

de una plataforma orientada en la actividad de los estudiantes que, basándose en un modelo descriptivo del proceso de la traducción e interpretación, presenta diferentes teorías y modelos desarrollados desde distintas perspectivas, estableciendo relaciones entre ellos y los componentes de la red.

En resumen, se trata de una obra con un claro propósito didáctico, transparente, comprensible e ilustrada con muchos ejemplos y propuestas concretas, una enriquecedora fuente de inspiración para el aprendizaje, la enseñanza, la investigación y el intercambio de ideas.

Suau Jiménez, Francisca (2010). *La traducción especializada (en inglés y español en géneros de economía y empresa)*. Madrid: Arco Libros, 150 pp.

Reseña de Isabel García Izquierdo
Universitat Jaume I

Este trabajo, escrito por la Dra. Suau, profesora Titular de Filología Inglesa en la Universitat de València, plantea, como la autora misma destaca en la Introducción, “una propuesta teórico-práctica y descriptiva de los géneros más comunes en el campo económico-empresarial en inglés y en español, aplicándolos a la traducción especializada” (2010: 9). El trabajo, con una orientación claramente contrastiva, tiene entre sus objetivos ofrecer estrategias para realizar un análisis de los textos previo a la traducción, en la línea del llamado *Enfoque Textual* en Traductología, partiendo principalmente del concepto de *género* (Swales, 1990), y tomando en consideración los conceptos de *registro* y *metadiscurso*. Se trata, en opinión de la autora (2010: 27), de que los traductores de géneros de economía y empresa (inglés-español) conozcan los “fenómenos lingüísticos ligados a los textos” que traducirán.

El libro se divide en seis capítulos. Tras la Introducción, en el capítulo primero, denominado “La traducción especializada”, se describe este concepto y se denuncia el carácter subsidiario que tradicionalmente ha tenido la traducción económico-empresarial, en muchas ocasiones considerada como un tipo de traducción técnica. Se propone a continuación la existencia de una traducción económico-empresarial como representativa de los documentos procedentes de la actividad de las empresas, con unos géneros y subgéneros específicos. Partiendo de la clasificación de las áreas de traducción propuestas por Newmark (1988), se defiende que la traducción económico-empresarial cubre la mayoría de ellas (ciencia, tecnología, temas sociales, económicos y políticos), lo que, junto con las necesidades impuestas por la internacionalización de las empresas y la actividad institucional de los gobiernos, justifica su interés. Acaba el capítulo con un listado de las “necesidades traductológicas” que, en opinión de la autora, derivan de la actividad profesional de empresas e instituciones y que, en realidad, se concretan en un listado de géneros para la traducción y la interpretación directa o inversa.

En el capítulo 2, que lleva por título “El género y el registro aplicados a la traducción especializada”, se define el *género* (no sin cierta ambigüedad, al utilizar la etiqueta *tipo textual* en la definición) y el *registro*. Se presenta el género como un acontecimiento comunicativo (Hymes, 1964/1972) que resulta de la actividad de una *comunidad discursiva* (Swales, 1990), que puede poseer léxico propio y alcanzar un alto nivel de especialidad. Para ejemplificar el concepto se incluyen un *anuncio de trabajo* en inglés y uno en español y un breve comentario lingüístico con algunas repercusiones para la traducción (2010: 29 ss.). Se introduce la distinción hallidayana del *registro* con sus tres variables: campo, modo y tenor. Y se revisan algunas perspectivas que consideran género y registro como categorías interrelacionadas, y no como compartimentos estancos (Martin, 1985; Eggins, 1994, 2004; Fairclough, 1992, 1995; Briz y grupo Val.Es.Co, 2000 y 2002).

El capítulo tercero lleva por título “El Metadiscurso aplicado a la traducción especializada” y en él se analiza el concepto de *metadiscurso* como material lingüístico (hablado o escrito) que no añade nada desde el punto de vista proposicional pero que ayuda al receptor a “organizar, interpretar y evaluar la información dada” (Vande Kopple, 1985, 1997). Se trata de elementos como los marcadores discursivos, los modalizadores, los pronombres personales, etc., que ayudan a ver la forma en que el autor se manifiesta en el texto, que pueden variar de un género a otro y estar sometidos a filtros culturales. Se realiza una breve pero interesante revisión bibliográfica de los autores que han investigado el metadiscurso, con especial consideración a aquellos que lo han hecho en el ámbito de los géneros profesionales (Crismore, 1989 o Hyland, 1999, 2000 y 2005; Hyland y Tse, 2004 o C. Nord, 2000) y que apuntan a la importancia de los elementos metadiscursivos en los géneros de propósito performativo (como algunos de los económico-empresariales). Asimismo, se destaca la importancia de una correcta traducción del patrón metadiscursivo, puesto que lo contrario supondría “dañar el objetivo persuasivo de muchos géneros” (2010: 40) y traducir con deficiencias el propósito de la relación de autor y lector; y se incluyen algunos ejemplos de traducción deficiente del metadiscurso.

A continuación, siguiendo la clasificación de Hyland y Tse (2004) para los géneros académicos y científicos, se selecciona el llamado *patrón metadiscursivo interaccional* (referido a los elementos que establecen una relación del texto con el lector) que se manifiesta mediante: matizadores, realizadores, marcadores de actitud, marcadores de compromiso y auto-mención. Se define brevemente su función y se incluyen ejemplos del mismo en inglés y español. En opinión de la autora, este patrón posee la desventaja de que ha sido concebido exclusivamente para el inglés, con lo que se necesitarían nuevas investigaciones en otras lenguas; si bien aporta algunos resultados de sus propios trabajos que ya han comenzado a dar fruto en este sentido (2010:45).

Finaliza este capítulo con los resultados de la investigación propia sobre la traducción del metadiscurso en el género *promoción de servicios y productos turísticos*, con un corpus de folletos de 18.000 palabras en inglés y en español.

En el capítulo cuarto, titulado “El lenguaje del inglés y del español económico-empresarial”, se realiza una aproximación a la definición del inglés y el español de los negocios. Tras reconocer el papel del inglés como *lingua franca*, lo que justifica la necesidad de conocerla con detalle, se alude a la introducción en los últimos tiempos de peculiaridades lingüísticas interculturales y se destaca el papel de los cibergéneros. Asimismo, se destaca la expansión del español económico-empresarial, prueba de lo cual es el aumento de las investigaciones, publicaciones y congresos en torno a este tema en los últimos tiempos. A partir de las categorías principales destacadas al inicio: género, registro y metadiscurso, se revisa la *función comunicativa* de los géneros económico-empresariales, y se destaca la existencia de destrezas lingüísticas típicas (tales como recibir clientes o visitar una empresa), que darían lugar a funciones comunicativas recurrentes en los géneros (saludar, explicar, persuadir, etc.), que el traductor deberá conocer.

Continúa el capítulo con una alusión al registro en el discurso económico-empresarial, centrada en el aspecto léxico. Así, a partir de la propuesta de Robinson (1991) de subdivisión del léxico especializado en: nivel técnico; nivel semi-técnico, sub-técnico o académico; y léxico general o estructural, se reflexiona acerca del escaso interés que ha suscitado el léxico del discurso económico-empresarial (a excepción de los trabajos de Alcaraz Varó y Hughes, 1996 y Alcaraz, 2008). En definitiva, se destaca la heterogeneidad de posibilidades discursivas y léxicas que se incluyen en el lenguaje económico-empresarial y se incluyen algunos ejemplos de registro económico-empresarial en inglés y en español (2010: 68). Cierra el capítulo un apartado sobre algunas particularidades léxicas en inglés y en español, que pueden ayudar a mejorar la labor traductora: colocaciones (*be goal oriented, to go up market or run a business*), compuestos nominales (Williams, 1984); términos afines o cognados (*posición, sucesivo o cociente*); y calcos y préstamos (ejemplos como *marketing, joint venture*; securitización por *securitization*; o los Incoterms, o términos de tres siglas emitidos por la Cámara de Comercio Internacional –Orts, 2005, 2006-).

El capítulo quinto lleva por título “Géneros de la economía y la empresa en inglés y en español” y es, sin duda, el más interesante del trabajo desde la perspectiva aplicada, por la inclusión de ejemplos reales de géneros y de comentarios concretos relacionados con la función comunicativa, el registro o el discurso de los mismos, que pueden resultar de utilidad para su traducción. Así, encontramos una distinción entre los géneros impresos y los cibergéneros. A partir de fichas que incluyen los siguientes campos: Género, subgénero, propósito comunicativo, funciones comunicativas propias, registro y metadiscurso, se realiza un comentario contrastivo, en primer lugar, de cada uno de los géneros impresos más significativos del ámbito, tanto en inglés como en español. Así, se incluye la *carta comercial*, con los subgéneros más comunes en la práctica económico-empresarial; el *Informe* y el *memorándum*; el *folleto informativo sobre una empresa o producto*; y el *artículo de revista especializada*. En segundo lugar se analizan los llamados *cibergéneros*, como géneros que han supuesto una auténtica revolución en las comunicaciones profesionales y que, a su vez,

poseen como característica constitutiva el dinamismo, lo que hace más complicado en ocasiones su análisis. Siguiendo la misma estructura que en el apartado anterior, y comentando, por tanto, algunas implicaciones para la traducción relacionadas con el propósito comunicativo, el registro y el metadiscurso, se revisan, en inglés y en español, el *mail* o *correo electrónico*, la *página web* y el *blog*.

Finaliza este quinto capítulo un apartado dedicado al *anuncio de trabajo*, como género mixto (Bhatia, 1993) que podemos encontrar tanto en la prensa escrita como en Internet.

El sexto y último capítulo, titulado “Propuesta de análisis previo a la traducción”, recoge de manera muy esquemática los aspectos que caracterizan al género *Carta comercial*, en inglés y en español, en relación con las categorías analizadas a lo largo del trabajo, es decir: el género, el propósito y función comunicativos, el registro y el metadiscurso.

En conclusión, una aproximación al estudio de la comunicación especializada bilingüe del campo económico-empresarial, que posee como principal valor la inclusión de ejemplos reales de géneros concretos del ámbito de especialidad en las dos lenguas estudiadas, con comentarios relativos a la manifestación de las funciones comunicativas, el registro o el metadiscurso, que pueden resultar de interés desde la perspectiva de la traducción. Un estudio que nos permite seguir avanzando en el análisis del complejo mundo de los géneros de especialidad.

Fernández, Francesc (2010). *Las convenciones de género en alemán y español: El ejemplo del folleto de cursos de idiomas*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 503 pp.

Reseña de Christiane Nord
Universidad de *Magdeburg-Stendal* (Alemania)

Cualquier traductor tiene que conocer las convenciones de los géneros textuales - sea que quiere adoptarlos para hacer su traducción más comprensible o aceptable para los receptores de la cultura meta (en el caso de una traducción-instrumento), o sea que tiene un propósito opuesto (en una traducción-documento) procurando que su traducción muestre la alteridad de las formas empleadas en el texto de partida. Hay varios autores que han analizado, comparándolas, las formas específicamente culturales de ciertos géneros, como por ejemplo Edgar Rathke (1984), con folletos promocionales de hoteles (italiano-alemán) o Jenny Brumme (1999), con instrucciones de uso en francés y alemán. Hay que mencionar, sobre todo, la magnífica obra de Susanne Göpferich (1995) que puso de manifiesto las normas y convenciones de los diversos géneros científico-técnicos en inglés y alemán. Y ahora los “folletos de cursos de idiomas” (FCI) en español y alemán. ¿Folletos de cursos de idiomas? ¿Se trata de verdad de un género digno de ser analizado en una tesis doctoral de más de mil quinientas páginas, como aquella de la que ahora han nacido dos tomos impre-