

---

# EXPERIÈNCIES

# Cómo se hizo Mobile

Olivia Fox

Mariana Orozco

Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Traducció i d'Interpretació  
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain

Data de recepció: 15/9/1999

---

## Resumen

El objetivo del proyecto europeo Socrates Mobile era crear un CD-ROM que contuviera una serie de situaciones, ordenadas a modo de módulos, a través de las cuales los jóvenes de entre 16 y 21 años que quisieran viajar a uno de los cuatro países participantes (Francia, Reino Unido, Portugal o España) para estudiar o trabajar aprendieran lo suficiente, tanto respecto a lengua como a cultura, para «sobrevivir» en ese país extranjero del que no conocían la lengua.

La realización de este ambicioso proyecto condujo a innumerables problemas de difícil solución debido a un error de planteamiento inicial que reflejaba una limitada concepción de la traducción en la que no se tuvo en cuenta en ciertos momentos el encargo de traducción, ni el elemento más importante en este caso: la complejidad de la traducción intercultural, en la que influyen una gran cantidad de factores que además interactúan entre sí.

**Palabras clave:** traducción intercultural, interculturalidad, proyecto SOCRATES-Lingua, proyectos de investigación europeos.

---

## Abstract

The aim of the SOCRATES «Mobile» project was to produce a CD-ROM which would serve to familiarize 16-21 year-old non-linguists with everyday real-life situations that they were likely to encounter on work placement or study period abroad such as those funded by the EU. As the project developed, a number of problems arose as a result of the way in which the project was focused in its initial stages. These problems were largely the result of not taking into sufficient consideration either the end-user of the product being developed, the complexity of cross-cultural transfer and the innumerable factors intervening.

**Key words:** cross-cultural, cross-cultural transfer, SOCRATES-Lingua projects, european research projects.

---

## Sumario

## Introducción

El proyecto de investigación europeo Socrates Mobile nació de la mano del Welsh Joint Education Committee (Cardiff, RU), que en colaboración con tres socios (el centro de aprendizaje de lenguas CIEL de Brest, Francia; la Universidade Oberta de Lisboa, de Portugal, y el Departament de Traducció i d'Interpretació de la Universitat Autònoma de Barcelona) propuso desarrollar una serie de materiales en forma de CD-ROM, casetes y documentos impresos en inglés, francés, español y portugués que abarcaran las situaciones lingüísticas reales con que se ven enfrentados los estudiantes que viajan a otros países europeos, ya sea para estudiar o trabajar temporalmente.

Estos materiales debían reflejar los temores y las ambiciones del grupo de personas al que se dirigen: chicos y chicas de entre 15 y 21 años que se enfrentan a su primer trabajo en un país extranjero o a una estancia para estudiar en un país cuya lengua y cultura desconocen.

Por otra parte, los materiales producidos pretendían incrementar la conciencia de ciudadanía europea entre los jóvenes de los cuatro países participantes en el proyecto, así como contribuir a la política europea de movilidad de ciudadanos entre Estados miembros.

La selección de los socios se estableció de acuerdo con varios criterios: la Facultat de Traducció i d'Interpretació de la Universitat Autònoma de Barcelona fue elegida por su especialización en traducción y por su experiencia en proyectos de investigación de este tipo, mientras que el centro de aprendizaje de lenguas CIEL fue elegido por su estrecha relación con la Cámara de Comercio francesa, y la Universidade Oberta de Lisboa por su especialización en educación a distancia y su experiencia en la producción de materiales en formato electrónico.

## Objetivos del proyecto

Varios estudios preliminares mostraron que tanto en los programas de estudios secundarios como en los materiales utilizados para la enseñanza de lenguas extranjeras en España, Francia, Portugal y el Reino Unido se observaba una carencia de objetivos de aprendizaje dirigidos al conocimiento de situaciones «reales» y cotidianas como las que los estudiantes de secundaria encontrarían si fueran a trabajar o estudiar a un país extranjero. Esta carencia tenía como consecuencia directa el temor de los estudiantes a buscar o aceptar las oportunidades existentes para viajar a otros países de la Unión Europea, y por lo tanto constituía un obstáculo para la política de movilidad entre Estados miembros que impulsa esta institución.

Por lo tanto, el objetivo principal del proyecto era crear un CD-ROM que contuviera una serie de situaciones, ordenadas a modo de módulos, a través de las cuales los jóvenes de entre 16 y 21 años que quieran viajar a uno de los cuatro países participantes (Francia, Reino Unido, Portugal o España) para estudiar o trabajar puedan aprender lo suficiente para «sobrevivir» en ese país extranjero cuya lengua y cultura desconocen.

La idea inicial era familiarizar a los usuarios del CD-ROM con situaciones que surgen en cualquier primer contacto con un país, una lengua y una cultura desconocidos. Los usuarios potenciales del CD-ROM, esencialmente alumnos de secundaria, suelen tener sólo unos conocimientos básicos de la lengua del país al que se desplazan, y esos conocimientos son asimismo diferentes según el país del que proceden y la lengua en cuestión. En España, por ejemplo, se suele estudiar inglés o francés como primera lengua extranjera, mientras que el nivel de portugués de los estudiantes de secundaria suele ser mínimo.

El producto final, por tanto, sería un curso multimedia específico que, en vez de enseñar una lengua extranjera, se centraría en conseguir que el estudiante pudiera enfrentarse con confianza a las situaciones cotidianas que iba a encontrar al llegar al país de destino. En líneas generales, estas situaciones cotidianas desacostumbradas para él son uno de los principales obstáculos para que estos jóvenes se puedan integrar de inmediato en la cultura de llegada, aprovechando más la estancia y disfrutando de ella desde un principio. De hecho, en una encuesta llevada a cabo entre jóvenes de institutos públicos de Bachillerato y de Formación Profesional en 1996, llamaba la atención la preocupación de estos chicos y chicas por no saber arreglárselas para comunicarse en situaciones cotidianas una vez llegaran al país extranjero.

Esta misma encuesta confirmó las carencias ya mencionadas de situaciones «reales» en el contexto didáctico de las lenguas extranjeras y ayudó a constatar el nivel de cada lengua extranjera que tenían los estudiantes de secundaria en cada uno de los cuatro países participantes en el proyecto.

Tras comentar los resultados de las encuestas, los cuatro socios decidimos compartir la responsabilidad de elaborar los contenidos de los módulos, de pilotar los materiales producidos y de su posterior difusión.

## **Estructura del CD-ROM**

En una primera reunión del socio coordinador (WJEC) con los otros tres colaboradores se decidió que el CD-ROM se dividiría en siete módulos, ya que esta estructura ofrecía la flexibilidad necesaria para que hubiera un esquema común para los cuatro países pero existiera a la vez la posibilidad de hacer cambios en cada idioma para reflejar las diferencias culturales.

En principio, existiría un orden lógico para los módulos, pero el usuario podría seguir el orden que prefiriera, ya que tendría total libertad para acceder a los diferentes módulos y, dentro de cada módulo, a los diferentes ejercicios.

En posteriores reuniones se decidió que el primer módulo, titulado «Prepararse para viajar», sería el único que contendría exclusivamente información, en forma de texto y de fotografías sobre el país de destino, y por lo tanto no sería interactivo ni contendría ejercicios. Asimismo, se tomó la decisión de que los seis módulos restantes se llamarían «Viajar», «Comer y beber», «Buscar piso», «Estudiar en la universidad», «Trabajar» y «Emergencias», y seguirían una estructura común, a saber, tres situaciones centrales presentadas en forma de diálogo que darían lugar a toda una serie de ejercicios. Estos ejercicios serían diseñados para guiar al usua-

rio desde el reconocimiento hasta la producción, de modo que el estudiante llegara a ser capaz no sólo de comprender una situación reconociendo los rasgos principales que habría aprendido en el módulo, sino también de comunicarse en esa misma situación produciendo mensajes.

El tipo de actividades que se concibió para conseguir este fin era muy variado. He aquí algunos ejemplos: hipertexto, señalar (gráficos, imágenes, mapas, etc.), afirmar o negar (para verificar la comprensión), elegir y seleccionar (palabras, dibujos, gráficos, sonidos, etc.), conectar (asociar palabras con fotos o sonidos con gráficas, etc.), encadenar (buscar pistas para dar coherencia a un mensaje), ordenar (secuencias gráficas, instrucciones orales, preferencias, etc.) y rellenar huecos (en textos, secuencias gráficas, diálogos, etc.).

Las tres situaciones centrales de cada módulo se presentaron mediante vídeos o fotografías fijas que se sucedían y se puso un énfasis especial en que fueran realistas, es decir, que reflejaran situaciones cotidianas tal como las iba a encontrar el estudiante en el país de destino. Por lo tanto, todos los vídeos y fotografías se realizaron en escenarios reales de cada país.

En la figura 1 se puede apreciar el contenido del módulo «Comer y beber», tal como quedó en la versión española, así como las distintas secciones de que está compuesto.

### La interfaz del CD-ROM

Una de las decisiones que se tomaron en las primeras reuniones, dado que los usuarios eran jóvenes de 15 a 21 años, es que el diseño del entorno gráfico debía tener un aire desenfadado y juvenil, de modo que se ideó una imagen actual y dinámica que se utilizó en todo el programa, desde los menús, pasando por iconos



Figura 1. Contenido del módulo «Comer y beber» para aprender español.



**Figura 2.** Ejercicio «la máquina tragaperras», del módulo «Comer y beber».

creados, hasta los ejercicios. Un ejemplo de esta imagen se puede ver en la figura 2, que muestra un ejercicio del módulo «Comer y beber» llamado «la máquina tragaperras». Este ejercicio se encuentra en la sección de familiarización del módulo, y su objetivo es el de consolidar el aprendizaje del vocabulario que se acaba de introducir y que consiste en pesos, envases y nombres de alimentos. El funcionamiento es el siguiente: el usuario ve una máquina de juego en la pantalla y escucha y lee las instrucciones, que le indican que a continuación escuchará una frase que corresponde a lo que una persona pide cuando va al mercado, en este caso «quiero un cuarto de kilo de queso manchego». A continuación, el usuario debe hacer clic en los botones de la máquina de juego hasta que en las tres casillas superiores aparezca la combinación deseada, tal como se muestra en la figura. Una vez el usuario crea que ha dado con la combinación correcta, debe hacer clic en el botón de «test» y, en caso de haber hecho bien el ejercicio, verá aparecer la frase correcta escrita en la parte superior de la máquina, tal como aparece en la figura 2, además de escuchar el sonido que se atribuye a los aciertos a lo largo de todo el programa.

Una vez dentro del programa, el usuario se va desplazando por el mismo a través de los menús, que le ofrecen la posibilidad de elegir lo que quiere hacer, de manera que va viendo los diálogos y haciendo los ejercicios que le interesan.

Mientras trabaja en cualquier módulo, tiene siempre en pantalla una serie de iconos que aparecen pintados de colores cuando están activos y de color gris cuando están inactivos. A continuación pasamos a describir los iconos, que pueden observarse en la figura 3.

De izquierda a derecha, el primer icono es el de encendido y apagado del programa, de manera que se hace clic encima de él cuando se desea salir del programa.

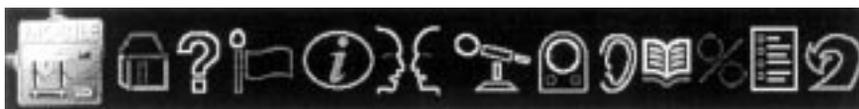


Figura 3. Iconos del programa.

ma; el segundo icono da acceso directo al menú principal, en el que se elige el módulo en que se desea trabajar; el tercer icono es el de ayuda, y da acceso a una serie de mensajes que ayudan a resolver los ejercicios, en caso de que el usuario los considere demasiado difíciles; el cuarto icono, que es una bandera, es el llamado icono de «lenguaje», y a través de él se accede a una serie de menús con explicaciones y ejercicios opcionales de gramática, verbos, expresiones típicas y pronunciación; el quinto icono es la «i» de «información cultural», y a través de él se accede a un menú con notas culturales, de manera que el usuario pueda recibir información sobre diferencias culturales que conciernen al módulo en que está trabajando. En la figura 4 se puede observar un ejemplo de este menú de «notas culturales» del módulo «Comer y beber».

Siguiendo con la descripción de los iconos, el sexto icono, representado por dos caras enfrentadas, es el de traducción, y ofrece al usuario, cuando está activado, la posibilidad de traducir lo que ve en pantalla en ese momento; el séptimo y el octavo icono sirven para grabar y escuchar lo que se ha grabado respectivamente, de manera que, cuando están activados, permiten al usuario comparar su pronunciación con la original, y hacer ejercicios con grabación de voz; el noveno icono, representado por una oreja, ofrece la opción de «escuchar otra vez» la última frase



Figura 4. Menú del icono de «información cultural» del módulo «Comer y beber».

pronunciada, ya sea las instrucciones de un ejercicio o una frase de un diálogo, etc. El décimo icono, representado por un libro abierto, es la «guía del programa», que enseña cómo utilizarlo; el siguiente icono, representado por el símbolo del tanto por ciento, ofrece al usuario la posibilidad de conocer los resultados de los ejercicios que ha hecho hasta el momento, en forma de gráficos, de manera que el usuario puede saber su «nota» y autoevaluarse. Este icono es especialmente necesario por cuanto se trata de un programa diseñado para ser una herramienta de autoaprendizaje. Los dos últimos iconos son el «resumen» o esquema del módulo, del que ya hemos visto un ejemplo en la figura 1, y la «flecha de vuelta atrás», que pasa a la pantalla anterior.

### *La traducción de los módulos*

Siguiendo el objetivo previsto, toda la información que aparecía en cada una de las pantallas de cada uno de los módulos debía traducirse a las tres lenguas, de manera que el usuario pudiera acceder, a través del icono de traducción, a la traducción a su lengua materna de lo que estaba viendo en pantalla. Por otra parte, la información contenida en los iconos descritos también debía estar en el idioma del usuario del programa, es decir, que todos los mensajes y pantallas de ayuda, incluyendo las notas de lenguaje y las notas culturales debían traducirse a los otros tres idiomas.

Las traducciones de cada módulo se organizaron de la siguiente manera: se decidió que cada socio realizaría las traducciones de su versión de cada módulo a los otros tres idiomas utilizando traductores profesionales, de modo que cada socio sólo tendría que revisar las traducciones realizadas a su idioma.

Esta idea, que a primera vista parecía buena, complicó mucho las cosas, ya que varios socios utilizaron agencias de traducción para realizar el trabajo, y cuando nosotros recibimos las traducciones al español de los módulos de «Comer y beber» británico, francés y portugués, nos dimos cuenta de que habría sido más fácil traducirlo nosotros: por un lado, había problemas gramaticales básicos (tiempos verbales mal coordinados, faltas de ortografía y puntuación, preposiciones mal usadas, etc.), cambios de registro constantes (se trataba de tú y de usted al usuario alternativamente y se mezclaba vocabulario de registro formal con coloquial) y el lenguaje no sonaba natural (se notaba claramente que se trataba de una traducción inversa hecha por alguien no cualificado); pero lo más grave es que los traductores no habían tenido en cuenta el encargo de traducción, y daban información que era completamente inútil para el usuario.

Por ejemplo, cuando en una nota cultural del módulo británico —dirigido a los españoles que iban a viajar al Reino Unido— se ofrecía información sobre el *National Health Service*, lo traducían al español sustituyéndolo por «Seguridad Social británica», lo cual es absurdo, porque el usuario español, cuando llegara al Reino Unido, debía ser capaz de reconocer las palabras *National Health Service*, de modo que la nota cultural no serviría de nada.

Respecto a la información y los ejercicios que ofrecería el icono «lenguaje», al recibir las traducciones advertimos otra serie de problemas, ya que, por ejemplo, los estudiantes españoles están familiarizados con cierto vocabulario

«gramatical» (nombres, adjetivos, verbos, adverbios, sujeto, predicado, sílaba tónica, etc.) mientras que los británicos no lo están, y por lo tanto el tipo de información que presentó el socio británico era mucho más escueta y orientada a un usuario sin ningún conocimiento de gramática; por ejemplo, en vez de hablar de «verbo» se habla de «acción», y en vez de adjetivo, de «cualidad». La imposibilidad de hablar sin vocabulario «gramatical» de los adverbios, las preposiciones, ciertos tiempos verbales como el subjuntivo, el orden sintáctico, etcétera, hizo que no incluyeran cierta información relevante.

Por consiguiente, llegamos a la conclusión de que no se podían traducir las notas sobre lenguaje, ya que en tal caso los usuarios británicos no entenderían nada, ni siquiera el vocabulario utilizado, y decidimos confeccionar menús y explicaciones diferentes para cada cultura, según el tipo de conocimientos de los usuarios potenciales del CD-ROM.

### **Desarrollo del proyecto**

Dada la complejidad del proyecto, que debía diseñar una estructura común para los módulos con la suficiente flexibilidad para acomodarse a las diferentes situaciones y características de las cuatro culturas, se acordó que los cuatro socios trabajarían primero en un mismo módulo que serviría como «modelo» para el resto de módulos, y con este fin se eligió «Comer y beber».

Tras la segunda reunión de los cuatro socios, se hizo evidente que el proyecto era muy ambicioso y requería mucho diálogo entre los socios, de modo que se tomaron dos decisiones: por un lado, se modificó la duración inicial de las reuniones, que eran de un día, y se acordó que éstas fueran de dos días, y por otro lado, se planteó la posibilidad de que cada socio se responsabilizara de un módulo en concreto y lo desarrollara, de manera que después los otros socios simplemente lo «tradujeran» intentando encontrar situaciones similares y aprovechando los ejercicios derivados ya creados.

Las directrices para elegir las situaciones centrales de cada módulo fueron las de buscar el diálogo o situación «más típica» que pudiera encontrar un estudiante que viajara al país que desarrollaba el módulo.

La idea de homogeneizar al máximo las situaciones y los ejercicios, que a priori parecía lógica y adecuada, causó muchos problemas, dado que la gran variedad cultural obliga a adaptar y no simplemente traducir, como en un principio se había previsto, todos y cada uno de los elementos de los módulos. Estos problemas se podrían clasificar en dos categorías:

#### *A. Falta de equivalencia cultural*

Al poner en común los módulos propuestos por cada socio, se advirtió que en muchas ocasiones, las situaciones propuestas por el socio que se responsabilizaba de ese módulo no tenían equivalente en las otras tres culturas.

Por ejemplo, para el socio británico, una de las situaciones más relevantes del módulo «estudiar en la universidad» era *the fresher's fair*, una fiesta que tiene lugar

a principio de curso para dar a conocer a los estudiantes nuevos las asociaciones de estudiantes, clubes y diferentes actividades que se pueden realizar durante el curso. Esta situación, muy interesante para los estudiantes españoles, franceses o portugueses que vayan a estudiar al Reino Unido, no tiene equivalente en las otras culturas, por lo que hubo que buscar otras situaciones que las sustituyeran. Así, en el módulo español filmamos el diálogo que se produce cuando el estudiante se matricula, situación que puede resultar especialmente difícil para un estudiante que no conozca bien la lengua del país ni los pasos que hay que seguir para matricularse. Evidentemente, este cambio de situación central obligó a cambiar también todos los ejercicios derivados, ya que no tiene nada que ver lo que un estudiante necesita saber para poder matricularse en España con lo que necesita saber para desenvolverse en una *freshers' fair*.

### B. Diferentes realidades culturales

Otro de los problemas que se observaron al poner en común los distintos módulos fue que ciertas situaciones propuestas no reflejaban la realidad de los otros tres socios, ya que había claras diferencias culturales, si bien, a diferencia del caso anterior, sí existía una equivalencia cultural.

Por ejemplo, en el módulo sobre «emergencias», si bien los españoles y los portugueses consideramos que el incidente más común al que se puede enfrentar un estudiante que viaje al país es el robo (ya sea de la cartera, el bolso, el coche, etc.), los franceses y los británicos insistieron en que en sus países es un *attack*, es decir, un asalto con agresión.

Asimismo, en el módulo «comer y beber», las tres situaciones centrales elegidas fueron las siguientes: (a) tipos de alimentos que se consumen diariamente, (b) comprar comida, (c) preparar comida en casa. El hilo argumental establecido era que los personajes principales (un chico y una chica que iban a estudiar a otro país) iban a invitar a cenar a unos amigos, por lo que primero elaboraban una lista de la compra, luego iban a comprar y por fin preparaban la cena para los amigos y cenaban con ellos.

Para la primera situación se había previsto hacer fotos de alimentos, especialmente fruta, verdura y carne, en un supermercado. La realidad española y portuguesa, sin embargo, es que este tipo de productos frescos se suelen comprar en el mercado, con lo cual el tipo de diálogo para comprar debería ser bastante diferente, ya que en un mercado no hay caja registradora, hay que pedirle al dependiente lo que uno quiere, etc., y por consiguiente el tipo de ejercicios derivados también deberían diferir de los de los módulos británico y francés. Uno de los ejercicios propuestos por el socio coordinador era una serie de cupones de descuento (muy comunes en el Reino Unido pero casi inexistentes en España) que el usuario debía utilizar para comprar más barato en el supermercado y, evidentemente, ese ejercicio no se pudo utilizar para el módulo español. Lo mismo ocurrió con la tercera situación, ya que mientras en el Reino Unido y en España parecía más habitual que los estudiantes cenaran en casa, para los franceses es más habitual salir a cenar fuera, de modo que nuevamente hubo un cambio de situación y de los ejercicios derivados.

Otro ejemplo ocurrió en el módulo «Estudiar en la Universidad», ya que en los ejercicios de familiarización se había pensado en un recorrido por el campus universitario donde el usuario debía identificar los diferentes edificios e instalaciones. El socio francés observó que en Francia no suele haber campus, sino más bien edificios separados repartidos por una ciudad, y por ejemplo las instalaciones deportivas, que tanta importancia tienen en los campus del Reino Unido, son prácticamente inexistentes en Francia, de modo que este ejercicio debió cambiarse en el módulo francés por otro de orientación en una ciudad, con gráficos y contenidos diferentes.

La consecuencia directa de los cambios de situaciones y de ejercicios en los diferentes módulos para los diferentes socios, fue que los programadores que tenían que introducir todos los datos y crear el programa del CD-ROM se dieron cuenta, por un lado, de que tanta información (cuatro versiones diferentes de cada uno de los siete módulos) no cabría en un solo CD-ROM, y por otro lado, de que la existencia de versiones tan distintas de cada módulo implicaba cuatro veces más tiempo del que inicialmente se había previsto para producir el CD-ROM, ya que en lugar de programar, por ejemplo, diez ejercicios para un módulo y luego simplemente sustituirlos por su traducción a otro idioma (lo cual no exige nueva programación) iban a tener que programar diez ejercicios diferentes para cada uno de los cuatro países, lo cual modificó sustancialmente la estructura y el desarrollo del proyecto.

## Conclusión

Reflexionando ahora sobre el proceso que se siguió para producir el CD-ROM, advertimos que la cantidad ingente de cambios que hubo que realizar en la estructura del proyecto y en la forma del producto final, fue causada por una concepción errónea de lo que implica la traducción intercultural. Es decir que, en vez de empezar directamente a producir materiales con la idea de traducirlos después, se debería haber dado un primer paso esencial en cualquier traducción intercultural: sensibilizar a todos los socios acerca de las diferencias culturales existentes, no sólo en relación a las diferentes situaciones cotidianas (contenido de los módulos) sino también en lo que concierne a las diferentes formas que tenemos las diferentes culturas de enfocar el aprendizaje, y por tanto las expectativas de los estudiantes o usuarios potenciales del CD-ROM.

El tipo de traducción que exige el proyecto Socrates Mobile, y por extensión todos aquellos proyectos para crear material de aprendizaje en que intervengan varias culturas, es uno de los más complejos, dada la cantidad de elementos que deben ser considerados y tenidos en cuenta antes de empezar a traducir. En estas traducciones el análisis textual y la fidelidad al texto original pierden importancia en favor de la función, y el encargo de traducción adopta una posición privilegiada.

Nada de todo esto es nuevo, pero sí lo es el hecho de que se siga concediendo tan poca importancia a algo tan importante como la traducción en proyectos europeos, en los que instituciones europeas siguen pensando que cualquier agencia de traducción, con un encargo poco claro, puede traducir cualquier documento con un buen resultado. Este hecho debe hacernos reflexionar acerca de la imagen que se tiene de los traductores y de la traducción en general.

Nuestra propuesta en este sentido es que se debería prever en este tipo de proyectos europeos un período inicial de reuniones intensas (no cuatro por año, como suele ser la costumbre) en el que se tomen todas las decisiones pertinentes a la traducción intercultural y sólo entonces, cuando el «plan» adoptado haya sido evaluado externamente, por expertos, se empiecen a producir materiales, ya que de este modo se acabaría ganando mucho tiempo, todo el que se pierde después realizando cambios y buscando soluciones de compromiso.