACIÓN: 30/09/2016

PÁGINAS: 81-92

1. INTRODUCCIÓN

Los Estudios de Traducción, a la altura del año 2016, han alcanzado una clara relevancia científica y gozan de muy buena salud, lo cual queda asimismo reflejado en la maraña de publicaciones que desde hace más de tres décadas vienen realizándose en el ámbito internacional. El tema de la traducción se ha abordado extensa y detalladamente bajo múltiples perspectivas, lo cual ofrece una idea de los pasos que ha dado este campo de estudio. En los últimos tiempos, una rama de la Traductología se ha orientado hacia la vertiente didáctica. Dicho en otros términos, se ha empezado a investigar en torno a las modalidades más idóneas para enseñar a traducir. Amparo Hurtado Albir define la didáctica de la traducción como «quizás el campo más característico de la investigación aplicada en Traductología» (2011: 161). Enseñar a llevar a cabo el proceso traductor de forma eficaz no es tarea fácil, pues no existe «la traducción perfecta» y toda traducción está sometida al paso del tiempo, ya que las lenguas objeto de traducción evolucionan y tienden a adaptarse a nuevas tendencias y orientaciones. La investigación científica en el marco de la Didáctica de la Traducción ha comportado asimismo un hondo proceso de reflexión sobre la combinación de lenguas implicadas en el proceso de traducción y, por ende, sobre la pertinencia de los enfoques contrastivos aplicados a la traducción:

Mención aparte merece la consideración de los estudios contrastivos como método de aprendizaje de la traducción. De todos los estudios comparados entre lenguas, los que con mayor fuerza se han planteado explícitamente como un método de enseñanza de la traducción son las *Estilísticas comparadas*; [...] la traducción se considera como una aplicación práctica de la Estilística comparada que está regida por una serie de leyes: los *procedimientos*¹. (Hurtado Albir, 2011: 163)

Nosotros nos decantamos por la adopción de un enfoque contrastivo en la Didáctica de la Traducción, especialmente a la hora de llevarlo a la práctica con dos lenguas como el español y el italiano, puesto que a raíz de su proximidad, presentan una serie de analogías pero también de divergencias en el plano léxico, morfosintáctico, discursivo y pragmático. Acudiendo a uno de los estudios pioneros sobre la enseñanza de la traducción, se pone de relieve la rentabilidad de los enfoques contrastivos textuales:

Son esperanzadoras las propuestas de análisis contrastivo surgidas en los últimos años que se sitúan en una óptica textual hacia una Textología comparada. Estos análisis, que introducen consideraciones de tipo contrastivo desde un punto de vista de funcionamiento de los textos (elementos de coherencia y cohesión, tipologías textuales), son de sumo interés, ya que se efectúa un desplazamiento de la contrastividad en el plano de la lengua a la contrastividad textual, mucho más cercana a la realidad en que se mueve el traductor. (Hurtado Albir, 1999: 19)

A partir de estas consideraciones introductorias, nos proponemos realizar un estudio orientado a la teoría y práctica de la traducción español-italiano que contribuya a consolidar el terreno de su didáctica.

2. LOS ESCRITOS COMERCIALES: CARACTERÍSTICAS FORMALES

Hoy en día, los negocios se rigen por una interdependencia económica y financiera que se despliega a nivel internacional y hace cada vez más necesaria una comunicación ágil y rápida. En este marco se insertan todos aquellos escritos de índole comercial:

¹ Con el término «procedimiento» se hace referencia a las técnicas de traducción que sirven para reformular el contenido del texto de partida con pertinencia y adecuación, para que el texto de llegada cuente con eficacia pragmática y comunicativa.

La correspondencia recibirá, pues, el nombre de comercial cuando se aplica a los negocios, por lo que podemos definirla como el arte de tratar de los negocios mediante la escritura. [...] la cantidad de operaciones y asuntos comerciales que se resuelven exclusivamente por medio de la correspondencia es enorme y son muchas y diversas las empresas que realizan entre ellas un volumen muy importante de operaciones que no se conocen más que a través de la correspondencia que mantienen, mientras que otras, aunque existan algunos contactos personales, la mayor parte de los asuntos los resuelven a través del correo. (Equipo de Expertos 2100, 1999: 223)

En un artículo dedicado al lenguaje de especialidad de la economía, Santos López aborda la carta comercial, género textual que se ha desplazado cada vez más hacia el formato electrónico debido a los avances tecnológicos de los cuales nos hemos beneficiado todos:

La carta comercial es un género textual que, últimamente, ha sufrido una gran modificación debido a la generalización de su difusión a través del correo electrónico. Algunas de sus características son comunes en ambos canales. (Santos López, 2009: 137)

De forma más sistemática, Álvarez realiza una clasificación puntual de los diversos tipos de escritos comerciales: cartas de pedido (de género, de mercancías), de reclamaciones, quejas o protestas; cartas de solicitud (de un servicio, de una información), de devoluciones (por error en el envío); cartas de informes personales, de ofertas (de servicios profesionales), de recomendaciones y cartas de recomendación² (Álvarez 1997: 42).

Ahora bien, desde el punto de vista de su estructuración y presentación, un escrito comercial tiene que reunir determinados requisitos, lo cual corrobora la idea de que se trata de un género textual a todas luces. A continuación, enumeramos brevemente los rasgos estructurales y formales de una carta comercial:

- *La fecha*: se sitúa en la parte derecha, bajo el membrete;
- *El membrete*: nombre, título o dirección de una persona o entidad colocados en la parte superior;
- *Referencias y número de registro*: el número de registro es aquel número que se atribuye a la carta y junto con las referencias constituyen dos elementos importantes, pues cumplen la función de relacionar las cartas e identificarlas con agilidad;
- *El destinatario*: el nombre y dirección del destinatario figuran en la parte izquierda.
- *El saludo o encabezamiento*: se coloca debajo de la dirección, dejando algunas líneas en blanco. Estas fórmulas – más o menos formales – varían en función del tipo de escrito que pretendamos redactar y de la persona o entidad a la que dirijamos su contenido.
- *La introducción*: por lo general, una carta comercial empieza con las llamadas «fórmulas de apertura», a saber, fórmulas rutinarias de las cuales se desprende cierto nivel de cortesía³;
- *El cuerpo de la carta*: es la parte más emblemática de la carta, pues de él depende el éxito de la comunicación. La claridad es el rasgo distintivo del cuerpo de un escrito comercial. Hay que dividir el escrito en párrafos según los asuntos tratados, exponer el motivo por el que escribimos y ofrecer toda la información pertinente;
- *La despedida*: al igual que las fórmulas de apertura, un escrito comercial también cuenta con fórmulas de cierre, o sea locuciones a modo de conclusión⁴.

² Estos tipos de escritos comerciales pueden contar con la etiqueta de «sub-géneros», pues tienen funciones y propósitos comunicativos específicos en el marco de la comunicación comercial.

³ Presentamos, a modo de ejemplo, algunas fórmulas introductorias típicas de los escritos comerciales, con independencia de su destinatario o del contenido: *En respuesta a su atenta carta de...; En relación a su carta/pedido; Referente a su escrito de...; Nos complace comunicarles que...; Tenemos el gusto de comunicarles que...; Nos es grato comunicarles que...; Lamentamos mucho tener que anunciarles que...; Con mucho gusto les remitimos...; estamos muy agradecidos por su carta.*

Los que hemos venido ilustrando se configuran como los ejes vertebradores de un escrito comercial. En honor a la verdad, existen otros elementos que caracterizan a la correspondencia comercial y, sin embargo, no nos vamos a detener en ellos porque a efectos del presente trabajo no resulta imprescindible deslindarlos⁵.

3. LOS ESCRITOS COMERCIALES: CARACTERÍSTICAS LINGÜÍSTICAS Y ESTILÍSTICAS

Al abordar los escritos comerciales como género textual concreto, nuestra postura es que esta tipología textual resulta «híbrida», porque como comentábamos en el resumen, recibe aportaciones conceptuales y terminológicas de distintos ámbitos sectoriales. En un pedido, es muy probable encontrar términos de carácter comercial (*remítir la nueva lista de precios, enviar una copia del inventario*) económico y financiero (*condiciones de pago, transferencia bancaria*) o bien relacionados con el mundo de los transportes (*efectuar el envío por ferrocarril*). En las reclamaciones, es común que figuren locuciones de tipo burocrático y jurídico (*actuar por vías legales*). En la comunicación entre un cliente y una entidad bancaria, encontraremos términos y expresiones típicas del sector de la contabilidad (*abonar en la cuenta la cantidad de, demanda de apertura de un crédito, el estado de pérdidas y ganancias*).

Ahora bien, al referirse al aspecto estilístico de los escritos comerciales, Ramos (1988) argumenta que no hay que concebirlo como un idiolecto, sino como una modalidad expresiva convencional a través de la cual se concreta un intercambio comercial. El estilo comercial cuenta con las siguientes características⁶ que se despliegan en el plano discursivo:

- *La claridad*: es la condición esencial, puesto que un escrito comercial no puede dar lugar a confusión o ambigüedades en el plano del sentido;
- *La concisión*: expresar un concepto con exactitud de forma breve e inmediata es uno de los objetivos de un escrito comercial. De esta manera, también se asegura la claridad del texto;
- *La pertinencia o relevancia*: para poder afrontar un determinado asunto, es importante que el corresponsal conozca con precisión las cuestiones que va a tratar;
- *La cortesía*: una relación comercial se rige por un trato cortés, lo cual queda reflejado, entre otras, en la adopción de fórmulas de apertura y cierre ritualizadas;
- *La elegancia*: con este concepto se hace referencia a la pertinencia del vocabulario especializado según requiera el contexto comunicativo y a una amplia gama de expresiones fijas y rutinarias que marcan una diferencia con otros géneros textuales⁷.

⁴ A continuación, ofrecemos algunas muestras de fórmulas para concretar la despedida de un escrito comercial: *Atentamente, le saluda; Reciba nuestro atento saludo; Un cordial saludo; Cordialmente le saluda; Quedamos a su disposición por cuanto puedan necesitar de nosotros; Con la seguridad de vernos favorecidos por su ...*

⁵ Dado que nuestro trabajo se enmarca en el ámbito de los Estudios de Traducción con una orientación didáctica, no hemos considerado fundamental profundizar en todos los aspectos formales de los escritos comerciales. No obstante, para brindar una panorámica completa, nos ceñimos a mencionarlos: la firma y la antefirma, las iniciales, los anexos, la posdata, copia de la carta.

⁶ Las características mencionadas se han extraído de Ramos (1988).

⁷ Para que el lector se haga una idea clara de qué entendemos al hablar de expresiones fijas, aparte de las ya mencionadas fórmulas de apertura y cierre, brindamos otras muestras ejemplificativas: *Teniendo referencias de las extensas y buenas relaciones que ustedes mantienen; Rogamos comprendan lo ocurrido, pero nos es del todo imposible mantener los precios antiguos; Agradeceré el envío inmediato ya que tengo algunos compromisos urgentes.*

4. LA TRADUCCIÓN DE ESCRITOS COMERCIALES: ¿TRADUCCIÓN DE TEXTOS ESPECIALIZADOS O NO ESPECIALIZADOS?

Todo género textual cuenta con características lingüísticas, estilísticas y discursivas propias, lo cual repercute asimismo en el terreno de la traducción. Es precisamente por esta razón por la que en el ámbito de los estudios traductológicos se ha afrontado con profusión el tema de la traducción general *Vs.* la traducción especializada⁸.

En Hurtado Albir (2011), encontramos una diferenciación clara entre estas dos parcelas de la traducción, si bien la estudiosa se decanta por la adopción de dos etiquetas distintas: «traducción de textos especializados» *Vs.* «traducción de textos no especializados». En el primer caso, la traductóloga argumenta lo siguiente:

Nos referimos a la traducción de textos dirigidos a especialistas y pertenecientes a los llamados lenguajes de especialidad: lenguaje técnico, científico, jurídico, administrativo, etc. Preferimos la denominación *traducción de textos especializados* (o géneros especializados) a la de *traducción especializada*, ya que, estrictamente hablando, toda traducción (literaria, audiovisual, etc.) es especializada en el sentido que requiere unos conocimientos y habilidades especiales. (Hurtado Albir, 2011: 59)

Por lo que se refiere a los textos no especializados, la teórica de la traducción afirma que:

Existe una gran heterogeneidad de textos traducibles que no forman parte de los lenguajes especializados; además de los textos literarios, todos aquellos que podríamos calificar de no literarios: textos publicitarios, periodísticos, etc. Estos textos pueden pertenecer a diversos modos (oral, escrito, audiovisual, icónico-gráfico) y pueden ser traducidos en diversas modalidades de traducción: traducción escrita, traducción a la vista, doblaje, interpretación simultánea, etc. Cada ámbito tiene sus características propias, relacionadas con el funcionamiento peculiar de esos textos: preferencias léxicas y sintácticas, rasgos intratextuales (coherencia y cohesión) y géneros y subgéneros propios. (Hurtado Albir, 2011: 62)

Ahora bien, tras esta aclaración que considerábamos pertinente en la economía del presente artículo, cabe plantearse qué tipo de traducción es la de textos comerciales. Dada la naturaleza «híbrida» de esta tipología textual y a raíz de las aportaciones de muy diversa índole que recibe de varias disciplinas especializadas, nos inclinamos por calificar la traducción de escritos comerciales como un tipo de traducción semi-especializada. El lenguaje comercial en sí no se puede considerar de la misma manera que el lenguaje de la economía, pero sí se puede afirmar sin equivocaciones que esta lengua de especialidad ejerce una influencia considerable sobre la comunicación comercial.

No nos consta que existan publicaciones sobre la traducción de textos semi-especializados, pues hasta ahora la tónica ha sido clasificar los textos en especializados y no especializados. Por esta razón, hemos decidido sacar a colación la cuestión, para que se haga hincapié en la existencia de tipologías textuales que no se enmarcan específicamente en la clasificación arriba mencionada. Los escritos comerciales, a nuestro juicio, se sitúan en la categoría de textos semi-especializados y, como tales, tienen que recibir una atención particular a la hora de llevar a cabo una intervención traductora.

En un volumen dedicado a la traducción especializada de géneros de economía y empresa, Suau Jiménez (2010) aborda la carta comercial desde una perspectiva traductológica:

Es, pues, un género en el que podemos encontrar una enorme riqueza de funciones comunicativas, según prescriba cada subgénero o tipo de texto, como veremos a

⁸ Remitimos al lector al volumen de Federica Scarpa (*La traduzione specializzata*, 2008) para contar con un panorama esdarecedor de la traducción especializada, con referencia al contexto académico y profesional italiano.

continuación. La necesidad de las empresas en traducir cartas comerciales puede variar, siendo muy importante en las transacciones internacionales o interculturales, ya que, a veces, el éxito de un negocio puede depender de una traducción bien hecha en la cual se hayan interpretado adecuadamente tanto las funciones retóricas o comunicativas como el léxico. (Suau Jiménez, 2010: 82)

5. EL PROCESO DE TRADUCCIÓN ESPAÑOL > ITALIANO DE ESCRITOS COMERCIALES

En este apartado nos proponemos concretar los objetivos de nuestro artículo ofreciendo una somera fundamentación teórica y metodológica acerca del proceso de traducción en la dirección español > italiano de escritos comerciales.

En un artículo de 2006 publicado en el *Bullettí de la Associació de Traductors i Intèrprets Jurats*, el profesor Roberto Mayoral Asensio aborda la traducción comercial y precisa que:

Una alternativa a hablar de la traducción comercial (es decir, la traducción generada por el comercio) es hablar de la **traducción de textos comerciales**. Creemos sinceramente que esta etiqueta acota la actividad de traducción de forma mucho más selectiva pero la aleja de la realidad profesional (como constelación de actividades distintas).

A modo de acercamiento a la traducción de esta tipología textual⁹, se nos antoja oportuno acudir a los planteamientos de Suau Jiménez:

El traductor necesitará conocer cuáles son las funciones retóricas o comunicativas de cada carta comercial, al objeto de identificarlas, respetar su estructura y buscar su equivalencia en la lengua meta, antes de traducirlas. Será necesario, asimismo, analizar el registro, su grado de formalidad, las características sintácticas y léxicas. Finalmente, habrá que comprobar cuál es el patrón metadiscursivo del género en la lengua meta, para seguir su prescripción y no dañar el propósito comunicativo del género. (Suau Jiménez, 2010: 83-84)

Así pues, antes de emprender la labor de traducción de una carta comercial, será oportuno hacerse con el marco general en el que se inscriben sus propósitos comunicativos y, de paso, comprobar cómo los mismos propósitos se expresan convencionalmente en la lengua hacia la que efectuamos la transposición interlingüística. A continuación, brindamos algunos ejemplos de escritos comerciales en español con su correspondiente traducción al italiano¹⁰ con un breve comentario:

Pedido	Richiesta
Distinguidos señores:	Spett. Ditta,
Nos es grato solicitarles el envío de su catálogo de calculadoras de bolsillo, e informaciones sobre precios actualizados. Les agradeceríamos, además, que nos enviaran material ilustrativo, para que podamos someterlo a la atención de nuestros clientes potenciales.	Abbiamo il piacere di richiedervi l'invio del vostro catalogo di calcolatrici e delle informazioni sui prezzi aggiornati. Vi saremmo grati inoltre se ci inviaste materiale illustrativo, affinché possiamo sottoporlo all'attenzione dei nostri potenziali clienti.

⁹ Otras aportaciones que consideramos relevantes en el ámbito que nos ocupa son los trabajos sobre la traducción comercial de Roberto Mayoral Asensio (2006, 2007), que recogemos en la bibliografía final.

¹⁰ Los modelos presentados se han extraído del manual de Alessandra Salvaggio y Lorella Tabolotti (*Lettere commerciali in spagnolo*, 2009).

A la espera de sus noticias, les saludamos muy atentamente.	In attesa di vostre notizie, vi salutiamo cordialmente.
---	---

Este ejemplo de carta comercial no presenta dificultades especiales en el plano de la traducción al italiano. Dos aspectos que saltan inmediatamente a la vista son, en primer lugar, la fórmula italiana «Spett. Ditta» que se puede considerar como una equivalencia funcional de la locución española «Distinguidos señores». Una traducción literal (*Distinti/Egregi signori*) no resultaría eficaz desde un punto de vista lingüístico-pragmático. El segundo aspecto está relacionado con la puntuación usada inmediatamente después del saludo: convencionalmente en español se usan los dos puntos, los cuales se convierten automáticamente en una coma en los escritos comerciales italianos. Desde un punto de vista terminológico, el cuerpo del texto no presenta palabras de carácter especializado, lo cual corrobora nuestra postura acerca de la colocación de esta tipología textual en el marco de la traducción semi-especializada. Cabe notar, sin embargo, la presencia de expresiones rituales, típicas de la comunicación comercial como hemos expuesto en párrafos anteriores (*Nos es grato solicitarles el envío de su catálogo; Les agradeceríamos, además, que nos enviaran material ilustrativo*). La lengua italiana, también, cuenta con modalidades expresivas rutinarias. De lo que se trata con vistas a una traducción eficaz es de que el traductor vaya familiarizándose con dichas locuciones y las automatice en el proceso de traducción.

Transacciones comerciales	Transazioni commerciali
Señora Gutiérrez Blanco:	Gentile Signora Gutiérrez Blanco,
Tenemos el gusto de escribirle para saber si está interesada en una provisión de nuestra nueva colección “Trabaja con” para su librería.	Le scrivo per chiederle se è interessata a una scorta della nostra nuova collana “Trabaja con” per la sua libreria.
Le adjunto a la presente carta un catálogo a todo color.	Allegata a questa mia trova una brochure a colori.
Esta nueva colección enfoca los programas Microsoft Office desde un punto de vista muy práctico.	Questa nuova collana utilizza un approccio molto pratico ai programmi Microsoft Office.
Estamos muy orgullosos de estos productos y estamos seguros de que estos libros serán muy útiles para sus clientes.	Ne siamo molto orgogliosi e siamo sicuri che questi libri saranno molto utili per i suoi clienti.
Si Usted está interesada, puedo remitirle unos ejemplares de muestra, de manera que pueda evaluarlos.	Se è interessata, posso inviarle delle copie saggio perché possa valutarle.
Si nuestra propuesta le interesa, le sería sumamente grato me enviara un fax o un e-mail, con el fin de organizar un encuentro.	Mi mandi un fax o una e-mail se la nostra proposta le interessa in modo da potere organizzare un incontro.
Agradeciéndole el interés que dará a la presente, espero su pronta respuesta.	La ringrazio per l’attenzione che vorrà riservare alla presente, e rimango in attesa di una sua pronta risposta.
Atentos saludos,	Cordiali saluti.

El modelo arriba presentado reúne las características más emblemáticas de un escrito comercial: precisión, claridad y concisión. Salta a la vista una disimetría en la parte relativa al saludo: en español se usa directamente el apelativo «Señor/a + apellido», mientras que en italiano es habitual matizar el saludo con algún adjetivo de cortesía (*Gentile/Distinto/Egregio*). Desde el punto de vista de la traducción del

cuerpo del texto, se observa en cambio una evidente simetría entre el texto original y el traducido. Al igual que el ejemplo anterior, no se desprenden dificultades que puedan enturbiar el proceso traductor. Es más, en este caso la afinidad lingüística entre el español y el italiano facilita la labor del traductor. Es interesante notar la adopción de fórmulas rutinarias típicas de la comunicación comercial (*Tenemos el gusto de escribirle; Le adjunto a la presente carta un catálogo; puedo remitirle unos ejemplares de muestra; Agradeciéndole el interés que dará a la presente*) cuya traducción al italiano no ocasiona problemas con tal de que el traductor se haya familiarizado con las locuciones correspondientes en la lengua meta. Por último, cabe notar la presencia en el texto fuente (4 veces) de la palabra *interés/interesada*, cuya repetición corrobora el concepto de claridad, característico de los escritos comerciales.

<p>Presentar disculpas y reclamaciones</p> <p>n/ref.: n/fra. n° 2000</p> <p>Muy señor mío:</p> <p>Con la presente le informo que todavía no hemos recibido el pago de la factura mencionada en la referencia de € 2.000,00 que tenía que ser pagada el 12 de septiembre pasado.</p> <p>Le adjunto el extracto de su cuenta para el control de la situación de sus pagos, actualizada al 30 de septiembre de 2009; estoy seguro de que considerará la situación con la debida atención.</p> <p>Si, en cambio, Usted hubiera efectuado ya el pago, le ruego no considere la presente comunicación. Para cualquier aclaración, le ruego me llame al número 0207 123 4566.</p> <p>Muy atentamente,</p>	<p>Scuse e lamentele</p> <p>Rif: Fattura n. 2000</p> <p>Gentile Signore,</p> <p>La presente per informarla che non abbiamo ancora ricevuto il pagamento della fattura di cui all'oggetto, ammonante a Euro 2.000,00 che doveva essere saldata il 12 settembre scorso.</p> <p>Le accludo, per sua documentazione, una completa situazione dei suoi pagamenti, aggiornata al 30 settembre 2009; sono certo che vorrà dare adeguata attenzione alla situazione.</p> <p>Se nel frattempo avesse già provveduto al pagamento, ignori questa comunicazione. Nel caso le servisse qualunque chiarimento, non esiti a contattarmi al numero di telefono 0207 123 4566.</p> <p>Cordiali saluti.</p>
<p>n/ref.: n/fra. n° 2000</p> <p>Distinguidos señores:</p> <p>Con la presente les comunico que he recibido su carta del 15 de octubre relativa a una factura pendiente.</p> <p>Les pido disculpa por el inconveniente y les informo que efectué el pago de la factura mencionada en la referencia, como de costumbre por transferencia bancaria el 18 de octubre.</p> <p>El banco les remitirá el recibo lo antes posible.</p> <p>Les vuelvo a ofrecer mis más sinceras disculpas y les saludo muy atentamente.</p>	<p>Spett. Ditta,</p> <p>Re: Fattura n. 2000</p> <p>Ho ricevuto la vostra lettera del 15 ottobre relativa ad una fattura non pagata.</p> <p>Mi scuso per l'accaduto. Ho provveduto al pagamento della suddetta fattura come d'abitudine via bonifico bancario il 18 ottobre.</p> <p>La banca ve lo notificherà quanto prima.</p> <p>Vi prego ancora una volta di accettare le mie scuse.</p> <p>Cordiali saluti.</p>

En los dos modelos presentados, se ha producido un problema en las relaciones comerciales entre dos partes (suponemos que se trata de un proveedor y de un cliente) debido a una factura pendiente¹¹. El saludo en español se materializa en una forma muy típica en la correspondencia comercial española (*Muy señor mío*) que no tiene una equivalencia directa en lengua italiana. La consulta de fuentes documentales adecuadas por parte del traductor le ayudará a sortear la problemática contrastiva y traductológica y encontrar una traducción atinada. En términos generales, podemos afirmar que el texto en lengua italiana luce más la característica de la cortesía frente al texto español. En efecto, la lengua italiana recurre a lo que calificaríamos de «diplomacia expresiva», fenómeno que consiste en conseguir expresar con palabras agradables y complacientes incluso conceptos contundentes o negativos.

Tratándose de un escrito comercial relacionado con un pago pendiente, cabe observar la presencia de terminología especializada en el ámbito bancario y contable (*extracto de cuenta; transferencia bancaria; efectuar el pago; remitir el recibo*). En el terreno de la traducción, estas locuciones cuentan con una correspondencia directa en italiano. Será suficiente con consultar un diccionario bilingüe especializado para dar con la traducción correcta. A este respecto, consideramos conveniente mencionar el *Dizionario spagnolo economico & commerciale: spagnolo-italiano, italiano-spagnolo* (2006) de Laura Tam. En esta obra lexicográfica bilingüe, el traductor puede encontrar mucha terminología que se enmarca no solo en el ámbito económico y comercial, sino también en el administrativo, burocrático y jurídico.

6. LAS TÉCNICAS DE TRADUCCIÓN EN LOS ESCRITOS COMERCIALES ESPAÑOL > ITALIANO

El proceso de elección y adopción de determinadas técnicas de traducción está íntimamente ligado a la tipología textual objeto de traducción y a la combinación de lenguas implicadas en el acto traductor. La traducción entre el español y el italiano aboga por la adopción de una serie de procedimientos de traducción— por usar la taxonomía pionera de Vinay y Darbelnet (1958)— que con mucha probabilidad no serán funcionales a la hora de traducir entre el inglés y el español o el francés y español.

En palabras de Hurtado Albir, con técnicas de traducción se hace referencia al «procedimiento verbal concreto, visible en el resultado de la traducción, para conseguir equivalencias traductorales» (Hurtado Albir, 2011: 256-257). Son numerosas las técnicas de traducción con las que el traductor puede contar a la hora de llevar a cabo su actividad¹². Acudiendo a los estudios teóricos y metodológicos sobre las técnicas de traducción, en este apartado presentamos algunas propuestas de traducción de segmentos extraídos de escritos comerciales españoles. Ilustraremos, pues, qué tipo de técnica de traducción hemos adoptado brindando la traducción que nos ha parecido acertada.

- 1) *Ampliación lingüística*: esta técnica consiste en añadir una serie de ítems lingüísticos para que el texto de llegada resulte más accesible. Por lo general, esta técnica de traducción se emplea con el fin de no generar confusión o ambigüedades, de hacer más claro un concepto para el lector final o bien de respetar las convenciones lingüísticas, estilísticas y discursivas del texto final.

Ejemplos:

La forma de pago será al contado > Vi comunichiamo che il pagamento della merce avverrà in contanti

¹¹ Este adjetivo español es muy rentable porque se puede utilizar en numerosos contextos comunicativos para hacer referencia, en términos generales, a situaciones o hechos que todavía no están resueltos o terminados. Señalamos su presencia porque en el plano traductológico, puede que la transferencia interlingüística no resulte inmediata. Es probable que el traductor capte enseguida el sentido que tiene en la lógica de la enunciación, pero que le cueste encontrar un equivalente inmediato. En el caso que nos ocupa, la solución traductora más apropiada estriba en la formación de una locución negativa (no + participio pasado).

¹² Para tener un panorama exhaustivo sobre las técnicas de traducción, remitimos al lector a Hurtado Albir (2011: 256-271) y a Diadori (2012: 59-67).

La traducción español > italiano de tipologías textuales semi-especializadas: planteamiento discursivo, contrastivo...

Les enviaremos muestrarios de paquetes y productos informáticos > Vi invieremo i cataloghi relativi ai pacchetti e ai prodotti informatici

- 2) Compensación: con este procedimiento se modifica el orden de los elementos lingüísticos a la hora de traducir.

Ejemplos:

A continuación detallamos el mencionado pedido > Elenchiamo di seguito il suddetto ordine

Solo tendremos disponibilidad de estos productos dentro de 15 días > Questi prodotti saranno disponibili solamente entro 15 giorni

- 3) Compresión lingüística: se trata de llevar a cabo un proceso de reducción del texto de llegada.

Ejemplos:

Así como el plazo de tiempo en que nos será servido > Così come i tempi di consegna

Caya calidad y precios son inferiores > Di qualità e prezzi inferiori

- 4) Elisión: esta técnica comporta la eliminación, en la versión traducida, de algunos elementos lingüísticos presentes en el texto de partida.

Ejemplo:

Estimados Sres. Gutiérrez **de Suministros Agrícolas** > Spettabile Ditta

- 5) Equivalencia: es un procedimiento mediante el cual se usa un término o una expresión considerados equivalentes en la lengua de llegada, aun sin contar con la misma estructura formal. Esta técnica es frecuente a la hora de traducir frases idiomáticas, refranes o unidades fraseológicas. Dentro de este marco se sitúan todas las fórmulas convencionales y rutinarias que hemos venido abordando a lo largo de este trabajo.

Ejemplos:

Distinguidos Señores > Spett. Ditta

Muy señor mío > Gentile Signore

Atentamente > Distinti / Cordiali saluti

- 6) Modulación: la modulación consiste en un cambio de perspectiva o enfoque sobre todo en el terreno de la pragmática, a la hora de reformular el texto de partida.

Ejemplos:

Estoy a su completa disposición para cualquier aclaración que precise > Resto a sua completa disposizione per qualsiasi altro chiarimento in merito

En caso de no contar con ninguna referencia > In mancanza di altri riferimenti

- 7) Transposición: con esta técnica se efectúa un cambio de categoría gramatical o morfosintáctica.

Ejemplos:

Envío del pedido > Spacciare la merce

Procederemos a la devolución de dicho envío > Procederemo a restituire quanto inviatoci

Les abonaremos el pedido por transferencia bancaria > Il pagamento dell'ordine verrà effettuato mediante bonifico bancario

Como sistema de pago, utilizaremos el giro postal > Il pagamento avverrà a mezzo vaglia postale

Ahora bien, la adopción de una u otra técnica de traducción responde a criterios específicos que tienen que ver con el grado de especialización del texto a traducir y también con el par de lenguas implicado. Claro está que en muchos casos no existe una única técnica de traducción a la hora de traducir un determinado segmento textual. La versión final, como es de esperar, corre a cargo de quien realiza la labor de traducción y de las elecciones que decida efectuar en función del texto que está abordando.

7. CONCLUSIONES

El conocimiento de todos los elementos a los que hemos pasado revista a lo largo del presente artículo resulta de fundamental importancia en la actividad traductora. La competencia del traductor se concreta en la correcta selección de las fuentes lexicográficas a partir de las cuales llevará a cabo el proceso de documentación y, como no podría ser de otra manera, en el grado de familiarización con dicha tipología textual. En otros términos, es oportuno que el traductor desarrolle cierta especialización en ámbitos sectoriales como la economía, la burocracia, el derecho, la contabilidad, etc. Sin embargo, no se trata de llegar a ser un especialista en todos estos campos. De lo que se trata es de ir desarrollando la capacidad de saber moverse con soltura a la hora de dar con los repertorios lingüísticos y lexicográficos¹³ acordes a las exigencias de la traducción objeto de trabajo y, en última instancia, de desarrollar una auténtica «sensibilidad traductora», que permita discernir una elección de traducción atinada desde un punto de vista lingüístico-pragmático de una opción correcta solo a nivel gramatical, pero poco adecuada en términos de eficacia comunicativa. En este marco, adquiere una relevancia especial el concepto de fidelidad y las implicaciones que este tiene en la actividad traductora:

Frente al valor de fidelidad a las palabras del original, el traductor comercial se tiene que formar en los valores de **precisión, claridad y concisión**. Debe aprender a mejorar el original. Ambos juegos de valores se presentan en esta forma de traducción (la comercial) de forma conflictiva y el traductor tendrá que aprender a resolver estos conflictos. (Mayoral Asensio, 2006)

En última instancia, bajo el perfil de las implicaciones didácticas, creemos que la traducción de textos comerciales se puede afrontar en un estadio intermedio de la formación de futuros traductores, pues se empieza con la traducción didáctica o pedagógica, luego se pasa a la traducción de textos no especializados (por ejemplo textos divulgativos o artículos de periódicos¹⁴). A continuación, es aconsejable abordar la traducción de textos semi-especializados –como el caso que nos ha ocupado en este trabajo– a modo de iniciación a la traducción especializada.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, M. (1997). *Tipos de escrito IV: escritos comerciales*. Madrid, Arco/Libros.
- Calvi, M. V., Bordonaba Zabalza, C., Mapelli, G., Santos López, J. (2009). *Las lenguas de especialidad en español*. Roma, Carocci editore.
- Diadori, P.(2012). *Teoria e tecnica della traduzione. Strategie, testi e contesti*. Milán, Mondadori Education.

¹³ En un volumen en torno a la traducción especializada español > italiano publicado en fechas muy recientes (Lefèvre, 2015), se ofrecen una serie de datos muy útiles con respecto a las fuentes lexicográficas y de documentación –tanto en papel como en red– en relación con ámbitos del saber especializado (económico, científico-técnico, jurídico-administrativo, político). En dicho volumen, el lector hallará información actualizada acerca de los instrumentos más idóneos para realizar la labor de traducción especializada.

¹⁴ En este marco, cabe puntualizar que el artículo periodístico no se puede considerar siempre como una tipología no especializada, porque los periódicos presentan secciones especializadas (economía, ciencia, tecnología) que requieren por parte del traductor cierto grado de especialización en el campo de las disciplinas abordadas.

- Equipo de expertos 2100, (1999). *El Gran Libro de la Correspondencia privada y comercial*. Barcelona, Editorial De Vecchi.
- Hurtado Albir, A. (1999). «Objetivos de aprendizaje y metodología en la formación de traductores e intérpretes», en *Enseñar a traducir. Metodología en la formación de traductores e intérpretes*, HURTADO ALBIR, A. (Dir.), Madrid, Edelsa, (págs. 8-58).
- (2011). *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. Madrid, Cátedra, (V edición revisada).
- Lefèvre, M. y Testaverde, T. (2011). *Tradurre lo spagnolo*. Roma, Carocci editore.
- (2015): *La traduzione dallo spagnolo. Teoria e pratica*. Roma, Carocci editore.
- Mayoral Asensio, R. (2006): «La traducción comercial», *Butlletí de la Associació de Traductors i Intèrprets Jurats* (diciembre), s. p.
- (2007). «La traducción comercial», en *Problemas lingüísticos en la traducción especializada*, FUERTES, P. A. (ed.), Valladolid, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, (págs. 33-47).
- Osimo, B. (2011). *Manuale del traduttore. Guida pratica con glossario*. Milán, Hoepli, (III edición).
- Ramos, P. (1988). *El libro de la correspondencia comercial y privada en español*. Madrid, Altaya.
- Salvaggio, A. y Tabolotti, L. (2009). *Lettere commerciali in spagnolo*. Milán, Edizioni FAG.
- Santos López, J. (2009). «El lenguaje económico», en *Las lenguas de especialidad en español*, CALVI, M.V. et al., Roma, Carocci editore, (págs.123-145).
- Scarpa, F. (2008). *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*. Milán, Hoepli.
- Suau Jiménez, F. (2010). *La traducción especializada (en inglés y español en géneros de economía y empresa)*. Madrid, Arco/Libros.
- Tam, L. (2006). *Dizionario spagnolo economico & commerciale: spagnolo-italiano, italiano-spagnolo*. Milán, Hoepli.
- Vinay, J. P. y Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de traduction*. París, Didier, (*Comparative Stylistics of French and English. A Methodology for Translation*. Amsterdam, John Benjamins, 1995).