

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE LINGÜÍSTICA E IDIOMAS**



**PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN PARA ESTUDIANTES NO  
GRADUADOS (PETAENG)**

**Traducción de Cuñas Radiales y Spots Publicitarios para Campañas Informativas del  
Castellano al Aymara de la Empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A.  
DELAPAZ**

**MEMORIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL GRADO DE LICENCIATURA EN LINGÜÍSTICA E IDIOMAS  
MENCIÓN LENGUA NATIVA**

**Postulante:** Karem Emily Luna Salazar

**Tutora:** Lic. Rita Flores Ramos

**LA PAZ – BOLIVIA**

**2023**

## **DEDICATORIA**

*A mis padres por el apoyo y esfuerzo que hicieron por mi educación y bienestar, siendo un ejemplo a seguir en perseverancia y superación.*

*A mi esposo Wilde y a mis hijos Santiago, Leonel y Mateo que siempre estuvieron alentándome y apoyándome en cada decisión y proyecto ejercido en el ámbito profesional siendo el pilar fundamental y soporte emocional para la conclusión de mis estudios.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios, por no abandonarme, incluso en momentos críticos por falta de fe. A la Universidad Mayor De San Andrés, por albergarme durante años de estudio, a los docentes de la Carrera de Lingüística e Idiomas por impartir conocimientos transferidos durante estos años de aprendizaje. A la Lic. Rita Flores, tutora de esta Memoria Laboral, al distinguido tribunal gracias por ser guías en el desarrollo del trabajo académico. Quiero agradecer de manera especial a los compañeros de trabajo de la Empresa Distribuidora de Electricidad DELAPAZ, quienes colaboraron de manera directa en la realización de esta memoria.*

## INDICE

<b>Área I. Contexto Laboral y Descripción de la Actividad Laboral.</b> .....	1
<b>1.1. Análisis de la Experiencia Laboral</b> .....	1
1.1.1. Competencia en el idioma aymara.....	1
1.1.2. Conocimiento de la industria, publicidad y marketing.....	1
1.1.3. Creatividad .....	2
1.1.4. Adaptación cultural.....	2
1.1.5. Trabajo bajo presión.....	2
1.1.6. Colaboración.....	2
1.1.7. Retroalimentación y mejora continua .....	2
<b>1.2. Instituciones donde se realizó la Actividad Laboral</b> .....	3
<b>1.3. Cargos Desempeñados.</b> .....	3
<b>Área II. Determinación y Análisis del problema o Descripción de un caso de Estudio.</b> .....	4
<b>2.1. Introducción</b> .....	4
<b>2.2. Identificación del Problema</b> .....	5
<b>2.3. Planteamiento del Problema</b> .....	5
<b>2.4. Justificación</b> .....	6
<b>2.5. Objetivos</b> .....	6
2.5.1. Objetivo General .....	6
2.5.2. Objetivo Específico.....	6
<b>2.6. Marco Institucional</b> .....	7
2.6.1. Antecedentes de la Institución.....	7
2.6.2. Visión.....	9
2.6.3. Misión.....	9
2.6.4. Características de la Institución.....	10
2.6.4.1. Honestidad .....	10
2.6.4.2. Igualdad .....	10
2.6.4.3. Transparencia.....	10
2.6.4.4. Responsabilidad.....	10
2.6.4.5. Calidad .....	11
2.6.4.6. Eficacia .....	11
<b>2.7. Marco Teórico Conceptual</b> .....	11

2.7.1. Sociolingüística .....	11
2.7.2. Lingüística .....	12
2.7.3. Gramática aymara .....	13
2.7.4. Semántica .....	14
2.7.5. Traducción .....	15
2.7.6. Proceso de traducción .....	15
2.7.6.1. Fase de la comprensión .....	16
2.7.6.2. Fase de la expresión .....	16
2.7.7. Problemas en la traducción .....	17
2.7.8. Método, estrategia y técnica de traducción .....	17
2.7.9. Métodos y técnicas de traducción utilizadas .....	19
2.7.9.1. Traducción literal .....	19
2.7.9.2. Traducción idiomática .....	20
2.7.9.3. La traducción comunicativa .....	20
2.7.9.4. El préstamo .....	21
2.7.9.5. El calco .....	22
2.7.9.6. La Composición .....	23
2.7.10. Términos Eléctricos .....	24
2.7.10.1. Energía Eléctrica .....	24
2.7.10.2. Red Eléctrica .....	25
2.7.10.3. Subestación .....	26
2.7.10.4. Media tensión .....	27
2.7.10.5. Baja tensión .....	27
2.7.11. Fundamentos Comunicativos .....	28
2.7.11.1. Importancia del Proceso de la Comunicación Social .....	28
2.7.11.2. La Radio .....	29
2.7.11.2.1. Cuñas .....	30
2.7.11.3. La Televisión .....	30
2.7.11.3.1. Spots .....	31
2.8. Marco Metodológico .....	31
2.8.1. Tipo de Estudio .....	32
2.8.2. Población de Estudio y Muestra .....	33
2.8.3. Instrumentos de Recolección de Datos .....	33

<b>2.9.1. Nuevos Términos para el Área de Electricidad</b> .....	43
<b>2.10. Sección Conclusiva</b> .....	43
<b>Área III. Análisis de la Experiencia Profesional.</b> .....	45
<b>3.1. Pertinencia de la Malla Curricular con la Experiencia Profesional.</b> .....	45
<b>3.2. Aprendizaje en el Proceso de la Actividad profesional</b> .....	46
<b>3.2.1. Aprendizaje en el trabajo</b> .....	46
<b>3.2.2. Experiencia Práctica</b> .....	46
<b>3.2.3. Mentores y Colegas</b> .....	46
<b>3.2.4. Actualización Constante</b> .....	47
<b>3.2.5. Reflexión</b> .....	47
<b>3.2.6. Aprendizaje Auto Dirigido</b> .....	47
<b>3.3. Sugerencias para mejorar la Formación Profesional en Lingüística e Idiomas</b> .....	47
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	49
<b>Cibergrafía</b> .....	50
<b>Anexos</b> .....	51

## RESUMEN

La presente Memoria Profesional tiene por objetivo la Traducción de Cuñas Radiales y Spots Publicitarios para Campañas Informativas del Castellano al Aymara de la Empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ, puesto que esta empresa tiene como principal función distribuir energía eléctrica como también brindar y difundir información de los servicios a todo el departamento de La Paz.

Como lo explica el título existe la necesidad de traducir las cuñas radiales y spots publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara para brindar información visual y auditiva para una mejor comprensión y accesibilidad a la información, para su respectiva difusión tanto en radio, página de Facebook de la empresa y como televisión en especial para los consumidores de habla aymara para que puedan comprender, informarse sobre los proyectos realizados como también acceder a los servicios que brinda la empresa de electricidad. Esto dio como resultado una buena percepción y comprensión de parte de los consumidores hablantes del idioma aymara ya que se apersonaron a nuestras oficinas a realizar sus trámites sin problema sintiéndose acogidos y con la confiabilidad de recibir una buena información y colaboración. Así también que a medida que se realizó las traducciones de las cuñas radiales y spots publicitarios se vio la necesidad de crear y proponer nuevos términos al idioma aymara relacionados con la electricidad y los servicios que brinda la empresa DELAPAZ. Todo ello, con el criterio de que el nuevo léxico creado debe estar relacionado semánticamente con su equivalencia en castellano, cuidando la armonía contextual de la lengua aymara con el fin de contribuir en la creación de nuevos términos para la lengua aymara que ayude como material de referencia para el lector, pero, sobre todo fortalezca la cultura y lengua aymara.

**Palabras Claves:** Traducción, Cuñas, Spots, Energía Eléctrica, Subestaciones e Información.

# **Traducción de Cuñas Radiales y Spots Publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara de la Empresa Distribuidora de Electricidad DELAPAZ**

## **Área I. Contexto Laboral y Descripción de la Actividad Laboral.**

### **1.1. Análisis de la Experiencia Laboral**

Se elige como objeto de estudio la experiencia laboral desempeñada en la Empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ. El periodo laboral de mi persona empieza el año 2015 y se mantiene hasta nuestros días, pero es importante resaltar que en el periodo del mes de mayo 2018 hasta 2020 fue el área de oportunidad para realizar las traducciones de Cuñas Radiales y Spots Publicitarios tema que fue elegido como objeto de estudio para la elaboración de esta memoria laboral, poniendo en práctica y en real desafío las competencias aprendidas en la Carrera de Lingüística e Idiomas y fue donde se tuvo que aplicar soluciones prácticas y creativas a fin de conjuncionar la teoría y la práctica en el área de la traducción.

Dentro de todo este trabajo se pueden mencionar algunas características y competencias que se tuvo que tomar en cuenta:

#### **1.1.1. Competencia en el idioma aymara**

Se debe considerar la fluidez y la precisión en la traducción al aymara. Esto incluye el conocimiento de las particularidades gramaticales, léxicas y culturales del idioma.

#### **1.1.2. Conocimiento de la industria, publicidad y marketing**

Es esencial comprender la industria de la publicidad y el marketing para adaptar los mensajes a la audiencia. Esto implica comprender los elementos clave de los spots y cuñas, como el tono, el estilo y los mensajes.



### **1.1.3. Creatividad**

La traducción de spots y cuñas no se trata solo de convertir palabras, sino de adaptar mensajes de manera efectiva para que resuenen con el público. La creatividad desempeña un papel importante en esto.

### **1.1.4. Adaptación cultural**

Es importante tener en cuenta las diferencias culturales entre la audiencia original del spot. La traducción debe ser culturalmente apropiada y sensible.

### **1.1.5. Trabajo bajo presión**

La empresa es muy exigente en la presentación de los trabajos a realizarse y en especial es muy importante presentar los servicios que brinda y las actividades que realiza en el tiempo oportuno y cuando así lo amerite. La capacidad de trabajar eficientemente bajo presión es un activo valioso.

### **1.1.6. Colaboración**

Trabajar en equipo es común en la producción de spots y cuñas. La habilidad para colaborar con otros profesionales, mismos compañeros de trabajo con diferentes profesiones, diseñadores gráficos, comunicadores sociales y lingüistas en este caso.

### **1.1.7. Retroalimentación y mejora continua**

La capacidad de recibir retroalimentación y mejorar constantemente es clave para perfeccionar las traducciones y adaptarse a las necesidades cambiantes del consumidor.

En resumen la experiencia laboral en la traducción de spots y cuñas al aymara requiere no solo competencia lingüística, sino también diferentes habilidades y colaboración en equipo.

Además, la capacidad de trabajar bajo presión y colaborar eficazmente es importante para el éxito en esta área.

## **1.2. Instituciones donde se realizó la Actividad Laboral**

La actividad laboral se realizó en la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ en especial en el Departamento Comunicaciones y RR.PP.

## **1.3. Cargos Desempeñados.**

Los cargos desempeñados en la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ fue desde el mes de agosto de 2015 a mayo 2018 como Administrativo Comercial Atención Clientes Sistema Norte, desde el mes de mayo 2018 a julio 2020 como encargada de Publicaciones y Eventos realizando tareas administrativas, grabación y traducción de audios del castellano al aymara e información al público, para cuñas radiales, spots, videos y tutoriales, que fueron utilizadas en campañas informativas y desde el mes de julio 2020 a la fecha como Administrativo Comercial Atención Clientes.

## **Área II. Determinación y Análisis del problema o Descripción de un caso de Estudio.**

### **2.1. Introducción**

En nuestro contexto sociocultural existen diversas formas de comunicarse con las personas de nuestro entorno. Es así que dentro de una sociedad existen diversas lenguas y culturas diferenciadas unas de otras, desarrolladas en la interacción humana como también transmitida por los medios de comunicación que cumplen con la tarea de comunicar y educar a grupos sociales, colectivos mediante sus diversos aparatos de comunicación televisión prensa y radio.

Bolivia es un país pluricultural multilingüe multiétnico y está constituido porcentualmente en su mayoría por las culturas: quechuas, aymaras, guaraníes, entre otros, las cuales mantienen sus lenguas y sus propias costumbres a pesar del sometimiento lingüístico cultural del castellano desde la conquista hasta el presente.

La presente memoria laboral se enmarca en traducir las cuñas radiales y spot publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara de la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ, con la finalidad de poder difundir información sobre los servicios que brinda y actividades que realiza la empresa para el área rural y urbana de la ciudad de La Paz y a la vez fomentar el desarrollo de una de las tantas lenguas de nuestro país que por muchos años ha sido relegada, así también fortalecer la lingüística de la lengua aymara.

En el mundo moderno y globalizado, la capacidad de comunicarse en aymara es cada vez más relevante, sin embargo, muchos empleados públicos no conocen o les da vergüenza hablar el idioma. Stephen Krashen (2015) sostiene que "la adquisición del lenguaje no requiere una extensa enseñanza de reglas gramaticales ni la memorización tediosa de vocabulario. Sólo se necesita suficiente input comprensible".

Siguiendo esta premisa, nuestra memoria laboral se enfoca en traducir y brindar información en el idioma aymara mediante spots publicitarios y cuñas radiales a los consumidores en especial

de habla aymara, para que puedan conocer los servicios que brinda y actividades que realiza DELAPAZ.

Finalmente, con este trabajo se contribuye al desarrollo de la lengua aymara en el área de electricidad con respecto a los servicios que brinda y actividades que realiza la empresa DELAPAZ para el aprendizaje de nuevos hablantes, de los mismos empleados públicos y de manera especial de los consumidores.

## **2.2. Identificación del Problema**

Al enfocarnos en el tema de llegar con la información al público en general, y por tratarse de una empresa que distribuye electricidad como la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ se ve la necesidad de dar la información de los servicios que brinda y las actividades que realiza la empresa en el idioma aymara para llegar a las áreas rurales de la ciudad de La Paz.

Por otro lado, se puede ver que tanto las empresas públicas y privadas en su mayoría no brindan campañas informativas en el idioma aymara, así también no todos los funcionarios públicos conocen y hablan el idioma aymara para dar la información de los servicios que brinda la empresa.

Por todo lo expuesto anteriormente los consumidores de áreas rurales hablantes del idioma aymara tienen ciertas dificultades al querer solicitar un servicio de energía eléctrica u otro trámite que sea de su interés.

## **2.3. Planteamiento del Problema**

¿Qué acción se debe tomar para llegar con la información en especial a las áreas rurales con respecto a los servicios que brinda y actividades que realiza la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ?

## **2.4. Justificación**

El propósito y la importancia de realizar las traducciones al idioma aymara de las cuñas radiales y spots publicitarios elaboradas en castellano por la empresa emitidas por radio, televisión y la página en facebook, es para brindar información mediante campañas informativas ya que existe la necesidad de informar y llegar hacia el público en general en especial a los consumidores hablantes del aymara de la ciudad de La Paz.

Por otro lado con esta memoria laboral se quiere demostrar el fortalecimiento de la lengua aymara en el área de la electricidad, así también pretende ser un aporte para los maestros, estudiantes, universitarios, investigadores y profesionales entendidos en la materia, como también es una contribución para promover y fomentar modelos de traducciones en la lengua aymara.

## **2.5. Objetivos**

### **2.5.1. Objetivo General**

- Traducir las cuñas radiales y spots publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara de la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ.

### **2.5.2. Objetivo Específico**

- Difundir información sobre los servicios que brinda la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ mediante radio, televisión redes sociales para que las personas hablantes del idioma aymara puedan acceder al servicio con mayor facilidad.
- Describir el impacto de las cuñas radiales y spots publicitarios traducidos en la percepción y la respuesta de la audiencia de la población aymara.

- Proponer términos del castellano al aymara con el área de la electricidad relacionados con los servicios que brinda y actividades que realiza la empresa.

## **2.6. Marco Institucional**

### **2.6.1. Antecedentes de la Institución**

La Ley N°1604 de Electricidad aprobada el 21 de diciembre de 1994, dispuso la desagregación de las empresas dedicadas a la industria eléctrica, es así que se constituyó el año 1995 la empresa Electricidad de La Paz S.A. ELECTROPAZ, misma que prestó servicios de distribución de energía eléctrica principalmente en las ciudades de La Paz, El Alto, Achocalla, Viacha y Achacachi. El 29 de diciembre de 2012 se aprobó el Decreto Supremo N°1448 que dispuso la nacionalización de la totalidad del paquete accionario que poseía la empresa IBERBOLIVIA DE INVERSIONES S.A. en la Empresa Electricidad de La Paz S.A. ELECTROPAZ. El 26 de marzo de 2013, según Testimonio N°188/2013, ELECTROPAZ modificó sus estatutos, procediendo al cambio de su denominación y objeto, convirtiéndose en “Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ” con la sigla “DELAPAZ”, ampliando su objeto principal a la distribución y comercialización de energía eléctrica a todo el departamento de La Paz.

A través de Resolución AE N° 117/2013 de 8 de marzo de 2013, la entonces Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad, otorgó a ELECTROPAZ, ahora DELAPAZ, la operación del sistema eléctrico de la Empresa Rural Eléctrica La Paz S.A. (EMPRELPAZ S.A.). Posteriormente, mediante Resolución AE N° 432/2019 de 20 de febrero de 2019, otorgó a nuestra Empresa el Título Habilitante correspondiente al referido sistema eléctrico; suscribiéndose el Contrato AE-CR N°05/2019 de 30 de abril de 2019. La Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad, actual Autoridad de Fiscalización de Electricidad y Tecnología Nuclear AETN, mediante Resolución AE N°690/2013 del 19 de diciembre de 2013, dispuso la Transferencia de Título Habilitante para el ejercicio de la Actividad de Distribución de Electricidad en el Sistema Aroma a favor de DELAPAZ y la prestación del servicio público de distribución en este sistema a partir de enero de 2014. Posteriormente, mediante Resolución AE N°269/2015 de 29 de mayo de 2015, la AETN otorgó a nuestra

Empresa el Título Habilitante correspondiente al Sistema Aroma, suscribiéndose el Contrato AE-CR N°016/2015 de 7 de julio de 2015.

Asimismo, la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad, actual Autoridad de Fiscalización de Electricidad y Tecnología Nuclear AETN, mediante Resolución AE N°704/2013 del 27 de diciembre de 2013, dispuso la Transferencia de Título Habilitante para el ejercicio de la Actividad de Distribución de Electricidad en el Sistema Larecaja a favor de DELAPAZ y la prestación del servicio público de distribución en este sistema a partir de enero de 2014. Luego, mediante Resolución AE N° 266/2015 de 29 de mayo de 2015, la AETN otorgó a nuestra Empresa el Título Habilitante correspondiente al Sistema Larecaja, suscribiéndose el Contrato AE-CR N° 017/2015 de 7 de julio de 2015.

Adicionalmente, la entonces Autoridad de Fiscalización y Control Social de Electricidad, actual Autoridad de Fiscalización de Electricidad y Tecnología Nuclear AETN, mediante Resolución AE N°111/2014 de 14 de febrero de 2014, transfirió a DELAPAZ la operación del Sistema Abel Iturralde; por lo tanto, DELAPAZ opera el mencionado sistema desde abril de 2014, habiendo sido este incorporado al Sistema Eléctrico Larecaja mediante Resolución AE N°169/2018 de 02 de abril de 2018.

Mediante Decretos Supremos N°2592 y 2594 de 11 de noviembre de 2015, se autorizó el pago compensatorio a las empresas IBERDROLA S.A., IBERDROLA ENERGÍA S.A.U. y Paz Holdings Ltd., por la nacionalización de las acciones que a través de IBERDROLA DE INVERSIONES S.A. e IBERBOLIVIADE INVERSIONES S.A. poseían en el entonces ELECTROPAZ.

El 26 de junio de 2017, el Ente de Regulación Sectorial, mediante Resolución AE N°333/2017, dispuso la Transferencia de la Operación del Sistema Eléctrico que operaba la empresa Servicios Eléctricos Yungas S.A. (SEYSA), en favor de DELAPAZ como operador preferente en el departamento de La Paz, debido a que SEYSA incurrió en la causal de declaratoria de caducidad establecida en el inciso g) del Artículo 33 de la Ley N°1604 de Electricidad, incorporado a través de la Ley N°943 de 10 de mayo de 2017. El área de operaciones transferido,

actualmente se denomina Subsistema Yungas y fue incorporado al Sistema Eléctrico Larecaja mediante la Resolución AETN N° 456/2020 de 04 de noviembre de 2020.

En fecha 27 de octubre de 2017, el Banco Santander S.A. y la Distribuidora de Electricidad ENDE DELBENI S.A.M., suscribieron un Contrato de Compra – Venta de Acciones mediante el cual el Banco Santander S.A. transfirió a la Distribuidora de Electricidad ENDE DELBENI S.A.M., sus acciones en la sociedad Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ.

Después de ocho años de nacionalización y luego de haber recuperado la democracia, la actividad de DELAPAZ se encuentra regulada por la Autoridad de Fiscalización de Electricidad y Tecnología Nuclear - AETN y en el marco regulatorio establecido por la Ley N°1604 de Electricidad y su reglamentación.

Siendo filial de ENDE Corporación, en busca de alcanzar la cobertura del 100% en el departamento de La Paz hasta el año 2025 y convirtiéndose en referente del sector eléctrico boliviano.

### **2.6.2. Visión**

DELAPAZ es una empresa de distribución de energía eléctrica de ENDE Corporación, en el departamento de La Paz, que brinda servicio con calidad y tarifas equitativas; impulsando el desarrollo departamental, con gestión auto sostenible, comprometida con la sociedad, sus trabajadores y el medio ambiente.”

### **2.6.3. Misión**

DELAPAZ es la empresa de distribución de energía eléctrica de ENDE Corporación que logre el 100% de cobertura hasta el año 2025, satisfaciendo la demanda del departamento de La Paz, con calidad, tecnología de punta, confiabilidad, energía asequible y no contaminante para el desarrollo y respetando el medio ambiente, con igualdad de género, sostenibilidad financiera, generando utilidades para vivir bien.”



#### **2.6.4. Características de la Institución**

DELAPAZ se ha consolidado como el operador preferente en el departamento de La Paz, prestando el servicio de distribución de electricidad a los consumidores de sus 20 provincias que habitan en su vasto y diverso territorio, cuya peculiar y caprichosa geografía se convierte en un permanente desafío para el ingenio al momento de comprometer nuestro esfuerzo continuo por suministrar un servicio con eficiencia, oportunidad, calidad, continuidad, confiabilidad y seguridad a los más de 973.351 consumidores. Contamos con 788 empleados y una flota de vehículos de más de 260 unidades, entre camionetas, camiones canasta, grúas, jeep y motocicletas.

##### **2.6.4.1. Honestidad**

Actuar con una conducta íntegra, honrada, incuestionable y sincera, procediendo con justicia, con apego a la moral de acuerdo a ley.

##### **2.6.4.2. Igualdad**

Tratar en forma idéntica a las personas, sin que medie ningún tipo de reparo por la raza, sexo, clase social u otra circunstancia plausible de diferencia. Es la ausencia de cualquier tipo de discriminación.

##### **2.6.4.3. Transparencia**

Administrar la organización cumpliendo toda la normativa aplicable, dentro del marco de la ética corporativa y personal.

##### **2.6.4.4. Responsabilidad**

Atención a los requerimientos que demanda el sistema eléctrico, con adecuados niveles de seguridad y confiabilidad, velando por la satisfacción de todos los grupos de interés.

#### **2.6.4.5. Calidad**

Desarrollo del trabajo con el conocimiento adecuado y observancia a las normas vigentes del sector.

#### **2.6.4.6. Eficacia**

Correcta y óptima asignación y utilización de recursos.

### **2.7. Marco Teórico Conceptual**

En este capítulo daremos marcha a toda la sustentación teórica de la Memoria Laboral.

#### **2.7.1. Sociolingüística**

El presente trabajo está relacionado con la sociolingüística la cual nos acercará a otros conceptos que van relacionados con la presente memoria laboral.

Esta ciencia se ocupa de las relaciones entre el lenguaje y la sociedad. Analiza la influencia que ejerce la sociedad en la lengua y la lengua en la sociedad. Según Yule (1998), la sociolingüística está vinculada con la antropología ya que el lenguaje es producto y parte de una cultura, así mismo con la sociología por el rol que el lenguaje cumple en la organización de grupos sociales. Por ejemplo la manera de hablar es una forma de identidad social que indica la pertinencia a un grupo social. Por lo tanto el comportamiento social y el comportamiento lingüístico se unen ya que el lenguaje funciona dentro de la sociedad y la sociedad depende del lenguaje para manifestarse.

La sociolingüística se ubica en el plano de la actuación para estudiar el hecho lingüístico en toda su dimensión social, ya que considera de vital importancia el hecho de que las lenguas se organizan primeramente para cumplir una función comunicativa y social; el sociolingüista, se concentra en la variedad de formas en que se usa y la enfoca como objeto complejo en el que se enlazan las reglas del sistema lingüístico como las reglas y factores sociales que interactúan en un acto de comunicación social. Dubois, Jean (1988).

Por otro lado Para el estudioso de la lingüística aymara Ignacio Apaza (2016) son diversas las causas por las que una lengua puede morir o desaparecer. Indica una síntesis de tres causas principales: a) causas físicas, donde están los desastres naturales como terremotos, maremotos, inundaciones, epidemias, migraciones, b) causas económico-sociales que incluyen, el poder económico, la despoblación rural, el abandono de las actividades tradicionales, la globalización, abandono de la lengua por sus propios usuarios, entre otros, y c) causas políticas, están las conquistas, las dominaciones, instituciones del Estado que prohíben el uso de la lengua, la urbanidad, la educación monolingüe, etc.

En este sentido podemos decir que la sociolingüística se encarga del estudio de la lengua en la sociedad ya que la lengua cumple una función importante que es la comunicación en la sociedad en un tiempo y espacio determinado, así también la lengua corre el riesgo de desaparecer sino existe un enriquecimiento el aymara puede estar en un nivel “vulnerable” en sectores de habla aymara se supone que la mayoría de los niños habla la lengua, pero su uso puede estar restringido a determinados ámbitos y áreas.

### **2.7.2. Lingüística**

Tradicionalmente se consideraba al lenguaje como objeto de estudio de la lingüística, sin embargo, para Saussure, F. (1916) planteó que, por su complejidad y heterogeneidad, el lenguaje no podía ser objeto de la lingüística. Se debía delimitar el objeto, ya que el lenguaje podría ser reclamado como objeto de estudio por otras disciplinas, como la psicología, fisiología, sociología, antropología, etc. Entonces, propone tomar como objeto de la lingüística a la lengua. La lengua no se confunde con el lenguaje, la lengua es una determinada parte del lenguaje, la parte psíquica constituida por la suma de todos los conceptos llevados a imágenes acústicas correspondientes que se dan en los cerebros de un conjunto de individuos que pertenecen a una determinada comunidad lingüística. En este sentido Saussure caracteriza también la lengua como la parte social y esencial del lenguaje. Ningún hablante posee la lengua en su totalidad. La lengua existe en la colectividad como la suma de todos los diccionarios repartidos entre los hablantes de una comunidad y una gramática en la que se dan las reglas. En otras palabras, la lengua es un sistema de signos lingüísticos.

Así también se puede resaltar antecedentes de estudios de la lingüística andina que dan cuenta acerca de la situación compleja de la multiculturalidad y el plurilingüismo existente en Bolivia, y el problema lingüístico es una constante que requiere una solución en un tiempo perentorio. El problema del léxico, por ejemplo, es un campo todavía poco desarrollado En Bolivia y los aportes más significativos, entre otros son los trabajos de Apaza. I. (1990 – 2009) en la que da cuenta de los diferentes procesos de creación léxica en la lengua aymara. Por su parte, Albó (1995), presenta un trabajo destinado a planificadores y educadores en la que también toca los diferentes aspectos lingüísticos de los pueblos indígenas de Bolivia.

### 2.7.3. Gramática aymara

M.Hardaman, J.Vasquez y J.D.Yapita (1988), señalan que las oraciones están formadas por sufijos oracionales. Esto quiere decir, que cualquiera de dichos niveles inferiores, incluyendo los morfemas y sufijos, encajan dentro de la estructura de la oración. Podemos observar en los siguientes ejemplos el análisis de la oración básica:

Jaqi-x maya-ki-ta-n-wa aka pacha-na-xa  
“La gente unido nomas somos en este tiempo”

Para Calvo J. (1994) nos hace inferir que a comparación del castellano, existen diferencias en la descripción de los contribuyentes y elementos que componen la estructura oracional del idioma aymara. Porque ambas lenguas son diferentes en cuanto se refiere a la estructura y orden de palabras en cada oración. Una oración en su forma incompleta expresa una idea parcialmente comprensible; en cambio, una oración completa está constituida por sus elementos necesarios, por ellos, expresa una idea completa. La oración básica en el aymara es una estructura que contiene una sola raíz verbal. Asimismo las oraciones básicas pueden combinarse con otras, para formar oraciones complejas. Por ejemplo:

Iwisa awatirixa pamparuwa iwisa anaki  
N                      Adv.              N      V

El ejemplo nos da una idea de cómo cada vez se puede ir complementando de acuerdo a la necesidad semántica del verbo hasta llegar a una estructura más compleja y, este mismo ejemplo resultaría cada vez con más complementos.

#### **2.7.4. Semántica**

En el marco de la teoría lingüística general tal y como la concibe la gramática generativa transformacional, la semántica es un medio de representación del sentido de los enunciados. La teoría semántica debe dar cuenta de las reglas generales que condicionan la interpretación semántica de los enunciados, así como la teoría fonológica debe dar cuenta de las reglas fonológicas universales de las que cada lengua solo utiliza un subconjunto. Dubois, Jean (1988).

La semántica es el estudio del significado atribuible a expresiones sintácticamente bien formadas. La sintaxis estudia solo las reglas y principios sobre cómo construir expresiones interpretables semánticamente a partir de expresiones más simples, pero en sí misma no permite atribuir significados. La semántica examina el modo en que los significados se atribúan a las palabras, sus modificaciones a través del tiempo y aún sus cambios por nuevos significados. La lexicografía es otra parte de la semántica que trata de describir el significado de las palabras de un idioma en un momento dado, y suele exhibir su resultado en la confección de diccionarios.

Por otro lado, la pragmática se refiere a cómo las circunstancias y el contexto ayudan a decidir entre alternativas de uso o interpretación; gracias a la pragmática el lenguaje puede ser usado con fines humorísticos o irónicos. Coseriu E. (1981).

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede argumentar que cuando se quiere expresar algo, lo que se hace es enunciar significados, sin significado las palabras estarían vacías, carentes de contenido. Es así que se torna imprescindible el estudio del significado de las palabras y oraciones y la disciplina que se ocupa del significado es la semántica.

### **2.7.5. Traducción**

La traducción es una palabra que muchos autores trataron de conceptualizarla, entre ellas destacamos a García (1994), nos afirma que “Traducir es enunciar en otra lengua (o lengua meta) lo que ha sido enunciado en una lengua fuente, conservando las equivalencias semánticas y estilísticas” Pero uno de los conceptos más aceptables, es la de los autores Nida y Taber (1986), quienes la definen como: “La traducción consiste en reproducir, mediante una equivalencia natural exacta, el mensaje de la lengua original en la lengua receptora, primero en cuanto al sentido y luego en cuanto al estilo.

Por tanto, podemos definir que la traducción es el proceso de transferir el significado de la lengua de origen (LO) a la lengua terminal (LT), debe adaptarse a los aspectos culturales, sociales, políticos, factores estéticos y muchos otros relacionados con lengua terminal.

### **2.7.6. Proceso de traducción**

Rabadán y Fernández (2002, p.34), refieren que el proceso de traducción requiere de tres fases:

- a) La fase de comprensión del TO, donde se aplican necesariamente las herramientas de análisis lingüístico-textual, guiadas por algún principio teórico; a esta fase de pre-traducción corresponde también la identificación y jerarquización de los posibles problemas de traducción.
- b) La fase de transferencia propiamente dicha, donde es necesario activar y aplicar las normas vigentes al respecto en el contexto receptor. Tal y como es comúnmente aceptado en los contextos traductores de la civilización occidental, traducir conforme a normas supone hacer uso de las ya tradicionales estrategias de traducción.
- c) La fase de corrección o revisión, en que se procede a la autoevaluación, identificación de posibles errores que han de ser subsanados, verificación de que se ha cumplido el

objetivo funcional y revisión de los aspectos físicos del TM (cuestiones tipográficas, presentación, etc.).

Rabadán y Fernández (2002) de acuerdo con García Yebra (1982), todo proceso de traducción tiene dos fases muy importantes para el desarrollo óptimo de una traducción: una que consiste en la “fase de comprensión” del texto original, y otra que consistente en la “fase expresión” de su mensaje. Entonces, proceso de traducción son los pasos que se realiza en todo el trabajo de traducción. En primera instancia, se inicia con una primera instancia, en el que se trata de comprender el texto original y en el segundo de expresar y al mismo tiempo de hacer comprender el mensaje en una lengua diferente de la lengua de origen, en este caso en la lengua terminal.

#### **2.7.6.1. Fase de la comprensión**

Es importante tomar en cuenta la primera fase, porque el traductor desarrolla una actividad semasiológica, es decir, cuando tenemos un texto base, en este caso, el que va a ser traducido, llamado “texto original”, entonces, se trata de realizar una comprensión mínima del texto, eso será la comprensión del sentido del texto original. En la fase de la comprensión, el traductor se diferencia del lector común por la intención y la intensidad de su lectura, que suele estar condicionada.

#### **2.7.6.2. Fase de la expresión**

En la fase de la expresión, la actividad o la función del traductor será, el de llevar el mensaje de una lengua de origen a la lengua meta; pero, el traductor tiene que nutrirse de los suficientes instrumentos lingüísticos, para dar una significación a una lengua receptora o lengua meta, en la que quiere dar información con todas las equivalencias tanto semánticas y estilísticas.

La segunda fase de la expresión del mensaje es la actividad del traductor, la “onomasiológica”. El traductor busca ahora en la lengua meta o terminal las palabras, las expresiones para reproducir en esta lengua el contenido del texto original.

### **2.7.7. Problemas en la traducción**

Desde la perspectiva de García (1989), los problemas más frecuentes que imposibilitan el trabajo del traductor se presenta en los siguientes tres niveles:

- a) Nivel léxico: Cuando no existen términos equivalentes de la lengua de origen a la lengua terminal. Por lo general, esto sucede con términos técnicos-científicos, como Telecomunicación y vitae no tienen correspondencias equivalentes en el idioma aymara. Por ello, se debe recurrir a la creación léxica de nuevos términos.
- b) Nivel morfológico: La lengua castellana cuenta con afijos que no existen en la lengua aymara, como son los prefijos y los infijos, así tenemos las palabras reconexión y rehabilitación que no cuentan con equivalentes en aymara, por lo que, se recurre a otro tipo de formación de palabras.
- c) Nivel sintáctico: La diferencia existente entre las estructuras de la lengua castellana y aymara imposibilita la traducción, ya que el castellano tiene la estructura básica: S+V+C en relación a la estructura del aymara: S+C+V. Por ejemplo, la danza se interpreta en base a la visión cósmica (S+V+C), ‘Aka thuqhux alaxpach uñjawir ch’amanchatawa’ (S+C+V).

### **2.7.8. Método, estrategia y técnica de traducción**

Los términos método, técnica y estrategia se han considerado ambiguos y, en ocasiones, algunos traductores los utilizan indistintamente. Sin embargo, se enfocan en diferentes etapas del proceso de traducción como lo afirma Amparo Hurtado (2002, p.75).

En primer lugar, tenemos el método que se realiza a nivel macro, ya que afecta a toda la traducción. También se denomina “proceso de traducción”, porque el método seleccionado se utiliza en todo el documento. Mientras que se aplican diferentes técnicas a nivel micro y también se le llama “resultado de traducción” porque fueron elegidas como una solución a un problema. Por ejemplo, si el método fue el literal, pero en el proceso hay apartados donde este método no

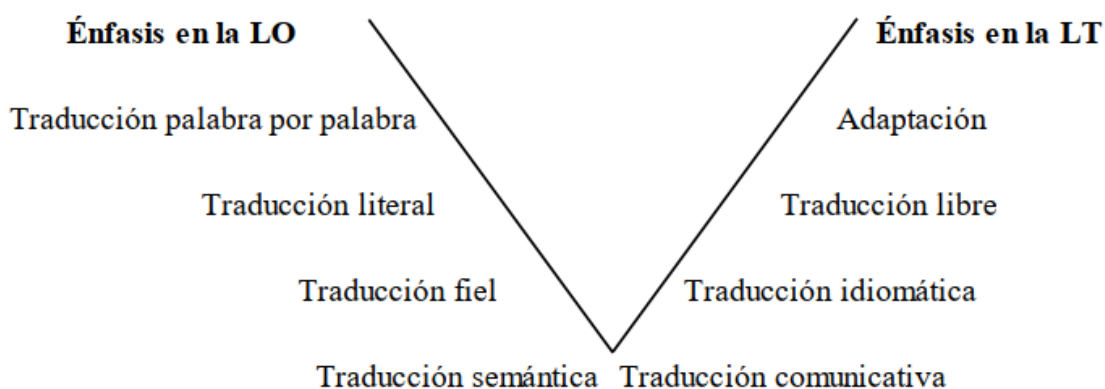


funciona se puede utilizar otro, así, toda esa reflexión de cambiar la técnica es parte de la estrategia porque el traductor analiza el problema y lo intenta para solucionarlo.

Al hablar de los métodos de traducción, Newmark (1995, p.70), es uno de los que más resalta al dar una propuesta de V abierta, diagrama que sirve para distinguir dos tipos de traducción: 1) la traducción semántica que hace énfasis en la lengua original y el autor; es personal e individual y sobre todo sigue los procesos del pensamiento del autor y favorece la concisión para reproducir el impacto pragmático. 2) la traducción comunicativa con énfasis en la lengua meta y el lector hipotético; se concentra en el mensaje y en la fuerza principal del texto, tiende a la claridad y brevedad y está escrita con un estilo natural y creativo.

La traducción comunicativa busca producir en sus lectores el mismo o casi el mismo efecto que se produjo en los lectores originales; está orientada hacia las necesidades de los lectores y se enfoca en un grupo específico; su principal objetivo es comunicar el mensaje del texto fuente de tal forma que cumpla con los formalismos de la lengua meta y puede ser vista como un original. Recomienda aplicar estos métodos según el tipo de texto y función.

Lo dicho se ilustra en la siguiente figura; Newmark (1995, p. 70), propone el siguiente diagrama:



Como se observa en el diagrama, existen algunos métodos que tienen mayor énfasis en el texto original como son las traducciones palabra por palabra, literal, fiel, semántica, así también se observa que otros se enfocan más en el texto terminal, como son la traducción comunicativa, idiomática, libre adaptación.

### 2.7.9. Métodos y técnicas de traducción utilizadas

Existen diferentes clases y tipos de traducción y en relación a la función del texto que está siendo traducido. Entre ellas podemos destacar: la traducción literal, idiomática y otras que fueron utilizadas en la realización del trabajo.

#### 2.7.9.1. Traducción literal

Según Hurtado (2001, p.252), la traducción literal “se centra en la reconversión de los elementos lingüísticos del texto original, traduciendo palabra por palabra, sintagma por sintagma o frase por frase, la morfología, la sintaxis y/o la significación del texto original”. Desde el punto de vista de Newmark (2010), determina que este método hace notar que las estructuras de la LO y la LT tienen un equivalente más cercano, y que implica una traducción palabra por palabra fuera de contexto.

Además, es útil y esencial, porque ayuda a identificar problemas de un texto y es el procedimiento inicial de toda traducción. De igual manera, García indica que “la traducción literal intenta reconstruir la estructura de la LO en la LT tratando de mantener un paralelismo entre ambos Idiomas. Es decir, la traducción intenta seguir la forma de la LO y busca una correspondencia entre la LO y el LT”. Ejemplo:

T.O.:           Estudiantes           matriculados           desde           el           año           1992.

T.T.: *yatiqirinaka qillqantata maratpacha 1992 = 1992 maratpach qillqantat yatiqirinaka*

Analizando las referencias previas, el método de traducción literal trata de transferir de la lengua original al terminal una traducción paralela, lo cual lleva a traducir palabra por palabra fuera del contexto. Por ello, para las traducciones amplias no sería aplicable en la lengua aymara, debido a las características que presenta el idioma, pero vale destacar que este método nos ayuda a descubrir los problemas que el texto original puede tener.

Según Mildred Larson (1989, p. 109) dentro de este proceso de traducción las estructuras pueden ser cambiadas, para mejorar la comunicación, o para evitar el sentido irreal o un significado incorrecto, pero la innaturalidad aún permanece. Como bien lo plantea el autor, la traducción literal modificada es el que cambia el texto original al traducir, esto se realiza cuando existe alguna referencia no muy clara para el lector. Pero dicha acción se debe realizar con mucho cuidado, por ello recomienda el autor que si es conveniente se puede mantener el texto original y poner una breve nota al pie de página.

### **2.7.9.2. Traducción idiomática**

Desde el punto de vista de Newmark (2010), las traducciones idiomáticas son aquellas transmiten el “mensaje” del texto original, pero ésta tiende a distorsionar los matices del significado, favoreciendo coloquialismos y modismos, incluso si no aparecen en el texto original. Teniendo en cuenta a Larson (1989, p. 16), indica que “la traducción consiste en un cambio de forma (operación en la estructura superficial) pero que implica unas transformaciones determinadas por el sentido (operaciones en la estructura semántica)”.

Además, enfatiza que la traducción consiste en trasladar sin distorsiones el significado de la lengua de origen a la lengua de recepción. Esto se logra pasando de la forma de una lengua a la de una segunda por la vía de la estructura semántica. Lo que se transmite en el proceso es el significado, que debe mantenerse sin distorsiones. Lo único que cambia es la forma. Entonces, la traducción idiomática emplea las formas propias del idioma receptor tanto las construcciones gramaticales como la selección del léxico. Este tipo de traducción no suena como una traducción sino más bien como si hubiese sido redactada en el idioma receptor. Es por ello que un buen traductor tratará de traducir de forma idiomática, convirtiéndose esto en su objetivo. Sin embargo, es también cierto que ninguna traducción es puramente idiomática o literal, sino que es una conjunción de los diferentes modelos de traducción.

### **2.7.9.3. La traducción comunicativa**

Por su parte Newmark (2010, p. 72) hace conocer que “La traducción comunicativa trata de reproducir el significado contextual exacto del original, de tal forma que tanto el contenido

como el lenguaje resulten fácilmente aceptables y comprensibles para los lectores. Así mismo, Parkinson (1984, p. 96), indica que la traducción comunicativa se interesa más por el lector que por la fidelidad al texto original y se esfuerza por evitar a aquél las dificultades y elementos «extraños». Busca un estilo idiomático, llano y claro, procurando llevar a cabo la transmisión de elementos culturales que pueden existir en el original y sustituyéndolos por términos que son propios de la cultura de su lector

En este entendido, se afirma que la traducción comunicativa permite reconstruir una traducción de la Lengua Original a la Lengua Terminal con el significado exacto, ayudando al receptor a comprender y entender correctamente lo emitido del texto original por medio del equivalente más próximo y natural, ante todo en lo que concierne al sentido y luego en lo que atañe al estilo.

Es decir que, la traducción comunicativa se concentra en el mensaje y en la fuerza principal del texto, es social, pone énfasis en sobre quien recibe el texto, con la simplicidad, claridad y brevedad, y está siempre escrita en un estilo natural ingenioso. Se basa en un sentido contextual del texto original facilitando la comprensión del texto haciendo un balance entre el contenido y el tipo de lenguaje para simplificar su percepción. Así, el traductor se enfoca en realizar una labor de traducción en la cual estará explicando de forma sencilla la idea general del texto sin necesidad de utilizar términos formales. Se emplea en textos de tipo informativos y vocativos (avisos, instrucciones, publicidad, escritos de ficción de carácter popular, texto de tipo no emocional, narrativa) de tipo social haciendo énfasis en el texto meta y en las adaptaciones que pueden llegar.

#### **2.7.9.4. El préstamo**

En el desarrollo del léxico, los préstamos se constituyen en un fenómeno más extendido y que las lenguas no pueden librarse de esta relación. Los estudios de Mouning G. (1977) y García V. señalan que el préstamo es el fenómeno sociolingüístico más importante del que goza una lengua o pueblo que la habla. Tiene su origen en el contacto de lenguas como consecuencia de diversos factores. El fenómeno de los préstamos entre lenguas se manifiesta por el tipo de relación que mantienen o han mantenido dos comunidades lingüísticas. En nuestra realidad existe una relación desigual entre el castellano y el aymara, en este contexto, la lengua aymara

ha ido incorporando, indiscriminadamente, muchos términos prestados del español a su sistema, incluso, prestamos innecesarios que han sustituido términos propios de la lengua en desmedro de la conversación y desarrollo léxico.

De igual modo, Hardman (1988), considera que el préstamo se da hace mucho tiempo, específicamente hace referencia desde la conquista, en este caso entre los hablantes del castellano y hablantes del aymara, pero la mayor prestación de palabras a sido del castellano al aymara, que con el tiempo pasaron a ser completamente aymarizadas, hasta el punto de reemplazar palabras aymarizadas, en muchos casos.

Teniendo en cuenta a Mendoza (1990, p. 85), los préstamos casi siempre “sirven para referirse a un concepto nuevo que se hace necesario designar. Hablamos de préstamo cuando tanto el significante como significado pasan de otra lengua. Con frecuencia en los préstamos se produce una adaptación fonológica y ortográfica”.

En vista de ello, se puede definir que el préstamo es el uso de algunos términos o palabras que no son propias sino de otra lengua y que luego es adoptada y con el tiempo se hace parte de su repertorio. En el caso de las traducciones del castellano al aymara generalmente son términos técnicos, académicos, científicos, por eso se hace uso de los préstamos, sobre todo en traducciones anteriores.

#### **2.7.9.5. El calco**

De acuerdo con Mendoza (1990, p. 86), el calco se produce “cuando el significado pasa a la otra lengua y se traduce el significante. En los calcos no se plantea la disyuntiva de proceder o no a la refonologización puesto que el significante no proviene de la lengua extranjera”.

Dubois (1973), enfatiza que calco lingüístico se da cuando, para nombrar un término inexistente, por ejemplo, una lengua A realiza la traducción, ya sea de una palabra simple o compuesta, de otra lengua B, de igual forma, ya sea en una sola palabra o una compuesta, pero que ya existen en esta lengua B.

Según Apaza (1999), calco es la adaptación de una palabra extranjera, traduciendo su significado por completo y cada uno de sus elementos formantes. La lengua acude a nombrar un objeto, o un concepto nuevo mediante el procedimiento de traducción simple de una lengua a otra. El calco se distingue del préstamo en que el término extranjero se integra tal cual en la lengua que lo toma, o mediante alguna adición de sentido de la lengua que lo toma. Este procedimiento bien puede ser tomado en cuenta en tanto contribuya en la elaboración de palabras nuevas.

Además, Lopez y Minett (1997), afirman que el calco es uno de los recursos que sirve para evitar el extranjerismo, ya que contribuye con el préstamo naturalizado de esta forma enriquece la lengua que lo adopta.

Entonces, el calco consiste en traducir literalmente los elementos que lo componen una palabra simple o compuesta, para así formar una palabra simple o compuesta, y claramente pueden ser de mucha utilidad. Como se llega a preciar en los siguientes ejemplos:

Bilingüe adj. Pã aruni

Audiovisual adj. Ist'a uñjawi

Fonoaudiología s. Arsu ist'aña

#### **2.7.9.6. La Composición**

La composición es un procedimiento morfológico común en aymara, que consiste en formar un nuevo término a partir de dos o más raíces o palabras autónomas. De acuerdo con Apaza (1999, p. 75), la composición es el procedimiento de formación de palabras a partir de la unión de dos elementos léxicos capaces de funcionar autónomamente en la lengua unidas para formar una tercera con otro significado.

Teniendo en cuenta a Dubois (1979), la composición es la formación de una unidad semántica, que surge de otros elementos léxicos con significado propio. Además, aclara que los criterios de composición no son rigurosos, porque permite el uso de términos gráficamente fundidos como portafolios, que estén unidos por un guion como ruso-germano y una última evolución

que sería: molino de café, corredor de bolsa. Todos estos pertenecerían al dominio lingüístico de la composición.

En este afán de creación léxica, podemos tomar como referencia la teoría de Mamani y Chavéz (2029), quienes afirman que para la composición de una nueva palabra puede constar de cuatro unidades de palabras, los elementos que intervienen directamente en la composición de palabras son los sustantivos, verbos, adjetivos y adverbios, por ser categorías léxicas de combinaciones frecuentes y más productivas. Todas las palabras compuestas son codificadas como un solo morfema, se puede establecer palabras por la composición de dos, tres, como máximo cuatro palabras para formar como una unidad léxica.

Este tipo de formación de léxicos, ayuda de gran manera al aumento lexicográfico de términos técnicos y académicos en el idioma aymara. Además, cabe la posibilidad de establecer una unidad léxica por la composición de dos, tres, hasta cuatro palabras.

#### **2.7.10. Términos Eléctricos**

En esta parte de la memoria laboral se desarrolla algunos términos que se utilizó en las traducciones con respecto al tema de la electricidad.

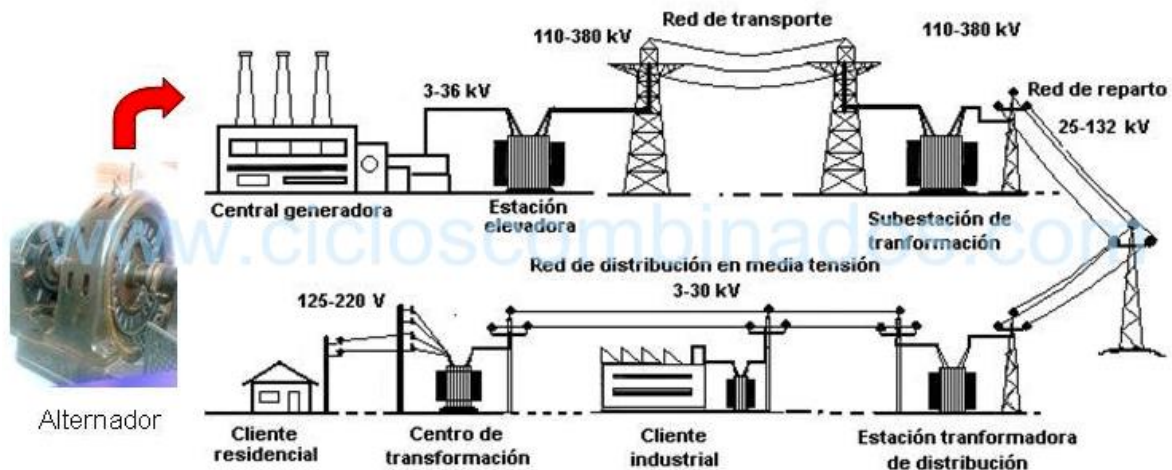
##### **2.7.10.1. Energía Eléctrica**

La energía eléctrica es aquella que se genera cuando existe una diferencia de potencial entre dos puntos o más puntos, es decir, entre puntos con diferentes cargas eléctricas. Esto hace posible que se establezca una corriente eléctrica entre los puntos al ponerlos en contacto a través de un conductor eléctrico. Adarrio. M (2018).



### 2.7.10.2. Red Eléctrica

Conjunto de instalaciones y equipos para producir, transportar y distribuir energía eléctrica a los usuarios de una ciudad y región del país. Una vez producida, la energía eléctrica se transporta desde las centrales hasta nuestros hogares y nuestras industrias. Una de las grandes ventajas de la energía eléctrica es que es **fácil de transportar**, porque "viaja por los cables de la luz". Las torres de alta tensión y el tendido eléctrico forman parte de nuestro paisaje cotidiano y conforman la red eléctrica que es el conjunto medios formado por generadores eléctricos, transformadores y líneas de distribución utilizada para llevar la energía eléctrica a los elementos de consumo de los usuarios. Adarrio. M (2018).





### 2.7.10.3. Subestación

Las subestaciones eléctricas son instalaciones encargadas de realizar transformaciones de tensión, frecuencia, número de fases o conexiones de dos o más circuitos. Se ubican cerca de las centrales generadoras, en la periferia de las zonas de consumo o en el exterior e interior de los edificios. En la ciudad de La Paz tenemos varias como por ejemplo: Munaypata, Alto Achachicala, Pampahasi, el Kenco, en el sector de Huarina, entre otros. Villca, L. (2015).



#### 2.7.10.4. Media tensión

Nivel de tensión superior a mil (1000) voltios y menor a sesenta y nueve mil (69.000) voltios. Los niveles de voltaje en la ciudad de La Paz es de 6.900 V., Sistema Nuevo y Yungas, en El Alto 12.000V y en el Sistema Norte 34.500/19.900V. Adarrio. M (2018).



#### 2.7.10.5. Baja tensión

Nivel de tensión igual o inferior a mil (1000) voltios. En la ciudad de La Paz y El Alto el nivel de voltaje es de 230/115 y 400V, Sistemas Nuevos 380/220V. Adarrio. M



## **2.7.11. Fundamentos Comunicativos**

### **2.7.11.1. Importancia del Proceso de la Comunicación Social**

Según Peredo, R. (1986) la comunicación es la acción a través de la cual las personas se interrelacionan entre sí, es el proceso dinámico que hace interactuar a los individuos unos con otros, permitiéndoles vivir en comunidad, gracias a esta interacción social los sujetos intercambian información, ideas o conocimientos, que hacen posible el desarrollo del mundo físico; pues sin comunicación el individuo viviría aislado y no se lograría desarrollo alguno. La comunicación es sobre todo la expresión de sentimientos, deseos, comportamientos que el hombre desarrolla en su diario vivir.

Es la transmisión y recepción de mensajes mediante signos y señales. Proceso que se efectúa entre un emisor, un receptor y un mensaje. El emisor transmite los mensajes y el receptor capta estos mensajes mediante el uso de la palabra.

La importancia de la comunicación en el estudio del proceso social se basa en una vasta de acuerdos mutuos difíciles de subrayarlos debido a que la comunicación es un medio por el cual una persona influye sobre otra y es a su vez influida por ella, convirtiéndose en el portador real del proceso social que hace posible la interacción, a través de ella los hombres se convierten y se conservan como seres sociales. Gracias a la habilidad que tiene el hombre de comunicarse, las sociedades humanas pueden considerarse como intrincados sistemas nerviosos de cooperación, porque el individuo a través de la facultad comunicativa saca provecho de las experiencias de los sistemas nerviosos de los demás individuos y aprende lo que su sistema nervioso ha dejado pasar por alto. Para que sea efectiva el proceso de comunicación cuyo carácter es de naturaleza dinámica y de permanente retroalimentación, precisa de algunos elementos comunes a todas estas definiciones: 1) el comunicador, la persona que inicia el proceso; 2) el comunicante, o sea, el receptor de la comunicación; 3) el contenido de la comunicación, que también podría llamarse el mensaje; 4) efecto logrado por la comunicación.

### **2.7.11.2. La Radio**

De acuerdo Steinberg Charles y Bluem A. (1969) la radiocomunicación nació de muchas mentes y diferentes eventos, desde Maxwell en la década iniciada en 1860. En 1895, Marconi transmitió señales de Radio a corta distancia y a principios de este siglo dirigió pruebas transatlánticas con éxito. La primera práctica de radio en la comunicación fue en la comunicación telegráfica, más tarde conocida como el nuevo medio de comunicación inalámbrico y en los Estados Unidos, en 1912 aproximadamente, se usó el término radio. En general, la radio tuvo un progreso importante cuando fue utilizado durante la primera Guerra Mundial.

Con el desarrollo de la radio se adoptan diferentes tipos de servicios para su mejor funcionamiento. Así la “porción del espectro” de la radio que se encuentra entre los 535 y los 1605 kilociclos\* (un kilociclo significa transmisiones de mil ondas por segundo, mientras que un megaciclo es una manera abreviada de indicar mil kilociclos, está ocupada por la transmisión de amplitud modulada (AM). La transmisión de frecuencia modulada (FM) se ha distribuido entre los 88 y los 108 megaciclos\*. Por lo tanto, la transmisión por FM exige un canal 20 veces más ancho que el canal de AM.

La radio como medio de comunicación con el público tiene las ventajas de ser actual, contemporánea, y oralmente atractiva. Los estudios de Lazorsfeld prueban que la afición de escuchar la radio no necesariamente entra en competencia con la lectura de libros, periódicos, revistas sino que es complementaria de esta.

Los receptores están sujetos a horarios, pero cuando se está transmitiendo la información, el receptor puede moverse de un lugar a otro. Es inmediato, es decir después de ocurrido el “hecho de la noticia” tiene impacto psicológico emocional, está elaborado pensando en cómo se oirá y no como el contenido sea relevante.

Torrico, E. (1993) señala que la radio está integrada por elementos lingüísticos sonoros, es decir es emitido en forma oral, palabras habladas, efecto de música y silencio, es unidireccional, es instantánea porque prácticamente llega al mismo tiempo de que es transmitido, es masiva

porque llega a todo público, solo es captada por el oído, no existe comunicación física, ni señales, se dirige a cada uno de los escuchas transmitiéndoles la energía anímica a través de la voz del que habla. Es fugaz porque desaparece una vez dada la noticia, sin poder repetirla o retroceder el tiempo (es fugaz en el tiempo).

Es breve porque no entra en detalles, es de carácter coloquial porque tiene contacto personal con el oyente y “conversa” con él en su propio lenguaje.

#### **2.7.11.2.1. Cuñas**

Para García, U. (1991) se trata de espacios de corta duración dedicados a la difusión de mensajes comerciales.

Según Ortega, E. (1991) se trata de un conjunto de frases que han sido preparadas previamente, que aparecen acompañadas de ciertos complementos musicales o de efectos sonoros, y que han sido grabadas para su emisión dentro de los diferentes programas, es un producto grabado previa a su emisión.

#### **2.7.11.3. La Televisión**

La palabra “televisión” es un híbrido de la voz griega “Tele” (distancia) y la latina “visio” (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas.

La televisión enlaza diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informado de todo el acontecer. El mayor acontecimiento en relación con la cultura, tanto artística como intelectual, en el campo de la comunicación de masa, ha sido el desarrollo de la televisión. Si se considera la televisión como un fenómeno de tipo social y psicológico, las ciencias se ven en la necesidad de resolver tres problemas fundamentales: analizar sus características principales, examinar su campo de comunicación y los procesos que incluye y por último investigar los efectos que produce. Fernández, F. (1994).

### **2.7.11.3.1. Spots**

Un spot publicitario es un anuncio cuyo mensaje busca persuadir al público al que va dirigido (para que compre productos o servicios a una marca o para que la conozca y la siga). Cuenta con elementos auditivos o visuales distintivos de la marca; son atractivos, con mensajes fáciles de comprender y memorables. Ortega, E. (1991).

## **2.8. Marco Metodológico**

Según Denzin y Lincoln (1994), destaca que “es multidimétrica en el enfoque, implica un enfoque interpretativo, naturalista hacia su objeto de estudio”. Esto significa que los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales-entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, entre otros.

Por otro lado Taylor y Bodgan (1986), señalan que la investigación cualitativa es como “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

Para LeCompte (1995), la investigación cualitativa podría entenderse como una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos. Para esta autora la mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el entorno de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador.

Es en este sentido que esta memoria laboral tiene la característica de ser una investigación descriptiva usando el enfoque cualitativo, es decir que se seleccionó la información ya elaborada por la empresa y al mismo tiempo las que se elaboraron en el momento con respecto

a los servicios que brinda y actividades que realiza, que se plasmaron en las cuñas radiales y spots publicitarios las cuales se tradujeron al idioma aymara por medio de un conjunto de técnicas y métodos como la traducción literal, idiomática y comunicativa realizando un análisis documental para la respectiva difusión de las campañas publicitarias. A continuación mencionamos algunas características que se presentaron al momento de realizar las traducciones:

- **Diseño Flexible:** Es decir que durante el proceso se fueron presentando términos nuevos los cuales se aplicaron en la traducción.
- **Recopilación de datos no numéricos:** Esta memoria laboral se centra en datos descriptivos, como palabras, imágenes o contextos en lugar de datos cuantificables.
- **Contextualización:** Se presta atención al contexto y a la comprensión profunda de la realidad social.
- **Investigador como instrumento:** El investigador desempeña un papel activo y subjetivo, influyendo en la interpretación de datos.
- **Resultados descriptivos y narrativos:** Los hallazgos se presentan en forma de descripciones detalladas y relatos que capturan la complejidad del fenómeno estudiado.

### 2.8.1. Tipo de Estudio

En principio, la actividad a realizar es la traducción de las cuñas radiales y spots publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara de la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ.

El trabajo considera cuatro aspectos: la revisión, la traducción, la creación de nuevos términos y la publicación. En el primer punto, se verifico la estructura, coherencia, claridad, precisión ortografía, gramática de las cuñas radiales y los spots publicitarios ya elaborados en castellano para la traducción al aymara, en el segundo punto se considera los tipos de traducción que se utilizaron para la memoria laboral como ser la traducción literal que consiste en traducir palabra por palabra manteniendo la estructura y el orden original del texto, la traducción idiomática ya que se centra en transmitir el significado del texto de manera más fluida y natural en el idioma

de destino respetando la estructura gramatical y comunicativa no solo que sea gramaticalmente correcta, sino que también capture la intención, el tono y el impacto emocional del texto original, en el tercer punto se realiza la creación de nuevos términos léxicos relacionados con la electricidad y por último se realizó las grabaciones de las cuñas radiales para la publicación en radio y los spots publicitarios para la respectiva publicación en la página de la empresa y televisión.

### **2.8.2. Población de Estudio y Muestra**

La traducción de cuñas radiales y spots publicitarios se realizó para la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ de la ciudad de La Paz.

### **2.8.3. Instrumentos de Recolección de Datos**

Para realizar el presente trabajo de traducción es fundamental utilizar algunos materiales y recursos, como los recursos técnicos.



RECURSOS TÉCNICOS	
COMPUTADORA	Que permitió el acceso a internet y a la transcripción de las respectivas traducciones.
MATERIALES DE ESCRITORIO	Bolígrafos, lápices, hojas y borradores.
IMPRESORA	Permitió la impresión de las traducciones.
INTERNET	Ayudo a la búsqueda de información sobre nuevos términos en aymara, así también nos ayudó a utilizar el diccionario virtual de castellano al aymara.
CELULAR	Para la toma de fotografías que se puede ver en los anexos de la memoria laboral.
DICCIONARIO DE AYMARA	Fue de gran utilidad para consulta consistente para la búsqueda de términos para una traducción precisa.
CONSOLA	Es un dispositivo electrónico o electromecánico de hardware, usado para introducir o mostrar datos de una computadora, nos ayudó a realizar las grabaciones con precisión de los sonidos para posteriormente darle imagen y vida a los spots publicitarios y cuñas radiales para su respectiva difusión
MICRÓFONO	Utilizado para las grabaciones

## 2.9. Sección Propositiva

Las traducciones de las cuñas radiales y spots publicitarios se realizaron en periodo desde mayo del 2018 a julio 2020 como encargada de Publicaciones y Eventos realizando tareas administrativas, grabación y traducción de audios del castellano al aymara para información al público, estas grabaciones estaban ya elaboradas en el idioma, estas cuñas y spots tenían que ser traducidas al aymara para llegar con la información a las áreas rurales del departamento de

La Paz, es así que la empresa proporcionó los recursos técnicos mencionados en el anterior cuadro para su respectiva ejecución.

En el siguiente cuadro podemos mostrar una breve descripción del procedimiento que se realizó para las traducciones de las cuñas radiales y spots publicitarios de la empresa:

<b>ESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>	
<b>REVISIÓN</b>	Se verifico la duración óptima para transmitir el mensaje sin aburrir al oyente, la calidad del sonido y, si es aplicable, del video, sea profesional y nítido, se aseguró de que las cuñas y spots estén alineadas con entidad de la empresa en termino de tono, estilo y elementos visuales.
<b>TRADUCCIÓN</b>	Se tuvo cuidado en mantener la coherencia con el mensaje original adaptarlo el contenido para que resuene con la audiencia objeto. Se aseguró de preservar el tono, la intención y la emotividad del mensaje original, además, se consideró las diferencias culturales y lingüísticas para garantizar una comunicación efectiva. Se revisó la pronunciación y entonación, se realizó ajustes para que el mensaje suene natural en el nuevo idioma.
<b>CREACIÓN DE NUEVOS TÉRMINOS</b>	La creación de nuevos términos, surge por diversas razones, como avances tecnológicos, cambios culturales o la necesidad de expresar conceptos emergentes. Al crear nuevos términos se consideró la claridad, la facilidad de comprensión para el público, la coherencia de reglas gramaticales y lingüísticas del idioma.
<b>PUBLICACIÓN</b>	Para la publicación de los spots y cuñas tuvimos que identificar los canales más adecuados para la audiencia como ser emisoras de radio, canales de televisión o redes sociales. Así también se tuvo que adaptar el formato y la duración de los spots y las cuñas a cada medio.

Por lo expuesto la tarea desarrollada fue un reto profesional que fue superado por mi persona, gracias a la formación obtenida en la Carrera de Lingüística e Idiomas, por la acumulación de experiencias desde el inicio de haberme insertado en el mercado laboral.

La experiencia Académica Laboral narra el trabajo desde el punto de vista teórico y práctico. No podemos soslayar todo el cúmulo teórico aprendido en la formación académica y que se

traduce en plantear soluciones en la práctica en el terreno profesional que cada vez es más competitivo, más aún en una empresa como la única Distribuidora de Electricidad S.A. DELAPAZ.

En esta parte se muestra el trabajo de la memoria laboral como propuesta de traducción de las cuñas radiales y los spots publicitarios del castellano al aymara, misma que se presenta en cuadros las cuales muestran al lado izquierdo el texto en castellano y al lado derecho ya la traducción en aymara.

Los tres primeros cuadros son spots que se publicaron en televisión y las redes sociales de la empresa, los otros tres siguientes son cuñas radiales que se publicaron en radio.

#### **Cuadro nro. 1**

En el cuadro número uno hablamos de los proyectos de impacto de las gestiones 2019 y 2020 en los sectores de Alto Lima y Choquetanga, para proveer energía eléctrica a la construcción del proyecto Hidroeléctrico Miguillas, así también la ampliación de la red de las subestaciones Contorno Bajo y Viacha Pueblo, en la ciudad de El Alto, se tendió líneas subterráneas y se mejoró las subestaciones Alto Achachicala y Alto La Paz y por último se amplió la potencia de la subestación Pampahasi en La Paz.

SPOT 1	
CASTELLANO	AYMARA
<b>Proyectos de Impacto 2019 – 2020</b>	
<b>Alto Lima, Choquetanga, Alto Achachicala y Pampahasi</b>	
<p><i>Delapaz ha concluido grandes proyectos, que permiten fortalecer la confiabilidad y calidad del suministro de energía eléctrica.</i></p> <p><i>Construimos dos nuevas subestaciones: Alto Lima Y Choquetanga, para proveer energía eléctrica a la construcción del proyecto Hidroeléctrico Miguillas.</i></p> <p><i>Ampliamos la red de las subestaciones Contorno Bajo y Viacha Pueblo, instalamos una línea de área de subtransmisión para la interconexión de ambas subestaciones.</i></p> <p><i>En la ciudad de El Alto tendimos líneas subterráneas y mejoramos la subestación Alto Achachicala, ampliamos la potencia de la subestación Pampahasi en La Paz.</i></p> <p><i>Todos estos proyectos fueron ejecutados para garantizar la continuidad y seguridad del servicio para ti.</i></p> <p><i>Delapaz luz que ilumina tu vida.</i></p>	<p><i>Jach´a qhantayiri wakiyawinakaja Delapaz tukuyxija, akanakaxa ch´amanchapxiwa walisuma qhantayiri yanapt´a churañataki.</i></p> <p><i>Pä machaq qhantayiri subestacionanaka lurayapxtwa: Alto Lima ukhamaraki Choquetanga tuqina, aka Hidroeléctrico Miguillas lurawi waqiyawi layku.</i></p> <p><i>Aka subestacionanaka Contorno Bajo ukhamarak Viacha Pueblo potencianakapa jach´aptayapxtwa Mä línea aérea de subtransmisión sasina interconexionataki aka pä subestacionanaka Aqhillt´ayapxtwa.</i></p> <p><i>Altu pat tuqina líneas subterráneas de subtransmisión sasina lurayayapxtwa, ukhamaraki subestación Alto Achachicala, tuqina sumaptayapxtwa.</i></p> <p><i>Aka potencia sasina Pampahasi subestacionana Chuquiago markana jach´aptayapxtwa.</i></p> <p><i>Q´alpach wakiyawinakaja qhantayiri yanapt´a suma puriñapataki markachirinakaru lurayayapxtwa</i></p> <p><i>Delapaz ukax jakawim qhantayiriwa.</i></p>

**Cuadro nro. 2**

En el cuadro número dos hablamos de las inauguraciones de ampliación de red de electricidad en el área rural altiplánica y de los valles de La Paz. Electrificación para las urbanizaciones “Sajona 2” y “2 de Marzo. Los proyectos beneficiaran a 110 familias.

<b>SPOT 2</b>	
<b>CASTELLANO</b>	<b>AYMARA</b>
<b>Electrificación para las urbanizaciones “Sajona 2” y “2 de Marzo”</b>	
<p><i>Delapaz concluyó los proyectos de electrificación de las urbanizaciones “Sajona 2” y “2 de Marzo” de la ciudad del el alto. Los proyectos beneficiaran a 110 familias, con una inversión de 520.335.000bs., se instalaron 40 postes con 1365m de líneas de media tensión, 65 postes con 2757m de líneas de baja tensión y un transformador de 50 KVA.</i></p> <p><i>Este proyecto ayudará a los ciudadanos para un mejor vivir.</i></p>	<p><i>Delapaz uksan irnaqirinaka pä qhantayiri wakiyawinaka aka Sajona 2 ukhamaraki 2 de Marzo tuqina aka alto pat markata tukuyapxi. Aka qhantayiri wakiyawi patak mä tunkani wila masinaka askitak lurawipxiwa, aka qhantayiri wakiyawi 520.355.000 phisqha patunka waranqa waranqa kimsa patak phisqha tunka phisqhani waranqa qulqimp lurasiwayi. Akana qhantayiri wakiyawina 40 pusi tunka tikilinaka ukampirusa 1365 mä waranqa kimsa patak suxta tunka phisqhani línea de media tensión, ukampirusa 2757 pa waranqa paqallq patak phisqha tunka paqallq línea de baja tensión ukhamarak mä transformador phisqha tunka KVA sasina uskutawa.</i></p> <p><i>Aka qhantayiri wakiyawi markachirinakaru yanapt´aniwa suma qamañataki.</i></p>

### Cuadro nro. 3

En el cuadro número tres se da a conocer el spot grabado en época de la pandemia, en la cual se aconseja a la gente quedarse en casa, ya que la empresa DELAPAZ está trabajando para un futuro mejor garantizando el servicio eléctrico para cada hogar y cada familia cumpliendo el protocolo de sanidad y bioseguridad.

<b>SPOT 3</b>	
<b>CASTELLANO</b>	<b>AYMARA</b>
<b>QUEDATE EN CASA</b>	
<p><i>Hoy en sus hogares y con su familia viven con el servicio de luz, los trabajadores de la empresa Delapaz están trabajando para un futuro mejor garantizando el servicio eléctrico para cada hogar y cada familia. Los técnicos de Delapaz cumplen con el protocolo de sanidad y bioseguridad, por ese motivo no salgas de tu casa para un mejor vivir. Delapaz está trabajando para todos.</i></p>	<p><i>Jichha utanankirinakaja ukhamaraki wila masinkirinakaja qhantayiri yanapt'ampi jakapxiwa, Delapaz uksankirinakaxa qhipa pacha suma jakañamataki irnaqasipxki, sapa utataki ukhamaraki sapa wila masinakataki qhantayiri yanapt'a garantisapxkiwa. Delapaz qhantayiri irnaqirinaka protocolo de sanidad ukhamaraki bioseguridad phuqhapxarakiwa, uka layku jan mistumti utamata jiwasana askisataki. Delapaz takpachataki irnaqaski.</i></p>

**Cuadro nro. 4**

En el cuadro número cuatro se realizó la traducción de información sobre trabajos de mantenimiento preventivo.

<b>CUÑA 1</b>	
<b>CASTELLANO</b>	<b>AYMARA</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE TRABAJOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO</b>	
<p><i>Información sobre trabajos de mantenimiento preventivo.</i></p> <p><i>Se realizaron trabajos de mantenimiento preventivo en Huarina y Tahuapalca</i></p> <p><i>El domingo 26 de abril, personal técnico de Delapaz, realizo trabajos de mantenimiento preventivo mediante limpieza del derecho de vía de la línea de media tensión de 24.9 KV en cercanías de las poblaciones de Huaricana y Tahuapalca de los municipios de Mecapaca y Palca pertenecientes a la provincia Murillo, utilizando un camión idroelevador que brinda seguridad al personal operativo, lo que permite mejorar la calidad y continuidad del servicio de distribución de electricidad,</i></p> <p><i>El personal operativo emplea el protocolo de sanidad y bioseguridad para la protección ante el coronavirus.</i></p> <p><i>Si tienes consultas o reclamos sobre nuestro servicio, comunícate al Centro de llamadas para atenderte las 24 horas del día.</i></p>	<p><i>Huaricana ukhamaraki Tahuapalca tuqina irnaqasiwayiwa jani ch'iji utjañapataki.</i></p> <p><i>Domingo 26 patunka suxtani uru saraqataru qasiwi paxsita Delapaz qhantayiri irnaqirinaka jani ch'iji utjañapataki irnaqawayapxiwa, jupanakasti derecho de vía de línea de media tensión de 24.9 KV Huaricana, Tahupalca ukhana pichsuwapxiwa, aka markanaka jikxatasiwa Mecapaca, Palca uka municipionakana provincia Murillo uksana, aka irnaqawinakataki camión hidroelevador ukawa apnaqasiwayi irnaqirinakasa jasaki lurapxañapataki, ukhampus markachirinakaru qhantayiri yanapt'a suma puriñapataki.</i></p> <p><i>Qhantayiri irnaqirinaka jupanakasti protocolo de sanidad y bioseguridad phukhapxarakiwa uka coronavirus yanqha usu jark'asiñataki.</i></p> <p><i>Taqi jiskt'awinakataki centro de llamadas uksaru jausasmawa, jupanakasti irnakapxiwa 24 pä tunka pusini pacha uru ukhamaraki aruma.</i></p>

## Cuadro nro. 5

En el cuadro número 5 se dan las instrucciones de como consultar la deuda del servicio de electricidad por internet paso a paso en época de la pandemia.

CUÑA 2	
CASTELLANO	AYMARA
<b>COMO CONSULTAR DEUDA POR INTERNET</b>	
<p><i>Como consultar tu deuda por internet, ingresa a esta opción <a href="http://www.delapaz.bo">www.delapaz.bo</a>, ingresa el número de consumidor (dígitos antes del guion) o el número de medidor, selecciona no soy un robot, presiona consulta deuda, saldrá el detalle de deuda actual, y debajo el detalle de los últimos pagos realizados. Delapaz luz que ilumina tu vida. ! Quédate en casa!</i></p>	<p><i>Kunjam manumax yatiñ thaqtañat yatiñ muntaja aka página web <a href="http://www.delapaz.bo">www.delapaz.bo</a> ukaru mantañamawa, ukana número de consumidor (dígitos antes del guión) ukhamaraki número de medidor phuqhañamawa, ukat aka sawi "no soy un robot" ajlliñamawa, ukat "consulta deuda" ajlliñamawa. Aynachata mä qhanancha manumat mistuni, kimsa phaxsi phukhasxija payllanakata mistuwayani. Delapaz takpachataki irnaqaski. Jan mistumti utamata jiwasana askisataki.</i></p>



## Cuadro nro. 6

En el cuadro número seis se describe la campaña de afiliación que inicia DELAPAZ en la población de Puerto Pérez dirigida a las abuelitas y abuelitos para que tengan el descuento del 20% en su factura de luz en el marco de la ley 1886.

CUÑA 3	
CASTELLANO	AYMARA
<b>BENEFICIO DE LEY 1886</b>	
<p><i>Delapaz inicia la campaña de afiliación dirigida a las abuelitas y abuelitos que tengan 60 años o más, además el medidor debe estar a nombre del beneficiario para que tengan el descuento del 20% en su factura de luz en el marco de la ley 1886, invitamos a los adultos mayores a acercarse al punto de afiliación que estará instalado este 5 de mayo en la población de Puerto Pérez durante la mañana. Debe llevar fotocopia de carnet y fotocopia del aviso de cobranza, recuerda que el registro es personal. ¡Los esperamos!.</i></p>	<p><i>Delapaz uksankirinakaxa awkinakaru ukhamaraki taykanakaru yatiyawi, khithinakatix suxta tunka maranipxiwa ukhamaraki jiliripxiwa ukhampirusa Delapaz qhantayiri yanapt´a sutimankiwa beneficio de ley 1886 mayiwipxañamawa, aka 1886 askitak lurawi ukanakataqixa sapa phaxsina pä tunka 20% iraqqa utjaniwa, aka askitak lurawi sapa marax mayiwipxañamawa cedula de identidad mä laphi waraqampi, aviso de cobranza mä laphi waraqampi, Puerto Pérez uksankirinaka aka phisqha uru llamayu qillqañaniwa, Puerto Pérez tuqina arumthi pachasata qillqasismawa. Aka qillqaña sapa mayni lurañapawa. Suyt´apxamawa!</i></p>

### 2.9.1. Nuevos Términos para el Área de Electricidad

En el cuadro se puede observar los nuevos términos en el área de electricidad para que entre en contexto con la traducción.

#### Nuevos Términos para el área de Electricidad

CASTELLANO	AYMARA
<i>Beneficio 1886</i>	<i>1886 askitak lurawi</i>
<i>Consultas</i>	<i>jiskt'asiñanaka</i>
<i>Detalle</i>	<i>qhanancha</i>
<i>Deuda</i>	<i>manu</i>
<i>Electricista</i>	<i>qhantayiri</i>
<i>Energía eléctrica</i>	<i>qhantayiri</i>
<i>Factura de luz</i>	<i>chimpu chani qhantayiri</i>
<i>Fotocopia</i>	<i>laphi waraqa</i>
<i>Garantizar</i>	<i>jupat sayt'aña</i>
<i>Inauguración</i>	<i>qalltaña</i>
<i>Internet</i>	<i>yatiñ thaqtaña</i>
<i>Medidor</i>	<i>qhantayiri tupuña</i>
<i>Medidores</i>	<i>qhantayiri tupuña</i>
<i>Pago</i>	<i>paylla</i>
<i>Poste</i>	<i>tikili</i>
<i>Proyectos</i>	<i>wakiyaw</i>
<i>Reclamos</i>	<i>arsuñanaka</i>
<i>Servicio eléctrico</i>	<i>qhantayiri yanapt'a</i>
<i>Subestaciones</i>	<i>subestacionanaka</i>
<i>Trámite</i>	<i>mayiwi</i>

### 2.10. Sección Conclusiva

La presente memoria laboral permite concluir que existe la necesidad de traducir las cuñas radiales y spots publicitarios para campañas informativas del castellano al aymara de la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ en especial para los consumidores de habla aymara. Esto con el fin de que tengan un mejor acceso al servicio así también, poder

informarse sobre los servicios que brinda la empresa y las actividades y beneficios que presta a los consumidores.

De acuerdo al primer objetivo específico podemos concluir que se elaboró la traducción de las cuñas radiales y spots publicitarios al aymara para brindar información visual y auditiva para una mejor comprensión y accesibilidad a la información, se realizó las grabaciones para su respectiva difusión tanto en radio, redes sociales de la empresa y televisión que son medios de fácil acceso para la población en general.

Con respecto al segundo objetivo podemos concluir que hubo una buena percepción y comprensión de parte de los consumidores hablantes del idioma aymara especialmente de las áreas rurales. Se pudo observar la visita a las oficinas de las áreas rurales a realizar sus solicitudes y trámites sin problema, sintiéndose acogidos y con la confiabilidad de recibir una buena información y colaboración de parte del personal que también habla el idioma aymara.

Y por último respondiendo al tercer objetivo se puede argumentar que la falta de algunos términos técnicos que se presentaron en el proceso de la traducción, nos impulsó a la creación y elaboración de nuevos términos en el área de electricidad relacionados con los servicios que brinda y actividades que realiza la empresa, a partir de los procesos de creación léxica, como: la composición, la derivación y en algunos casos recurrir a los préstamos. Todo ello, con el criterio de que el nuevo léxico creado debe estar relacionado semánticamente con su equivalencia en castellano, cuidando la armonía contextual de la lengua aymara con el fin de contribuir nuevos términos a la lengua aymara para que ayude como material de referencia para el lector, pero, sobre todo fortalezca la cultura y lengua aymara y lo más importante sea conocido y aprendido por los funcionarios públicos que trabajan en la empresa y de esa manera dar una mejor información y atención al consumidor.

Para cerrar podemos afirmar que como seres humanos somos muy complejos y necesitamos de todas las herramientas para poder comunicarnos precisamente a través del lenguaje, que es el objetivo principal de la lingüística para llegar a las mejores estrategias para comunicarnos. Una de las estrategias para comunicarnos es escuchar y ver y es aquí donde podemos mencionar a

los medios de comunicación radial y televisiva como instrumento de comunicación, enseñanza y aprendizaje. Uno de los efectos que ocasiona el uso de los elementos lingüísticos es la enseñanza - aprendizaje por medio de radio y televisión ya que son los medios factibles para poder aprender con mayor facilidad una lengua es en este sentido que se hizo la difusión mediante estos medios por la facilidad de acceso que tiene hacia los consumidores. Este pequeño aporte puede ser un inicio de otras futuras investigaciones. Pues la lengua se desarrolla constantemente, la lengua se aprende en la vida, no solo en las aulas, no solo en las familias, ambos son ambientes motivadores importantes, pero es la vida misma, con todos sus ambientes y entornos los que posibilitan su uso o aprendizaje.

### **Área III. Análisis de la Experiencia Profesional.**

#### **3.1. Pertinencia de la Malla Curricular con la Experiencia Profesional.**

La lengua es clave para asimilar los conocimientos que se van adquiriendo en el transcurso de la vida de cada ser humano, ya que nos sirve de instrumento primordial para preguntar, exponer y apropiarnos de los conocimientos acumulados en nuestra cultura y para la comprensión de los aprendizajes.

En este sentido al momento de realizar las traducciones de los spots publicitarios y cuñas radiales se puso en práctica las habilidades adquiridas en la formación académica que se tuvo en la Carrera de Lingüística e Idiomas Mención Nativas según el Record Académico Pensum de Estudio 1993 para garantizar el trabajo que solicita la empresa de electricidad DELAPAZ, plasmando la experiencia profesional adquirida en el área de la electricidad, respetando las técnicas de traducción, la gramática, la semántica analizando la sociolingüística con mayor detalle para tener un resultado satisfactorio y que sea del agrado y comprensión del público en general.

## **3.2. Aprendizaje en el Proceso de la Actividad profesional**

El aprendizaje en el proceso de la actividad profesional es un componente fundamental de la mejora continua se puede tomar en cuenta algunas consideraciones importantes como:

### **3.2.1. Aprendizaje en el trabajo**

Los profesionales a menudo aprenden en el contexto de sus roles laborales diarios, a medida que se enfrentan desafíos y tareas se adquieren nuevos conocimientos y habilidades, en el caso de las traducciones de spots publicitarios y cuñas radiales se puede desarrollar las habilidades de traducción al aymara con respecto a la electricidad y temas relaciones como las campañas informativas con respecto a requisitos, tipos de solicitudes, beneficios que ofrece la empresa entre otros.

### **3.2.2. Experiencia Práctica**

La práctica en situaciones reales es una forma poderosa de aprendizaje. Los errores y los éxitos contribuyen al crecimiento profesional. A medida que se fue elaborando las traducciones y las grabaciones de los spots publicitarios y cuñas radiales se pudo aprender de los errores, en este caso se tomó en cuenta la sintaxis, gramática, vocabulario, semántica, y a medida que se va escuchando las grabaciones se reciben críticas para mejorar estas traducciones, así también se tiene consejos y correcciones de personas profesionales en la materia para tener un mejor producto en la siguiente traducción.

### **3.2.3. Mentores y Colegas**

En este sentido se tuvo la interacción, la retroalimentación y el intercambio de conocimientos con algunos colegas comunicadores como también compañeros de trabajo hablantes del idioma aymara para la traducción de los spots publicitarios y cuñas radiales.

#### **3.2.4. Actualización Constante**

Dado que las profesiones evolucionan, es importante mantenerse al día con las tendencias y avances, en este sentido se buscó información sobre traducción al aymara con respecto a la electricidad se encontró pocos términos es por ello que algunos términos propios del área se aymarizó como también se creó nuevos términos lo cual fue entendible y aceptado.

#### **3.2.5. Reflexión**

La reflexión sobre las experiencias profesionales es esencial para aprender de ellas. Analizar lo que funcionó y lo que no, y ajustar en consecuencia, es parte del proceso en este caso de las traducciones tomar en cuenta que se debe rescatar y crear terminología del aymara con respecto a tema de la electricidad.

#### **3.2.6. Aprendizaje Auto Dirigido**

La capacidad de aprender de forma independiente es valiosa en la actividad profesional. Esto implica la búsqueda activa de recursos y la autodisciplina. El aprendizaje continuo en la actividad profesional es clave para el éxito a largo plazo y la adaptación a un entorno en constante cambio.

### **3.3. Sugerencias para mejorar la Formación Profesional en Lingüística e Idiomas**

Concretamente, con relación a este estudio nos permitimos realizar las siguientes sugerencias:

Es necesario elaborar términos especializados que incluyan la recuperación de léxicos antiguos para no perder terminología aymara. Así como la acuñación de términos nuevos de acuerdo al avance de la ciencia y tecnología. Solo de esta manera podremos lograr el desarrollo de la lengua aymara en igualdad de condiciones de cualquier otra lengua del mundo.

Es importante realizar una labor de concientización y de reflexión sobre el uso de préstamos innecesarios para promover el uso de términos propios de la lengua mediante estas otras tareas

y acciones inmediatas se puede lograr que el idioma aymara como otras lenguas originarias alcance su desarrollo y logren incrementar el valor utilitario de las mismas.

Por último se podría crear un área o una materia de especialidad para la creación de terminología en aymara en diferentes áreas ya sea medicina, electricidad, informática, robótica entre otras para tener una buena efectividad de las traducciones y mantener su originalidad.

## Referencias Bibliográficas

- Adarrio, M. (2018) “*Manual de Electricidad Básica*” Primera Edición CE
- Apaza, I. (2007) “*Estudios de Lingüística y Sociolingüística Andina*” Instituto de Estudios Bolivianos.
- Apaza, I. (2010) “*Léxico Técnico Moderno del Idioma Aymara*” Editorial Catacora.
- Appel, R. y Muysken, P. (1996) “*Bilingüismo y Contacto de Lenguas*” Editorial Ariel.
- Calvo, P. (1993) “*Pragmática y Gramática del Quechua Cuzqueño*” Monumental Lingüística Andina N° 2 Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas Cuzco - Perú.
- Coseriu, Eugenio (1981) “*Principios de semántica estructural*” Madrid Gredos.
- Denzin y Lincoln (1994) “*Manual de Investigación Cualitativa*” Editorial Gedisa.
- Dubois, Jean (1988) “*Diccionario de Lingüística*” Editorial Alianza.
- Fernandez, F. (1986) “La televisión y el niño” Editorial Oasis
- Fishman, J. (1979) “*La Sociología del Lenguaje*” Editorial Catedra S.A. Madrid.
- Fontanillo, E. (1986) “*Diccionario de Lingüística*” Editorial Anaya.
- Hardman, M.; Vásquez J. y Yapita J.D. (1998) “*AYMARA, Compendio de estructura Fonológica y Gramatical*” Editorial ILCA.
- Krashen, S. (2015) “*Adquisición de un segundo idioma*” Editorial Oxford.
- LeCompte (1993) “*Ethnography and qualitative design in educational research (2da. ed.)*” New York: Academic Press.
- Moreno, F. (1998) “*Principios de Sociolingüística y Sociología del Lenguaje*” Editorial Ariel.
- Peredo, R. (1986) “*Introducción al estudio de la Comunicación*” Editorial Ediciones de Comunicación.
- Revista 6to Aniversario (2019) “*Luz Para Toda La Paz*” Edición DELAPAZ
- Saussure, F. (1916) “*Curso de Lingüística General*” Editorial Lozada, Buenos Aires.
- Steinberg y Bluem (1969) “*Los Medios de Comunicación Social*” Editorial Roble, México.
- Torrico, E. (1993) “*Comunicación*” Editorial Ediciones Ciespal.



## **Cibergrafía**

Real Academia Española (2001) Diccionario de la lengua española (22ªed.).

<http://www.rae.es/rae.html>

<https://aymara.org/webarchives/www2000/arusa/intro.html>

<https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-energia-electrica-y-ejemplos>

[https://elpotosi.net/cultura/20190103\\_aymara-se-torna-en-aymaranol.html](https://elpotosi.net/cultura/20190103_aymara-se-torna-en-aymaranol.html)

<https://mercadonegro.directory/que-es-cuna-radial-caracteristicas>

<https://sites.google.com/site/adquisiciondeunasegundalengua/teorias>

## Anexos

### Anexo nro. 1 Certificado de trabajo

#### “Empresa Distribuidora de Electricidad DELAPAZ”



**CERTIFICADO**

El suscrito Jefe del Departamento Recursos Humanos, a solicitud de la interesada:

**CERTIFICA:**

Que, la Sra. **KAREM EMILY LUNA SALAZAR**, ingresó a la **DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD LA PAZ S.A. DELAPAZ** en fecha 17 de agosto de 2015, actualmente ocupando el puesto de **Administrativo Comercial Atención Clientes**, dependiente de la **Sección Atención Clientes La Paz**, habiendo desempeñado durante este tiempo los siguientes cargos:

<u>PERIODO</u>	<u>CARGO</u>
De 17 de agosto de 2015 a 21 de mayo de 2018	Administrativo Comercial Atención Clientes Sistema Norte
De 22 de mayo de 2018 a 22 de julio de 2020	Encargado de Publicaciones y Eventos
De 23 de julio de 2020 a la fecha	Administrativo Comercial Atención Clientes

Es cuanto se puede certificar, para los fines que convengan a la interesada.

La Paz, 24 de julio de 2023

  
Ing. Juan Carlos Terrazas Antezana  
**JEFE DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS**

  
D.E. Arch.  
Fila Personal

---

DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD LA PAZ S.A. DELAPAZ-INT 1020612020-Av. General 1975-Calle 10511  
Tel: (591-2) 2222280-Fax: (591-2) 2222754-www.delapaz.bo-La Paz - Bolivia

## Anexo nro. 2

### Certificado de trabajo

#### “Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas”



**INFORME**  
DCR - 044/2023

A: A quien corresponda  
De: Lic. Milton Alcóriza Durán  
JEFE DEPARTAMENTO COMUNICACIONES Y RR. PP.  
Ref.: TRABAJO REALIZADO POR KAREM LUNA SALAZAR  
Fecha: 24 de julio de 2023

#### I. OBJETO

El presente informe tiene por objeto presentar las tareas realizadas por la Sra. Karem Emily Luna Salazar en el Departamento Comunicaciones y RR.PP.

#### II. DESARROLLO

El Departamento Comunicaciones y RR.PP. de la empresa Distribuidora de Electricidad La Paz S.A. DELAPAZ informa que, la Sra. Karem Emily Luna Salazar, cumplió funciones en este Departamento desde mayo de 2018 hasta julio de la gestión 2020, realizando tareas administrativas, grabación y traducción de audios del castellano al aymara e información al público, para cuñas radiales, spots, videos y tutoriales, que fueron utilizadas en campañas informativas de diferentes temas como: prevención de accidentes, canales de atención, electrificación rural, temas comerciales y otros.

#### III. CONCLUSIÓN

De acuerdo a lo expuesto, se concluye que la Sra. Karem Emily Luna Salazar, formó parte de este Departamento, entre mayo de 2018 y julio de 2020, mostrando profesionalismo y predisposición.

Es cuanto se informa para los fines consiguientes.

  
Lic. Milton Alcóriza Durán  
JEFE DEPARTAMENTO  
DE COMUNICACIÓN Y RR. PP.

**Anexo nro. 3**

**Proyectos de Impacto 2019 – 2020**

**Choquetanga y Alto Achachicala**

**CHOQUETANGA**



**ALTO ACHACHICALA**



## Anexo nro. 4

### Electrificación para la urbanización “Sajonia 2”



## Anexo nro. 5

### Como consultar Deuda por Internet



### Consulta tu factura

Puede consultar su deuda pendiente a través del siguiente formulario, ingresando su Número de Consumidor (dígitos anteriores al guión) o su Número de Medidor, el que tenga disponible.

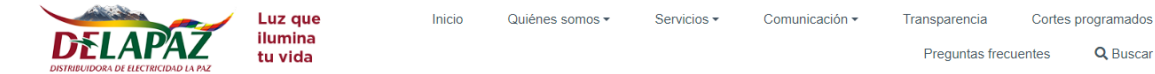
**Número de Consumidor**  
Ej. 987654

**Número de Medidor**  
Ej. 123456

[Consultar Deuda](#) [Limpiar datos](#)

**Detalle Deuda Actual**

**Detalle Pagos Realizados (3 Últimos )**



Puede consultar su deuda pendiente a través del siguiente formulario, ingresando su Número de Consumidor (dígitos anteriores al guión) o su Número de Medidor, el que tenga disponible.

**Número de Consumidor**  
68411

**Número de Medidor**  
1484453

[Consultar Deuda](#) [Limpiar datos](#)

**Detalle Deuda Actual**

**Nombre del consumidor:** SALAS IBAÑEZ,WILFREDO

Periodo	Monto	Vencimiento
<b>TOTAL: 0.00 Bs.</b>		

**Detalle Pagos Realizados (3 Últimos )**

Periodo	Monto	Vencimiento
OCT-2023	92.60 Bs.	2023-11-09
SEP-2023	86.20 Bs.	2023-10-11
AGO-2023	73.60 Bs.	2023-09-09

## Anexo nro. 6

### Afiliación de la Ley 1886 en el sector de Puerto Pérez



**AFILIACION DE LA LEY 1886  
DESCUENTO PARA EL ADULTO MAYOR**

