

# La palabra escrita, la palabra hablada y la palabra traducida en los museos del triángulo del arte de Madrid

## The written word, the spoken word, and the translated word in Madrid's art triangle museums

OLGA ALAS MÍNGUEZ

Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Filología, Departamento de Estudios Románicos, Franceses, Italianos y Traducción. Plaza del Profesor Aranguren, s/n. 28040 Madrid.

Dirección de correo electrónico: [oalas@ucm.es](mailto:oalas@ucm.es)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8572-5040>

Recibido/Received: 14/3/2021. Aceptado/Accepted: 30/3/2022.

Cómo citar/How to cite: Alas Mínguez, Olga, «La palabra escrita, la palabra hablada y la palabra traducida en los museos del triángulo del arte de Madrid», *Hermēneus. Revista de Traducción e Interpretación*, 25 (2023): pp. 5-39.

DOI: <https://doi.org/10.24197/her.25.2023.5-39>

Artículo de acceso abierto distribuido bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional \(CC-BY 4.0\)](#). / Open access article under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](#).

**Resumen:** Los museos dependen del lenguaje para elaborar su discurso museístico. Los textos son necesarios y cubren funciones muy diversas. El lenguaje se puede presentar de forma oral o escrita, pero en ambos casos la traducción resulta fundamental para completar la función comunicativa del museo. La palabra traducida se dirige al público extranjero y la traducción se debe realizar teniendo en cuenta tanto la subordinación del texto origen a las obras expuestas, como su posición en la jerarquía de los otros textos del museo. En los museos del triángulo del arte de Madrid está presente la palabra escrita, la palabra hablada y la palabra traducida; los tres museos siguen una estrategia adecuada en cuanto a la traducción de los textos que producen. Mediante el análisis detallado de las audioguías que se ofertan en estos museos madrileños, elegidas como ejemplo de texto oral, y de los catálogos de exposiciones temporales, elegidos como ejemplo de texto escrito, llegamos a la conclusión de que la oralidad o la escritura puede influir en ciertos aspectos traductológicos, como en la elección de la(s) lengua(s) meta(s) o en la autoría de las traducciones.

**Palabras clave:** Discurso museístico; textos museísticos orales y escritos; exposición; traducción subordinada; museos de arte.

**Abstract:** Museums depend on language to develop their museum discourse. Texts are necessary and cover a wide range of functions. Language can be presented in oral or written form, but in both cases, translation is essential to complete the communicative function of the museum. The translated word is intended for a foreign audience, and the translation must consider the subordination of the source text to the works on display, and its position in the hierarchy of the

museum's other texts. In the museums of Madrid's art triangle, the written word, the spoken word, and the translated word are present; all three museums follow an appropriate strategy in terms of the translation of the texts that they produce. Through a detailed analysis of the audio guides offered in these museums of Madrid, chosen as an example of oral text, and the catalogues of temporary exhibitions, chosen as an example of written text, we conclude that orality or writing can influence certain translatology aspects, such as the choice of target language(s) or the authorship of translations.

**Keywords:** Museum discourse; oral and written museum texts; exhibition; subordinate translation; art museums.

**Sumario:** Introducción; 1. La palabra escrita; 2. La palabra hablada; 3. La palabra traducida; 4. La traducción en los museos del triángulo del arte de Madrid: audioguías y catálogos de exposiciones temporales; Conclusiones; Referencias bibliográficas; Catálogos consultados para la elaboración de la muestra.

**Summary:** Introduction; 1. The written word; 2. The spoken word; 3. The translated word; 4. Translation in the museums of Madrid's art triangle: audio guides and temporary exhibition catalogues; Conclusions; References; Catalogues consulted for the elaboration of the sample.

## INTRODUCCIÓN

Toda institución museística elabora un discurso mediante los objetos o las obras de arte que expone, y mediante los numerosos textos que produce. Los componentes visibles del discurso museístico son esenciales y, en principio, la apreciación de estos no necesitaría del lenguaje ni de la traducción de este. Sin embargo, para que la visita a un museo sea plenamente satisfactoria es muy importante que el visitante tenga una serie de informaciones o explicaciones que le orienten tanto espacialmente como conceptualmente, siendo la situación ideal poder leer, escuchar y entender los textos en el propio idioma. Los museos del llamado triángulo del arte de Madrid son el Museo del Prado, el Museo Reina Sofía y el Museo Thyssen-Bornemisza;<sup>1</sup> cada uno de ellos está organizado con criterios museográficos diferentes, pero en los tres la palabra escrita, la palabra hablada y la palabra traducida forman parte del discurso museístico acompañando a las obras de arte expuestas y demostrando la necesidad del lenguaje para cumplir con una de las funciones esenciales, la de comunicar y difundir el patrimonio que custodian.

<sup>1</sup> Las denominaciones completas y oficiales de los tres museos del triángulo del arte son: Museo Nacional del Prado, Museo Nacional Centro de Arte Contemporáneo Reina Sofía (MNCARS) y Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Sin embargo, por razones prácticas, nos vamos a referir a ellos como Museo del Prado, Museo Reina Sofía y Museo Thyssen-Bornemisza.

## 1. LA PALABRA ESCRITA

Los museos usan textos escritos que generalmente no producen sentido por sí mismos, pero pueden cubrir funciones tan variadas como imprescindibles. La primera de ellas es cumplir con la normativa vigente, que obliga a los museos a tener un registro de la colección estable y de los depósitos de fondos, un inventario o catálogo de las obras de arte conservadas, estadísticas sobre la prestación de servicios, una memoria anual, además del horario y condiciones de visita que deben figurar a la entrada del museo, en un lugar visible. La segunda función fundamental que cumplen los textos escritos es la de señalar las distintas zonas del espacio expositivo y de los servicios que ofrece el museo, como el guardarropa, la cafetería, el auditorio, la tienda, etc. Además de esta orientación espacial, los textos cumplen otra función imprescindible, que es la de orientar conceptualmente al visitante, identificando las obras expuestas, dando explicaciones sobre estas o sobre los autores que las han realizado, de manera que ofrecen al público una ampliación del conocimiento, una ayuda a la interpretación y aclaran el mensaje que los conservadores quieren transmitir.

Debemos hacer una distinción entre los textos museísticos publicados, tanto en soporte tradicional como digitalmente, y los textos que se encuentran en el espacio expositivo. El visitante va descubriendo y leyendo estos últimos de manera simultánea a la contemplación de las obras de arte; su lectura se hace en condiciones de poca luminosidad, para la protección de las obras, en posición erguida y en movimiento. La autora Marie-Sylvie Poli sostiene que el texto es indisociable de los otros elementos museográficos, y nos recuerda que, aunque la primera función de estos sea la de proporcionar información, no es la única; también sirven para comunicar valores y puntos de referencia culturales (Poli, 2010, p. 12).

En las salas de exposición, suelen aparecer paneles informativos sobre el periodo o movimiento artístico al que pertenecen las obras de arte, es decir que conciernen a un grupo de objetos, y además unas cartelas que sirven para identificar cada objeto individualmente. En ambos casos, son informaciones formuladas lingüísticamente. El problema es que para la percepción de la obra se activan procesos cognitivos diferentes a los que se requieren para la lectura de estos textos, como afirma Antinucci: «messaggi verbali vengono elaborati in modalità analitico-ricostruttiva,

messaggi visivi, invece, in modalità senso-motoria»<sup>2</sup> (Antinucci, 2004, p. 141). En efecto, se pueden producir interferencias cuando contemplamos una obra de arte y también leemos el cartel adyacente; los dos estímulos, la obra de arte por un lado y el cartel por otro lado, nos hacen activar diferentes modalidades perceptivas, provocando un verdadero conflicto, aumentado por la circunstancia de que materialmente hay que interrumpir la observación para leer. El visitante se enfrenta a la dialéctica de estos dos tipos de percepción. ¿Qué hacer antes? Somos partidarios de empezar por la contemplación pura, para disfrutar (y aprovechar) la especificidad del espacio museístico, que nos pone en contacto directo con la obra; después vendría la lectura de las informaciones adyacentes. Lo cierto es que tenemos la libertad de hacerlo en el orden que queramos, o incluso, de obviar una de ellas.

Además de los textos que sirven de apoyo, que son indiscutiblemente textos, algunos autores consideran que el museo es como un texto que puede ser leído, siendo los objetos expuestos las unidades mínimas equivalentes a las palabras, que se integran en una exposición para formar parte de un conjunto superior, funcionando como un lenguaje:

In the sense that the curator selects an object, like a word in a dictionary, and this then, by being integrated into the exhibition, changes status, becomes part of a whole and is given meaning. Through spatial and conceptual relations, objects that are put together can reflect knowledge, in the sense of expressing established theories, or can seek to create knowledge by suggesting new ways of seeing the objects<sup>3</sup> (Tzortzi, 2015, p. 273).

Louise J. Ravelli hace también una distinción entre los textos en el museo y la «lectura» de una exposición como si fuera un texto, y la pertinencia que tiene la organización de los elementos, tanto en la propia exposición, como en la estructura de un texto: «Any text, whether it be a sentence, a wall panel, or a whole exhibition, needs to be effectively

---

<sup>2</sup> Los mensajes verbales se procesan en modo analítico-reconstrutivo, los mensajes visuales, en cambio, en modo sensomotor (la traducción es nuestra).

<sup>3</sup> En el sentido de que el comisario selecciona un objeto, como una palabra en un diccionario, y este, al integrarse en la exposición, cambia de estatus, se convierte en parte de un todo y se le da un significado. A través de las relaciones espaciales y conceptuales, los objetos que se colocan juntos pueden reflejar conocimiento, en el sentido de expresar teorías establecidas, o pueden tratar de crear conocimiento sugiriendo nuevas formas de ver los objetos (la traducción es nuestra).

organized, so that its individual components are able to function together, working as one unit»<sup>4</sup> (Ravelli, 2006, p. 17).

Las exposiciones se contemplan desplazándose en el espacio, el descubrimiento de los objetos, de las ideas o conceptos que se quieren transmitir a través de ellos, se completa con el movimiento del visitante, lo que contribuye al carácter participativo de estas, por la propia coincidencia en el espacio de varios receptores del discurso. En efecto, el autor Daniele Jalla afirma:

Perché una mostra o un museo si visitano, ammirano, capiscono, apprezzano “cammin facendo” all’interno di uno spazio artificiale che presuppone la partecipazione attiva dell’osservatore in primo luogo in termini di movimento fisico. La logica del percorso e il senso del museo si svelano, come in ogni altro tipo di testo, andando avanti: ma a differenza che nella lettura di un libro, nell’ascolto di un brano musicale, nella vista di uno spettacolo teatrale o di un film, in questo caso l’esperienza è attiva anche nel senso che implica un movimento materiale nello spazio. E mobilita l’insieme della persona, intellettualmente e sensorialmente, spiritualmente e fisicamente<sup>5</sup> (Jalla, 2009, p. 12).

En relación con el movimiento y desplazamiento del visitante en el espacio, a mediados de agosto de 2018, la prensa —varios medios nacionales e internacionales— habló de un curioso accidente en una exposición: un hombre se cayó en una escultura obra del artista contemporáneo Anish Kapoor, instalada en un museo de Oporto, la Fundación Serralves; en efecto, la escultura consistía en un agujero de 2,5 metros de profundidad, titulada *Bajando al limbo*. El accidentado era un hombre de unos sesenta años, un turista italiano. La anécdota nos ha parecido interesante por el hecho en sí, porque en un contexto museístico

---

<sup>4</sup> «Cualquier texto, ya sea una frase, un panel de pared o una exposición completa, debe ser organizado de manera efectiva, para que sus componentes individuales puedan funcionar juntos, trabajando como una unidad» (la traducción es nuestra).

<sup>5</sup> Porque una exposición o un museo se visitan, admiran, comprenden, aprecian «andando un camino» dentro de un espacio artificial que presupone la participación activa del observador primero en términos de movimiento físico. La lógica del recorrido y el sentido del museo se revelan, como en cualquier otro tipo de texto, avanzando: pero a diferencia de la lectura de un libro, la escucha de una pieza musical, la vista de una obra de teatro o una película, en este caso la experiencia también es activa en el sentido de que implica un movimiento material en el espacio. Y moviliza a toda la persona, intelectual y sensorialmente, espiritual y físicamente (la traducción es nuestra).

tal tipo de accidente es bastante inesperado y, en principio, cuando uno visita un museo, se siente a salvo de esas caídas al vacío. Pero, además, nos llamó poderosamente la atención la manera en que uno de los periodistas, que se hizo eco de la noticia, daba importancia a las palabras o texto que suele acompañar a la presentación de una obra de arte en un museo, puesto que afirmaba que al turista italiano el «título no le hizo predecir lo que pasaría a continuación»<sup>6</sup>. ¿Tenía el visitante que adivinar que se caería en un agujero porque la obra se titulaba *Bajando al limbo*? El artista Anish Kapoor probablemente quiso hacer referencia a una famosa obra del renacimiento italiano, *Cristo bajando al limbo* de Andrea Mantegna, pintada hacia el año 1470, en la que vemos a Jesucristo de espaldas a punto de adentrarse en un enorme agujero negro; pero aun suponiendo que los visitantes de la exposición conozcan esta obra, no es fácil suponer que el agujero es real y no pintado. Por otro lado, no siempre se leen los títulos de las obras de arte, sobre todo cuando se trata de esculturas e instalaciones, donde es bastante más difícil colocarlo cerca y que se entienda a qué obra se refiere.

Para la redacción de los textos museísticos es fundamental respetar una serie de reglas básicas y generales, como la concisión y la claridad, y otras más concretas relacionadas con aspectos formales, sin olvidar, como afirma Jalla, que la escritura museística, como cualquier otra escritura, no solo depende de reglas y técnicas, sino del conocimiento en la materia y de la creatividad del que los redacta (Jalla, 2009, p. 17). García Blanco nos recuerda que el texto escrito es la forma más tradicional y preferida, «posiblemente porque su lectura se acomoda al ritmo de la capacidad lectora y comprensiva del visitante que puede controlar la velocidad del flujo de información» (García Blanco, 2009, p. 126).

Dejando aparte la cuestión de la creatividad, para la redacción y colocación de textos museísticos en el espacio expositivo hay que tener en cuenta una serie de factores que condicionan su legibilidad: la iluminación, el tamaño y tipo de caracteres, el uso de mayúsculas o minúsculas, el soporte, el contraste, la interferencia con el fondo, la composición tipográfica y la estructura del texto. En cuanto al tamaño de los caracteres es difícil precisar cuál es el adecuado en términos generales, puesto que está relacionado con una serie de factores como la posición, la distancia del suelo o si resulta posible acercarse en mayor o menor medida al texto. La

---

<sup>6</sup> Véase; <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20180818/caida-escultura-agujero-museo-oporto-6994268>

tipografía también es importante: la elección de una fuente determinada debe facilitar la lectura y a la vez ocupar poco espacio, además de convertirse en un elemento familiar y reconocible para el visitante del museo, por lo que se debería uniformizar en todas las salas; en este aspecto el museo se puede parecer a los periódicos más famosos, que con el objetivo de fidelizar a los lectores y ganar su confianza, encargan periódicamente la creación de nuevos caracteres tipográficos. El uso de mayúsculas en todo el texto obstaculiza su lectura, es preferible el uso de mayúsculas/minúsculas. Para los soportes, en los textos de sala, habría que evitar los que brillan mucho, o los que reflejan la luz, así como los que producen efectos de transparencia, porque dificultan la legibilidad.

La autora Silvia Bruni define lo que es el contraste y la interferencia del texto con el fondo: el primero se determina por la diferencia de luminosidad entre los caracteres y el fondo y la segunda sucede cuando se sobrepone un texto a una imagen y esta obstaculiza la lectura (Bruni, 2009, p. 79).

La mayor o menor cantidad de texto en la exposición de obras de arte es una cuestión controvertida. En un mismo museo pueden convivir un montaje museográfico que enfrente al visitante con la obra en directo, y un montaje explicativo con informaciones complementarias que ayuden a la comprensión e interpretación, dependiendo de las salas y de las obras, o dependiendo de las exposiciones temporales, máxime cuando a menudo son comisariadas por especialistas independientes que no tienen por qué compartir el mismo criterio que los conservadores del museo donde se celebra la exposición. La mayor presencia de palabra escrita es más directiva en la interpretación que el visitante del museo pueda hacer de las obras de arte expuestas; en efecto la presencia de textos explicativos orienta y condiciona la percepción, al destacar ciertos aspectos e ignorar otros, mientras que la contemplación de la obra sin comentarios ni informaciones deja más libertad al espectador. Ejemplos recientes de esta oposición los hemos tenido en exposiciones temporales celebradas en el mismo museo: en el Thyssen-Bornemisza, la exposición titulada *Monet-Boudin* presentaba numerosos paneles informativos y, al final del recorrido expositivo, un mapa con la localización de los distintos lugares pintados por los dos artistas representados en la exposición. En una visita guiada realizada por el propio comisario Juan Ángel López-Manzanares, a la que tuvimos el privilegio de asistir, este manifestó sus dudas en cuanto a la situación en la que ubicar este mapa: si lo colocaba al inicio, podía distraer demasiado y retrasar la contemplación de la obra; en la conclusión del

recorrido resultaba interesante localizar a posteriori los paisajes que habíamos contemplado, por lo que definitivamente optó por situarlo en la pared que daba ya paso a la tienda, al final del recorrido. Por el contrario, en la exposición *Beckmann – Figuras en el exilio*, que fue comisariada por el tristemente desaparecido Tomás Llorens, aparecía muy poco texto a lo largo de la exposición, salvo una brevísima biografía del artista alemán, que parece ser la información mínima imprescindible a la que nos hemos acostumbrado los visitantes de exposiciones temporales. Llorens siempre manifestó su preferencia por las exposiciones con poco texto para dar protagonismo a las obras de arte, interviniendo menos en la interpretación que de estas pueda hacer el visitante. Pese a la falta de textos explicativos en las salas, esta exposición ofrecía algo inhabitual en el Museo Thyssen-Bornemisza, y muy poco frecuente en otros museos, que es los títulos de las obras en trilingüe: en español, puesto que es idioma del museo situado en Madrid; en inglés, que es la lengua franca y el idioma de la globalización; y en alemán, que es el idioma del artista que creó las obras de arte expuestas. Nos pareció muy interesante este detalle de considerar la nacionalidad y la lengua materna del artista creador de las obras expuestas.

La palabra escrita en los museos debe ser legible, pero no debemos olvidarnos de su visibilidad; son textos especiales porque, además del contenido, se debe hacer un estudio cuidadoso de su forma, a nivel textual y visual. La autora Beverly Serrell hace una interesante observación en su libro *Exhibit Labels. An Interpretive Approach*:

Dense introductory text with many thoughts all crammed into one paragraph is not inviting or easy to read. For all these reasons, keep orientation information short and the print large so that visitors can glance-and-get-it without stopping<sup>7</sup> (2015, p. 33).

Para Daniele Jalla los textos que se producen en un museo tienen un rol integrativo, complementario y sustituible por la palabra hablada, tanto de una guía persona, como de una audioguía, o por el texto impreso en un catálogo, guía o folleto, cuando no es posible introducir el texto en la sala, por las razones que sean (Jalla, 2009, p. 16).

---

<sup>7</sup> El texto introductorio denso, con muchas ideas metidas en un solo párrafo, no es atractivo ni fácil de leer. Por todas estas razones, conviene acortar la información de orientación y escribirla con letra grande para que los visitantes puedan echar una ojeada y captarla sin detenerse (la traducción es nuestra).



## 2. LA PALABRA HABLADA

La palabra hablada en el museo se puede dar de manera directa y de viva voz por unos profesionales que tienen que ver mucho con la traducción y la interpretación sin ser ni traductores ni intérpretes: los guías de museo. Son comunicadores importantes del discurso museístico, de las colecciones expuestas, así como de los valores que la institución quiere transmitir. En los tres museos estudiados no se ofrece el servicio de guías, estos son contratados directamente o a través de agencias o asociaciones de guías, como por ejemplo APIT (Asociación Profesional de Informadores Turísticos), donde se pueden contratar guías en más de quince idiomas diferentes. En el Museo del Prado persisten los llamados «guías de puerta», que ofrecen sus servicios a los visitantes que entran en el museo, pero de manera independiente. Ya no quedan muchos, pues algunos de ellos se han hecho mayores y se han jubilado, y los idiomas propuestos son reducidos. Otra manera de escuchar explicaciones orales en un museo es con las audioguías, con un discurso grabado, que tiene el inconveniente de no poderse adaptar al visitante que lo utiliza.

En cualquier caso, la palabra hablada parece disminuir las interferencias que podrían surgir, según ciertos autores como Antinucci, provocadas por las distintas modalidades de percepción que se activan cuando se ve un cuadro y se lee un texto que lo acompaña; además la palabra escrita interfiere también por motivos periféricos porque obliga a retirar la mirada de la imagen para fijarla en otro objetivo, mientras que si el contenido lingüístico se ofrece de forma oral se puede recibir la información por vía acústica mientras la vista se mantiene en la contemplación de la imagen (Antinucci, 2004, p. 144).

Del mismo modo, cabe considerar que las formulaciones orales suelen ser más simples que las escritas; al no tener posibilidad de relectura, y por lo tanto todo lo que no se entiende enseguida se pierde, se suele poner menos el acento en el sistema analítico, lo que equivale a una menor interferencia. Naturalmente, tiene que tratarse de un texto verdaderamente oral, producido con cierta espontaneidad e improvisación, porque si lo que estamos haciendo es producir un texto escrito «leído», la dificultad en vez de disminuir aumenta. De este modo queda justificado el recurso a un guía «de carne y hueso»:

E questa è probabilmente la ragione per cui la modalità migliore di utilizzo del linguaggio in questo compito resta la guida in carne e ossa che parla spontaneamente agli osservatori; può inoltre essere sufficientemente flessibile a seconda del livello dell'interlocutore e interagire con esso per ulteriori adattamenti<sup>8</sup> (Antinucci, 2004, p. 145).

Las audioguías siguen teniendo un uso considerable en los museos, pese a que estos ofrecen cada vez más opciones multimedia, y que no se trata, ni mucho menos, de tecnología puntera; una de las razones es porque permite escuchar el mensaje grabado mientras se contempla la obra de arte sin necesidad de interrumpir la percepción visual de esta para la lectura de un cartel o de un panel explicativo. Aunque las últimas palabras de la cita de Antinucci, las que aluden a la flexibilidad que un guía puede tener para adaptarse al público receptor no puede darse en las audioguías; es decir, como usuarios de estas, siendo mensajes grabados, lo que podemos hacer es interrumpir la escucha, escucharlo varias veces, o también ampliar la información con datos históricos o de contexto que a menudo se proporcionan.

Además de la imposibilidad de personalizar el mensaje, las audioguías provocan una situación de aislamiento en el visitante, que no puede interactuar ni con el emisor del mensaje, puesto que es una grabación, ni con otros miembros del grupo, cuando la visita se hace acompañado de otras personas.

Con la intención de ofrecer una cierta flexibilidad, o la posibilidad de adaptar y personalizar el discurso grabado, algunas audioguías proponen la información principal, que concierne directamente las obras expuestas, y una información adicional, que permite profundizar en el tema o el contexto. Ejemplos de audioguías que ofrecían esta alternativa se dieron en la exposición temporal celebrada en el Museo Thyssen-Bornemisza titulada *Jardines impresionistas*: en la primera sala se comentaban dos de los cuadros expuestos de Eugène Delacroix, y como ampliación se podía escuchar la biografía del pintor; en otras salas se proponía una explicación de lo que se entiende por jardín inglés, lo que es la estampa japonesa o las biografías de otros artistas cuyas obras se exponían, como la de Corot, Berthe Morisot, Camille Pissarro, Gauguin o Cezanne. Otro ejemplo fue la

---

<sup>8</sup> Y esta es probablemente la razón por la que la mejor manera de utilizar el lenguaje en esta tarea sigue siendo el guía de carne y hueso que habla espontáneamente a los observadores; también puede ser suficientemente flexible dependiendo del nivel del interlocutor e interactuar con él para posteriores adaptaciones (la traducción es nuestra).

exposición *Monet/Boudin*, donde se expusieron un centenar de obras entre óleos, pasteles y dibujos sobre los vínculos artísticos y personales entre el gran pintor impresionista y su primer maestro; del mismo modo, además de la explicación de las distintas obras, se anunciaba en la guía la posibilidad de escuchar información complementaria para profundizar gracias a las llamadas pistas opcionales, tituladas: *El primer encuentro de Monet y Boudin*, *Los asuntos de Estado en las vidas de Monet y Boudin*, *Boudin, el rey de los cielos*, *El largo invierno entre Monet y Boudin*. La manera de dar la opción de escuchar la información suplementaria suele hacerse mediante la invitación a pulsar una tecla específica: «[VOZ NARRADORA] A continuación le invitamos a descubrir cómo Monet y Boudin se conocieron. Pulse el botón verde para saber más».<sup>9</sup> En la exposición *Zurbarán: una nueva mirada*, se pudieron contemplar sesentaitrés lienzos que trataban de la relación del pintor con las órdenes monásticas, las colonias americanas y los clientes particulares. El visitante se podía parar ante diecisiete pinturas, indicadas con un auricular y un número, para escuchar la explicación de estas; por otro lado, se ofrecía información sobre el Concilio de Trento, el papel del Salón de Reinos en la España de Felipe IV o la internacionalización de Zurbarán.

Para salvar el inconveniente de la información estandarizada y aburrida, muchas empresas de audioguías graban discursos explicativos que se parecen a lecturas dramatizadas, incluyendo varias voces, diálogos, poemas, pensamientos o citas de artistas, ruidos meteorológicos de lluvia, viento, olas del mar, música, etc., y cuando la grabación es en idiomas distintos del autóctono, contratan a locutores nativos con acento impecable. Los siguientes ejemplos de efectos sonoros o dramatización se han tomado de exposiciones celebradas en el Museo Thyssen-Bornemisza: 1) el sonido del obturador de un aparato fotográfico, que se podía escuchar en la audioguía de la exposición *Hiperrealismo* (conocido en el mundo anglosajón como *fotorrealismo*); 2) el ruido de ambiente urbano tranquilo, con turistas charlando, un murmullo de agua y el eco lejano de la voz de un gondolero, cantando «Bella notte» que se oía en la misma exposición ante el cuadro *Canal Grande* de la artista inglesa Raphaella Spence; 3) el efecto de una campanilla de tienda, cuando la voz narradora de la audioguía introduce la siguiente información: «Monet acababa de entrar en la papelería y tienda de enmarcado Gravier, donde exponía sus

---

<sup>9</sup> Thyssen-Bornemisza. Guion de audioguía de la Exposición temporal Monet-Boudin, 26 de junio – 30 de septiembre 2018.

caricaturas. Era el mismo escaparate donde Boudin enseñaba sus lienzos de marinas»<sup>10</sup>, en la exposición *Monet/Boudin*; 4) el efecto sonoro de trueno, sonido de tormenta, de lluvia sobre el mar, que se podía oír ante los cuadros de John Constable en *Impresionismo al aire libre*; y 5) el efecto de lectura dramatizada con las voces alternas en la exposición *Wyeth. Andrew y Jamie en el estudio* en cuyo guion de audioguía se precisaba que la voz de Andrew Wyeth, el padre, debía ser la de un hombre mayor, mientras que la de Jamie Wyeth, el hijo, debía ser la de un hombre más joven.

No cabe duda de que este tipo de discurso resulta más ameno, pero la dificultad mayor es la imposibilidad de satisfacer a todos los visitantes que puedan ser usuarios de las audioguías, porque el guion no puede aportar demasiada información ni ser complicado, pero tampoco ser demasiado sencillo o banal.

Insistimos en que las dos grandes ventajas de las audioguías son la disminución de interferencias, es decir la compatibilidad del lenguaje oído con la visión de la obra de arte, y la posibilidad de ofrecer múltiples idiomas sin alterar el espacio expositivo, a diferencia de los textos escritos, que ocupan espacio y deben permanecer cerca de la obra a la que se refieren.

### 3. LA PALABRA TRADUCIDA

Algunos autores clásicos como Germain Bazin han subrayado la paradoja que hace que visitemos los museos de los países vecinos antes que los de nuestro propio país asociándolos a espacios vacacionales y haciendo que el perfil del público visitante de un museo cambie hacia un incremento evidente de visitantes extranjeros:

(...) las muchedumbres se precipitan en ellos como para sentir mejor la alegría de estar de vacaciones, de tal suerte que se llega a la paradoja de que los museos de un país son ahora más visitados por los extranjeros que por sus habitantes, los cuales a su vez cultivan sus aficiones artísticas en los países vecinos en el momento de su permiso anual (Bazin, 1969, p. 8).

---

<sup>10</sup> *Idem* nota 9.

Lo cierto es que, en los tres museos estudiados, el público extranjero es muy numeroso y supera ampliamente el público local,<sup>11</sup> lo que justifica la necesidad de traducir textos para favorecer su accesibilidad. Aparte de una primera función de conservación, los museos tienen el objetivo de comunicar. Martin R. Schärer (*cf.* Vv. AA., 2010, p. 53) define el museo como «un lugar donde las cosas y los valores relacionados con ellas son salvaguardados y estudiados, así como comunicados en tanto que signos a fin de interpretar hechos ausentes». Del mismo modo, para Francisca Hernández (2011), el museo es un medio de comunicación, como lo es la radio, la televisión y los medios interactivos; ella habla de «semiótica del museo» o del «museo como lenguaje». Tiene, por tanto, como todo sistema de comunicación, sus propias formas discursivas, en las que se puede distinguir un centro emisor, que es el propio museo, un canal de comunicación, que son el espacio y los objetos expuestos y un centro receptor, que es el visitante (Hernández, 2011, p. 25). Aunque esta afirmación es matizada por otros autores, como Davallon, que no consideran el museo como un medio de comunicación en el sentido habitual del término, puesto que no es realmente «una tecnología de difusión de la información» (Davallon, 1992, p. 100). La autora Soler Gallego redonda en la idea de museo como espacio de comunicación cuando afirma que

(...) frente a la idea de un museo como *templo de las artes*, se ha comenzado a desarrollar la idea de un museo con verdadera vocación comunicativa, crítica y participativa. Cuando un museo comunica a la sociedad los significados que encierran sus colecciones, no solo a través de las exposiciones sino también de medios complementarios (cursos, conferencias, actividades didácticas, catálogos, guías, etc.), debe de tener en cuenta a quién se dirige y como lo hace, así como los intereses y expectativas de esos receptores (Soler, 2012, p. 17).

---

<sup>11</sup> En la *Memoria anual de actividades* de 2017 del Museo del Prado se dice que el 64,64 % de los visitantes son extranjeros (Museo Nacional del Prado, 2018, p. 306). Casi el mismo porcentaje anuncia el Museo Thyssen-Bornemisza, 64 %, para el año 2017, en la publicación en línea realizada por la Fundación Colección Thyssen-Bornemisza, FSP (Fundación del Sector Público). (2018, p. 1) *Visitantes. Conociendo a nuestros visitantes*, en la que se precisa que entre estos la representación más numerosa es la de los visitantes estadounidenses. El Museo Reina Sofía menciona un porcentaje inferior, 55,5 % (Pérez Santos, 2013, p. 39); aun siendo datos de fecha anterior a los otros dos museos, ya se superaba el 50 %.

Por otro lado, la entrega, el 30 de abril de 2019, del Premio Princesa de Asturias de Comunicación y Humanidades al Museo del Prado confirmó el valor de la función comunicativa que actualmente se concede a los museos en general. La traducción en los museos es una actividad que potencia y completa la función comunicativa de estos; está relacionada por tanto con la tarea de transmisión y difusión del patrimonio a una parte concreta del público destinatario, los hablantes de un idioma diferente al que se habla en el lugar donde se localiza el museo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el contexto museístico hace que la traducción que se practica en este sea de cierto modo «subordinada», puesto que depende de las obras de arte u objetos materiales a las que los textos se refieren. Como nos lo recuerda Roales Ruiz (2017), la traducción subordinada es aquella que implica otros códigos, visual o auditivo, por ejemplo, además del lingüístico. Aunque este autor trata la cuestión de la traducción subordinada en el contexto de la traducción audiovisual, que es su ámbito de especialización, creemos que su definición resulta perfectamente aplicable también en este caso. El hecho de que el traductor deba tener en cuenta ciertos condicionantes externos al propio texto es lo que nos puede llevar a incluir la traducción de textos museísticos dentro de la traducción subordinada. Por supuesto, es una subordinación relativa, y con una dependencia menor de la que tiene la traducción audiovisual. Nos demuestra esta dependencia la frustración que podemos llegar a sentir cuando leemos el catálogo de una exposición, que es el texto más extenso y completo que se elabora, o incluso un folleto o una guía breve, sin ver de manera directa las obras de arte: cuando se habla del colorido, de los empastes, de la composición, es difícil percibir todos estos aspectos sin ver de cerca la obra, aun cuando estas publicaciones incluyan ilustraciones y estas sean de muy buena calidad.

Se trata por lo tanto de una traducción con restricciones o limitaciones, la primera de ellas relacionada con el espacio y la manera de situar el texto en relación con las imágenes o los objetos expuestos; y la segunda, dependiente de la naturaleza genérica del texto, definida por su posición en la jerarquía de los textos del museo. Para Neather, las modificaciones que se pueden dar entre el texto meta y el texto origen están en proporción directa con la relación entre los elementos verbales y visuales:

The implications for interlingual translation are complex: an individual target text must be considered not simply in terms of its relation to its source

text, but also in terms of its relation to other target texts within the museum text-hierarchy, as well as to visual elements<sup>12</sup> (Neather, 2008, p. 219).

Los elementos visuales restringen o limitan la traducción de textos verbales y pueden determinar la forma de esta traducción. El museo representa, en efecto, un contexto semiótico de cierta complejidad en el que se da una interacción entre distintos sistemas de significación (sistemas verbales, visuales, espaciales) con el objetivo de producir un sentido holístico, designado como «combinatorio y relacional» por Hooper-Greenhill (Neather, 2008, p. 219). Valdeón insiste igualmente en la multimodalidad de los textos en el contexto museístico, donde los objetos expuestos constituyen una estructura visual comparable a la estructura lingüística, y destaca la interrelación entre lo visual y el lenguaje, y la posibilidad de traducir o no este lenguaje, que sin duda es el que permite la interpretación lingüística de lo que se expone: «In the case of museum displays, the interface between visual and language on the one hand, and translation and non-translation on the other hand can definitely provide a linguistic interpretation of the exhibits presented in them»<sup>13</sup> (Valdeón, 2015, p. 365).

Neather se ha interesado por la cuestión de la jerarquía de los textos museísticos dentro del mismo museo, y por las relaciones entre ellos, distinguiendo los textos que suponen una versión simplificada de un texto más extenso o, por el contrario, aquellos que son una suplementación o expansión de la información proporcionada por otro. Al igual que Jakobson, en este caso, habla de traducciones intralingüísticas:

However, what at least seems clear is that such differing texts function, to a greater or lesser extent, as intralingual translations of one another, serving to present similar information about given objects or themes from a variety of different interpretive perspectives<sup>14</sup> (Neather, 2008, p. 221).

---

<sup>12</sup> Las implicaciones para la traducción interlingüística son complejas: un texto meta particular debe considerarse no solo en términos de su relación con el texto origen, sino también en términos de su relación con otros textos meta dentro de la jerarquía de textos del museo, así como con los elementos visuales (la traducción es nuestra).

<sup>13</sup> En el caso de las exposiciones de los museos, la interfaz entre lo visual y el lenguaje, por un lado, y la traducción y la no traducción, por otro, puede proporcionar una interpretación lingüística de los objetos expuestos en ellos (la traducción es nuestra).

<sup>14</sup> Sin embargo, lo que al menos parece claro es que estos textos tan diferentes funcionan, en mayor o menor medida, como traducciones intralingüísticas unos de otros, lo que sirve

A este mismo autor también le ha interesado la cuestión de las interacciones que se pueden producir en un museo, tanto en el plano intrasemiótico (por ejemplo, entre objetos, entre objetos y fotografías o entre textos), como en el plano intersemiótico, es decir, entre los distintos elementos verbales o visuales. En la traducción interlingüística debemos tener en cuenta estas múltiples polaridades para llegar a producir un texto meta eficaz: «A failure to negotiate such multiple polarities may lead to varying degrees of interpretive break-down on the part of the end-user (the foreign museum visitor), for whom particular understandings of interpretations available to Source Culture visitors may become restricted or indeed wholly inaccessible»<sup>15</sup> (Neather, 2008, p. 219).

Steiner defendió muchos años antes, en su famosa obra *After Babel* publicada en 1975, una idea parecida a la de Neather (2008), es decir que la traducción se da en cuanto hay comunicación y la traducción entre diferentes lenguas es solo una aplicación particular. Concretamente, en el prefacio a la segunda edición, afirmaba:

Translation is formally and pragmatically implicit in every act of communication, in the emission and reception of each and *every* mode of meaning, be it in widest semiotic sense or in more specifically verbal exchanges. To understand is to decipher. To hear significance is to translate<sup>16</sup> (Steiner, 1998, p. xii).

Teniendo en cuenta que los museos son espacios de cultura y comunicación, la calidad de la traducción debe de ser óptima, y puede tener un efecto negativo las traducciones con errores. Los profesores Leiva Rojo y López Ibáñez, de la Universidad de Málaga, hablan de la importancia de la traducción no solo para que la visita sea más satisfactoria sino como un

---

para presentar información similar sobre determinados objetos o temas desde una variedad de perspectivas interpretativas diferentes (la traducción es nuestra).

<sup>15</sup> El hecho de no negociar estas polaridades múltiples puede llevar a distintos grados de colapso interpretativo al usuario final (el visitante extranjero del museo), cuyo acceso a la comprensión específica de las interpretaciones disponibles para los visitantes de la cultura origen puede llegar a ser restringido o incluso totalmente imposible (la traducción es nuestra).

<sup>16</sup> La traducción está implícita formal y pragmáticamente en cada acto de comunicación, en la emisión y recepción de *todos* y cada uno de los modos de significado, ya sea en el sentido semiótico más amplio o en intercambios verbales más específicos. Entender es descifrar. Escuchar el significado es traducir (la traducción es nuestra).



elemento fundamental de mercadotecnia para atraer nuevos públicos a la institución:

Es aquí donde la traducción en los museos se convierte en una parte fundamental para captar nuevo público y para que los visitantes aprovechen al máximo su visita. Se debe dar también mucha importancia, además, a la corrección de las traducciones que se ofrezcan, en tanto que los museos son promotores de la cultura y lugares de aprendizaje (Leiva y López, 2018, p 3).

Valdeón (2015) se ha interesado por la cuestión de la traducción o no traducción de los textos museísticos en los museos coloniales de la India del siglo XIX, donde solo se ofrecía información en inglés, y habla de la evolución que se produjo a principios del siglo XX, en parte debido a nuevas reglamentaciones, hacia la reordenación con fines educativos de los objetos expuestos y hacia la cada vez más frecuente traducción a lenguas indígenas. Proporciona un interesante ejemplo de utilización de la traducción como mediación cultural en el Museo Bulaq de El Cairo, donde la guía escrita por el egiptólogo francés Auguste Mariette fue traducida al árabe por Abdallah Abu al Suud, que adaptó el texto a las necesidades culturales de los lectores destinatarios, empezando con una invocación al profeta y una declaración del propósito de servir como guía del pasado de los visitantes nacionales (Valdeón, 2015, p. 364). Un ejemplo parecido menciona Neather (2008, p. 221) en las traducciones del Flagstaff House Museum of Tea Ware de Hong Kong, donde la traducción al inglés de los textos chinos se amplía con precisiones sobre la dinastía a la que pertenecen los objetos, información que quizá resulte innecesaria para los visitantes locales.

#### **4. LA TRADUCCIÓN EN LOS MUSEOS DEL TRIÁNGULO DEL ARTE DE MADRID: AUDIOGUÍAS Y CATÁLOGOS**

Hemos analizado la producción textual multilingüe, y la traducción o no traducción que de esta se ha hecho, en los museos del llamado triángulo del arte de Madrid. El periodo que abarca nuestro estudio es de cuatro años (desde 2016 a 2019), porque es un periodo reciente y suficientemente amplio para reflejar las estrategias de traducción de años anteriores y la tendencia para los siguientes años. Nos vamos a centrar en un tipo de texto

oral, las audioguías, y en un tipo de texto escrito, los catálogos de exposiciones temporales.

Comenzamos con el Museo del Prado, donde constatamos que, en el periodo estudiado, especialmente a partir del año 2017, se han llevado a cabo una serie de mejoras en el servicio de audioguías, gestionado por la empresa Flexiguía S. L. Entre ellas destaca la ampliación del contenido de la audioguía de la colección a 272 obras, en los trece idiomas disponibles (español, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, ruso, japonés, coreano, chino y en las lenguas cooficiales del España: catalán, euskera y gallego), así como la oferta de las audioguías de las principales exposiciones temporales en cinco idiomas (español, inglés, francés, italiano y coreano), aunque hay alguna excepción como la exposición sobre el bicentenario del museo, inaugurada en noviembre de 2018, donde se añadió el idioma alemán. Por lo tanto, el número de idiomas propuesto en las audioguías de exposiciones temporales es bastante inferior a los idiomas propuestos en aquellas que tratan de la colección permanente. Los cinco idiomas elegidos por el Museo del Prado se corresponden con los idiomas de los cinco grupos de visitantes más numerosos para las exposiciones temporales del museo. Echamos de menos idiomas que tengan que ver con el contenido de la exposición o la nacionalidad del artista; por ejemplo, en la excelente exposición sobre la Hispanic Society no propusieron audioguías en portugués, cuando el fundador, Archer Huntington, estaba interesado en el arte producido en toda la península ibérica, y en su colección había espléndidas piezas de arte luso, lo que atrajo a muchos visitantes del vecino Portugal. Como detalle anecdótico, pero sin duda apreciable por los italófonos, en la audioguía en idioma italiano es el propio director del museo, Miguel Falomir, el que desea la bienvenida al visitante oyente, puesto que él vivió en Italia y lo habla perfectamente.

Las audioguías en el Museo Reina Sofía estaban gestionadas por la empresa Stendhal Museum Solutions, que las ofertaba en seis idiomas, tanto para la colección permanente como para las exposiciones temporales. Hubo un cambio a mediados del año 2019, en el que la empresa Flexiguías, adjudicataria de este servicio en el último concurso público, sustituyó a la anterior. Fue entonces cuando para la audioguía de la colección permanente, titulada *Colección 1, La irrupción del siglo XX: utopías y conflictos (1900-1945)* se propusieron tres idiomas más, de manera que está disponible en nueve idiomas: español, inglés, francés, italiano, alemán, ruso, japonés chino y coreano. Flexiguías propone a los visitantes

no solo audioguías, sino también radioguías, que son receptores de un transmisor en el que habla un guía o un profesor. En este caso no hablamos de idiomas diferentes ni de traducción, puesto que lo que oyen los miembros del grupo son las palabras del guía o del profesor; sin embargo, en el momento de distribuir las radioguías siempre hay alguna persona del grupo que pregunta en qué idioma se le ha dado; parece que hay una asociación inmediata de estos aparatos a la traducción o a los diferentes idiomas, y a veces se confunden con las audioguías, que proporcionan una escucha individual y no colectiva. Estos dispositivos son obligatorios para las visitas de grupos en el Museo Reina Sofía y en casi la totalidad de los museos o monumentos del patrimonio nacional.

El Museo Thyssen-Bornemisza ofrece audioguías con una selección de cincuenta obras, en diez idiomas (tres horas de grabación) o bien «Obras estrella / Highlights», (treinta minutos de grabación) en los mismos diez idiomas: español, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, ruso, japonés, chino y coreano. También proponen recorridos temáticos (cuarenta y cinco minutos) o infantil (cuarenta minutos) en dos idiomas: español e inglés. En cambio, para las exposiciones temporales proponen cuatro idiomas: español, inglés, francés e italiano. Se ofrece también Audiodescrición/Audiodescription (treinta y cinco minutos) en español e inglés, además de Signoguía / Signed Guide LSE (cuarenta minutos) y bucle de inducción magnética. Por último, tienen a disposición de los visitantes guías multimedia, tabletas con aplicaciones precargadas, entre las que se puede elegir una explicación general de una selección de treinta y nueve obras (dos horas de grabación) y una especial para público infantil de cuarenta y cinco minutos de grabación; ambas incluyen mapas interactivos del museo o contenidos multimedia como vídeos, música, obras relacionadas, etc., y están disponibles en español e inglés. Los idiomas ofrecidos se indican mediante iconos circulares con los colores de la bandera del país donde se habla.

Constatamos que la oferta de audioguías en los tres museos estudiados es considerable, aunque el número de idiomas ofertado para aquellas que tratan de exposiciones temporales es siempre inferior: en el Museo del Prado de trece idiomas desciende a cinco (o seis excepcionalmente); en el Museo Reina Sofía de nueve a seis y en el Museo Thyssen-Bornemisza de diez a cuatro idiomas.

Las exposiciones temporales son una de las formas que tienen los museos de actualizarse, aun siendo instituciones «conservadoras» por definición. Como afirma Philippe de Montebello, estas exposiciones se

convierten en la parte más popular y visitable del programa de un museo y en la fórmula más segura para incrementar el número de visitantes; sostiene que, antes de que se convirtieran en una verdadera moda, los museos eran «repositorios de obras de arte básicamente pasivos, cuya principal función era investigar y publicar, y elitistas por el mínimo esfuerzo que dedicaban a abrirse al mundo exterior» (De Montebello, 2010, p. 13).

Para el análisis detallado de un ejemplo de texto escrito hemos elaborado una muestra que incluye cuarenta y un catálogos de exposiciones temporales celebradas en los tres museos del triángulo del arte durante el periodo de estudio de cuatro años (2019, 2018, 2017, 2016), concretamente, nos hemos basado en las versiones españolas. A continuación, en la tabla número 1, se describe la muestra, donde se menciona el museo que publica el catálogo, el título de este, el año de publicación, el número de páginas que ocupa, el número de autores y traductores que han colaborado, el número de idiomas origen y, en la última columna la abreviatura del título, para que ocupe menos espacio cuando esta información aparece en gráficas.

Catálogo	Año	Pág.	Autores	Trads.	Idiomas	Abrev.
<b>Museo del Prado</b>						
Velázquez, Rembrandt, Veermer	2019	251	5	2	3	VRV
Lorenzo Lotto	2018	360	10	3	3	LOL
Rubens. Pintor de bocetos	2018	241	2	1	2	RPB
Fortuny	2017	477	5	2	3	F
La Mirada del Otro	2017	111	9	0	1	LMO
Tesoros de la Hispanic Society of America	2017	154	7	1	2	THSA
Felipe III de Velázquez	2016	63	5	0	1	FIII
Clara Peeters	2016	134	3	2	2	CP

El Bosco	2016	396	29	5	5	EB
Georges de La Tour	2016	181	19	2	4	GLT
El Divino Morales	2016 <sup>17</sup>	270	24	1	2	EDM

---

**Museo Reina Sofia**

H. C. Westermann	2019	195	5	2	3	HCW
Tetsuya Ishida	2019	131	5	3	4	TI
Rogelio Lopez Cuenca	2019	221	6	2	3	RLC
David Wojnarowicz	2019	252	6	1	2	DW
Dierk Schmidt	2018	255	5	2	3	DS
Pessoa	2018	309	4	3	2	P
Dora García	2018	161	6	2	3	DG
Dorothea Tanning	2018	199	4	1	2	DT
Piedad y Terror En Picasso	2017	189	10	2	3	PTP
Kobro y Strzemiński	2017	257	6	3	4	KS
Poesía, Cine y Humor	2017	279	11	1	2	PCH
Mário Pedrosa	2017	312	9	3	3	MP
Franz Erhard Walter	2017	203	5	3	4	FEW
Lee Lozano	2017	183	3	1	2	LEL
Georges Herriman	2017	177	5	2	2	GH
Esther Ferrer	2017	367	6	1	2	EF
Jean-Marie Straub	2016	238	10	2	4	JMS
Querido Lector. No Lea	2016	267	7	2	4	QLNL

---

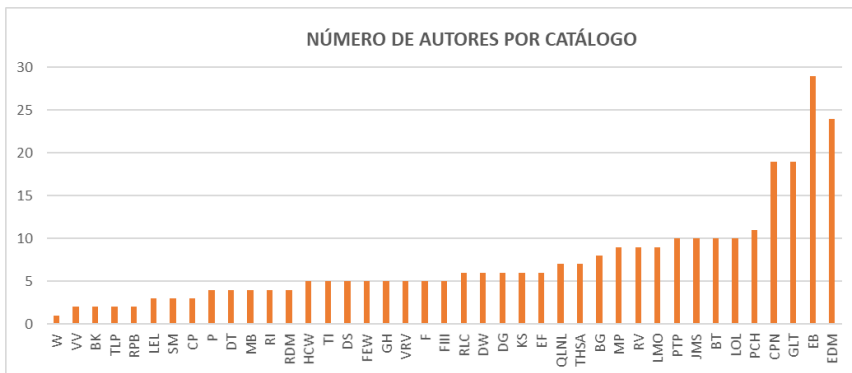
<sup>17</sup> El catálogo *El Divino Morales* se publicó a finales de 2015, pero la primera de las tres exposiciones a las que se refería se celebró entrando en el 2016 y las otras dos a lo largo de ese año; por ello, y por ser el único ejemplo de traducción al catalán y al euskera (solo una parte del texto), lo hemos incluido en la muestra.

**Museo Thyssen-Bornemisza**

Balenciaga	2019	273	8	1	3	BG
Balthus	2019	180	10	2	4	BT
Monet / Boudin	2018	271	4	1	2	MB
Victor Vasarely	2018	196	2	2	3	VV
Sorolla y La Moda	2018	215	3	1	2	SM
Beckmann	2018	209	2	0	1	BK
Toulouse Lautrec y Picasso	2017	237	2	0	1	TLP
Renacimiento en Venecia	2017	285	9	1	2	RV
Renoir Intimidad	2016	197	4	1	3	RI
Caravaggio y los Pintores del Norte	2016	222	19	3	4	CPN
Wyeth	2016	186	1	1	1	W
Realistas de Madrid	2016	179	4	1	2	RDM

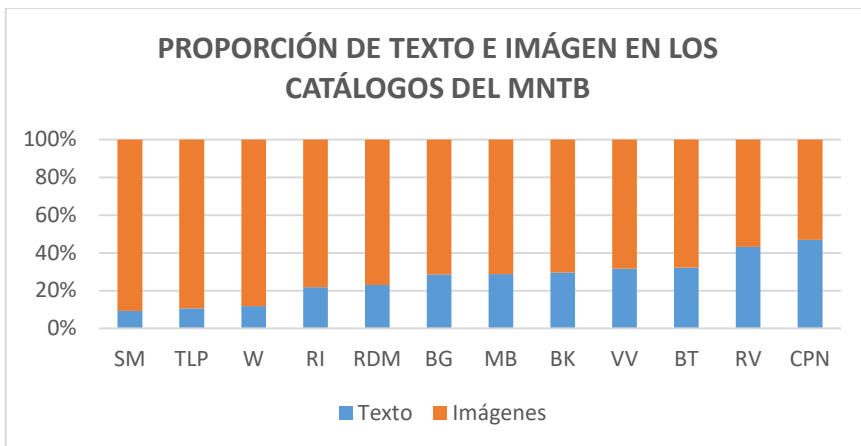
*Tabla 1.* Selección de catálogos publicados en los tres museos que constituye la muestra de estudio

La primera observación que podemos hacer es que la autoría de los catálogos de exposiciones temporales es múltiple; cuando las aportaciones de los autores se escriben en otros idiomas, la traducción es necesaria, aunque el catálogo se ofrezca en versión monolingüe en español. En la siguiente gráfica (n.º 1), los títulos de los catálogos de la muestra aparecen por sus iniciales, solo uno de ellos ha sido escrito por un autor (el de Wyeth publicado por el Museo Thyssen-Bornemisza) y se llega hasta veintinueve autores, para el catálogo del Bosco editado por el Museo del Prado. La consecuencia inmediata es que la traducción suele ser colaborativa; siguiendo con el mismo ejemplo, el catálogo del Bosco, participaron doce traductores, se trabajó en seis idiomas y nueve combinaciones lingüísticas diferentes (considerando las dos versiones, la española y la inglesa).



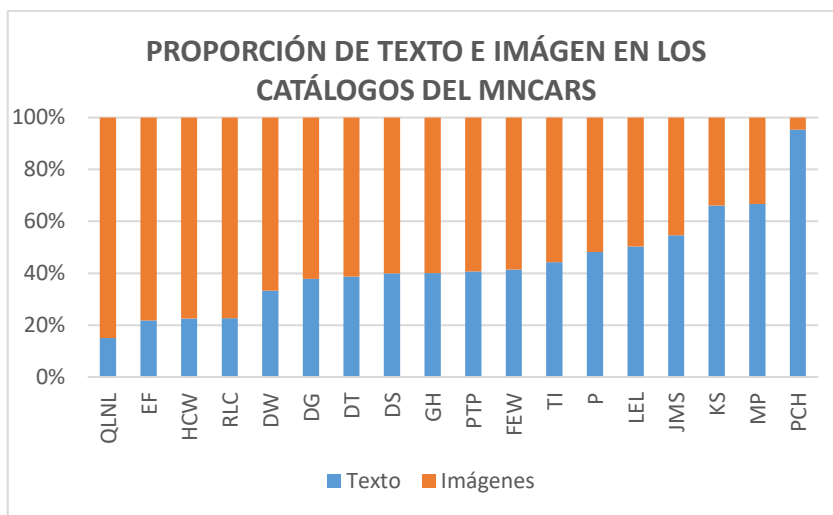
Gráfica 1. Número de autores que han participado en cada catálogo

Otra particularidad de los catálogos es la elevada cantidad de imágenes. En efecto, la mayoría tiene un valor inferior al 50 % de texto escrito, aunque hay diferencias notables entre los museos estudiados: los catálogos del Museo Thyssen-Bornemisza, de media, solo contienen 26 % de texto escrito (gráfica n.º 2).



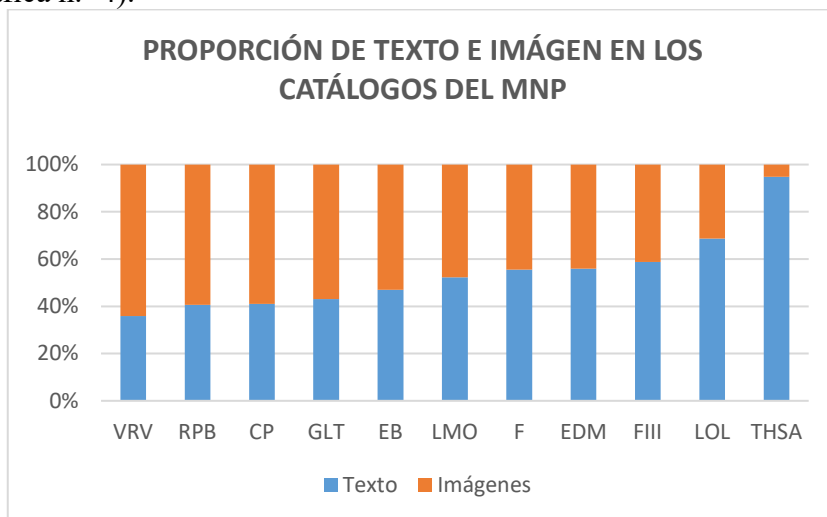
Gráfica 2. Proporción de texto e imagen en los catálogos del MNTB

En el Museo Reina Sofía la proporción de texto en relación con las imágenes aumenta a 43 % (gráfica n.º 3).



*Gráfica 3.* Proporción de texto escrito e imagen en los catálogos del Museo Reina Sofía

Finalmente, en el Museo del Prado la media es de 54 % de texto escrito (gráfica n.º 4).

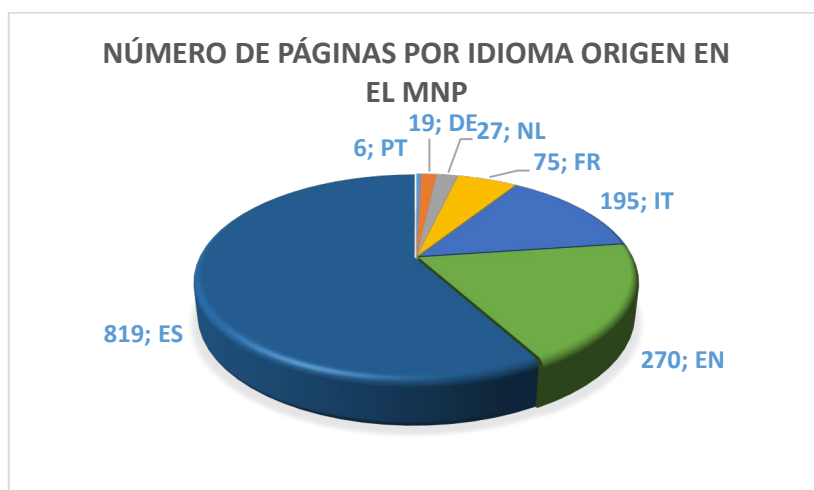


*Gráfica 4.* Proporción de texto e imagen en los catálogos del Museo del Prado



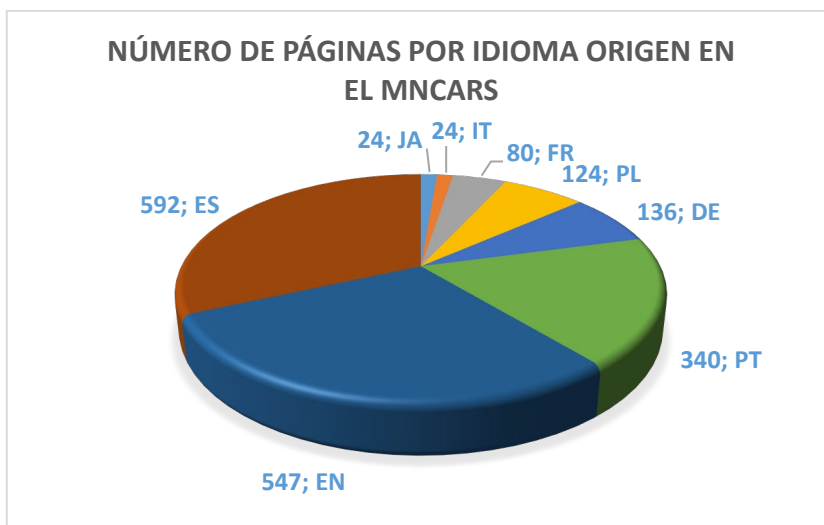
Podemos constatar, con los datos de estas tres últimas gráficas, que los catálogos son doblemente dependientes de lo visual, tanto de los referentes expuestos en las salas del museo, como de las imágenes y fotografías del propio texto, que constituyen un altísimo porcentaje del contenido.

En cuanto a los idiomas origen, y el número de páginas traducidas en cada uno de ellos, para el Museo del Prado, como se puede apreciar en la siguiente gráfica (número 5), son 819 las páginas escritas en español, el valor más alto; le sigue el inglés, con 270; y después el italiano con 195 páginas; el valor inferior fue 6 páginas escritas en portugués.



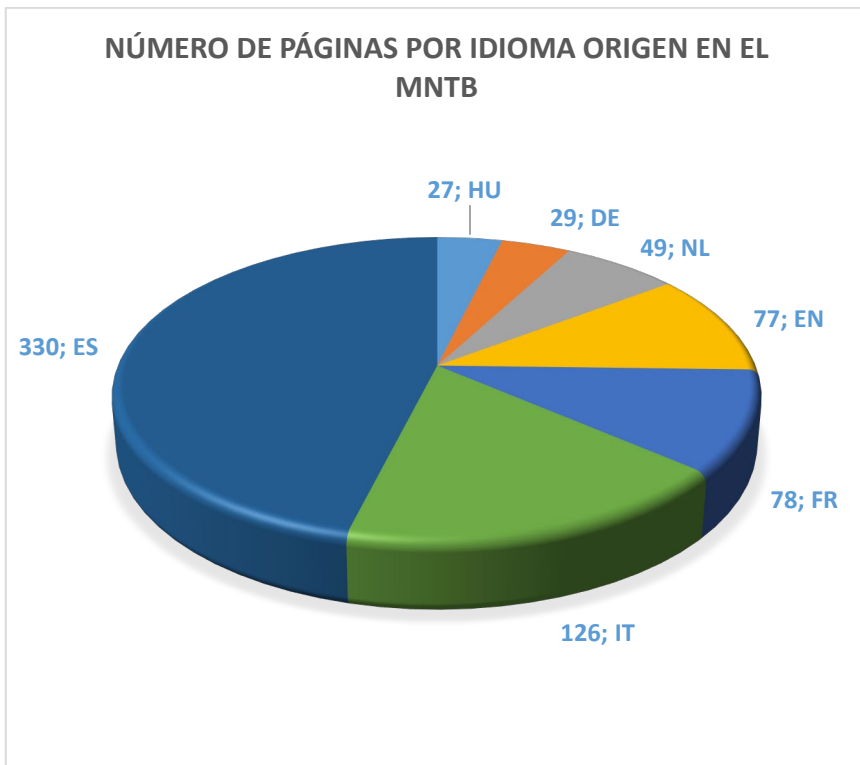
*Gráfica 5.* Número de páginas por idioma origen en los catálogos del Museo del Prado

Para el Museo Reina Sofía el número de páginas escritas en español, 592, está más equilibrado con las páginas escritas en inglés, 547; el inglés es el idioma del arte contemporáneo y muchos ensayos han sido escritos en este idioma. En portugués también ha habido un número considerable de páginas escritas, 340; en efecto, en el periodo de estudio, dos catálogos estuvieron dedicados a artistas de habla portuguesa: Fernando Pessoa y el brasileño Mário Pedrosa; la cifra contrasta con las 6 páginas escritas en portugués en el Prado correspondientes a la aportación de Joaquim Oliveira Caetano en el catálogo del Bosco. Los valores más bajos fueron de los idiomas japonés e italiano, con 24 páginas escritas en cada uno (gráfica 6).



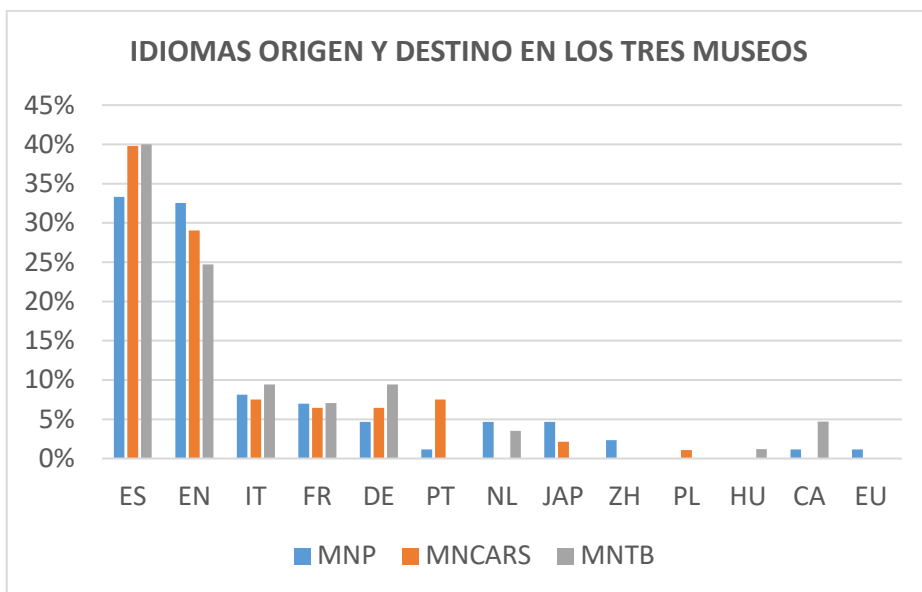
*Gráfica 6.* Número de páginas por idioma origen en los catálogos del Museo Reina Sofía

En el Museo Thyssen-Bornemisza (gráfica 7) el idioma español está en primer lugar, como en los otros dos museos, con 330 páginas; le sigue el italiano con 126 y después el francés con 78 páginas, por delante del inglés, que aparece en cuarta posición con 77 páginas. El valor inferior es el idioma húngaro con 27 páginas, muy igualado con las 29 escritas en alemán. Se escribió en italiano en dos catálogos: *Renacimiento en Venecia. Triunfo de la belleza y destrucción de la pintura* y *Caravaggio y los Pintores del Norte*, el primero con cinco artículos y el segundo con nueve, lo que suma un considerable número de páginas que sitúan al italiano en segundo lugar. La explicación de que el francés supere al inglés en este museo está en los numerosos artistas franceses (Monet y Boudin, Balthus, Renoir, Toulouse Lautrec y Picasso (pintor español afincado en Francia, donde desarrolló la mayor parte de su carrera artística) cuyas obras se han mostrado en las exposiciones temporales, y los especialistas que han escrito en francés sus colaboraciones. Se puede comprobar que en este tercer museo el número de páginas escritas es muy inferior, y puesto que la extensión media de los catálogos es similar, se deduce que el material gráfico es el componente principal, al que se le dedica de media un 74 % de las páginas por catálogo.



Gráfica 7. Número de páginas por idioma origen en los catálogos del Museo Thyssen-Bornemisza

En la gráfica 8 comparamos los idiomas fuente y meta en los tres museos del triángulo del arte. El español y el inglés son los idiomas más frecuentes; el italiano es el idioma que aparece en tercer lugar, al que le siguen el francés y el alemán, igualmente presentes en los tres museos. Sin embargo, el portugués, aunque tiene una presencia notoria en el Museo Reina Sofía (donde el número de páginas se igualan a las escritas en italiano) no aparece en el Museo Thyssen-Bornemisza. Por el contrario, el neerlandés no aparece en el Museo Reina Sofía, sin duda por ser un museo de arte contemporáneo, teniendo en cuenta que el momento de esplendor del arte neerlandés y flamenco se sitúa en los siglos XV al XVII.



*Gráfica 2.* Idiomas origen y destino  
en los tres museos del triángulo del arte

Uno de los efectos inmediatos de la organización de exposiciones temporales por parte de un museo es la publicación de los catálogos correspondientes. Los títulos de estos coinciden, casi siempre, con los de las exposiciones a las que se refieren y, en general, son el compendio de una serie de artículos, entre los que se encuentra como artículo principal el del comisario de la exposición. Son como hemos visto, publicaciones que tienen una serie de características que las diferencian de otros libros: la autoría es múltiple; la edición suele ser llevada a cabo por una editorial del propio museo; la proporción de imágenes respecto al texto es elevada; y la fecha de publicación coincide con la fecha de la exposición. En cuanto a la traducción, a diferencia de los libros, que se van traduciendo a medida que se quieren introducir en los mercados de los distintos países, los catálogos suelen distribuirse a nivel local. Por esta razón no suelen traducirse, y cuando se hace se traducen casi exclusivamente al inglés. Pero la tarea de traducción puede ser necesaria, aunque el catálogo se ofrezca en versión monolingüe en español, precisamente por la autoría múltiple. En efecto, los distintos autores colaboradores pueden escribir su artículo en otro idioma y se requiere su traducción para la versión española. Por otro lado, de la traducción de un libro suele encargarse un único

traductor, mientras que en los catálogos participan varios traductores, por la multiplicidad de idiomas en los que están escritos los artículos que lo componen.

## CONCLUSIONES

El rol fundamental que juegan los textos museísticos está fuera de duda, aunque hay tendencias diferentes en cuanto a la cantidad y contenido de estos en las exposiciones y también diferentes políticas de publicación y de traducción.

El texto escrito en el espacio expositivo tiene que respetar, como hemos visto, una serie de reglas de composición y redacción que dificultan mucho su traducción. La primera limitación es el espacio material que ocupa en la exposición. No es fácil presentar cartelas o letreros en varios idiomas: tendrían que colocarse cerca de la obra de arte a la que se refieren y podrían alterar o dificultar su contemplación. Esta dificultad desaparece en la palabra hablada, puesto que el texto en este caso no ocupa espacio (aunque sí tiempo de escucha); por esta razón las audioguías que se escuchan en el espacio expositivo sí pueden ofrecerse fácilmente en varios idiomas. Sin embargo, en nuestro estudio hemos visto que si bien el número de idiomas a los que se traducen los textos de las audioguías que tratan de la colección permanente es elevado, no sucede lo mismo con los que hablan de las exposiciones temporales, que es siempre inferior; además, no se tiene en cuenta para la selección de idiomas criterios relacionados con el contenido o la nacionalidad del artista. En cuanto a los textos escritos publicados, el más extenso y complejo es el catálogo. En los museos estudiados, las lenguas meta a las que se traducen los catálogos de exposiciones temporales no son numerosas, se reducen casi exclusivamente al inglés. Sin embargo, hay variedad de idiomas fuente, puesto que suelen ser escritos por varios autores y estas colaboraciones a menudo se hacen en idiomas diferentes; la labor de traducción en estos casos es necesaria, aunque se haya tomado la decisión de ofrecer el catálogo solo en versión monolingüe en español.

El aumento de idiomas meta tanto en las audioguías, como en los catálogos redundaría en el éxito de las exposiciones temporales, y de manera más amplia, en la imagen y la repercusión internacional del museo, que gracias a la traducción podría completar su función comunicativa dirigiéndose a un número mayor de destinatarios.

Hemos constatado que para la producción y traducción de textos orales como las audioguías se recurre a empresas externas; los catálogos, por el contrario, suelen ser publicados por editoriales del propio museo, mientras que la traducción se encarga a traductores independientes. La circunstancia de la externalización de los textos orales y otros textos multimedia, por un lado, y el hecho de que para los catálogos la traducción se haga habitualmente entre varios traductores, nos lleva a considerar la necesidad de una centralización de todas las cuestiones relacionadas con la traducción. Estas circunstancias, además del hecho de que los museos son espacios complejos, multimodales y con una fuerte interdependencia de los textos producidos en ellos, nos llevan a considerar como muy oportuna e incluso necesaria la figura de un responsable de traducciones.

Los textos museísticos, los orales y los escritos, y las traducciones que de estos se hacen, forman parte del discurso de los tres museos estudiados; su presencia puede ser mayor o menor dependiendo de la concepción del espacio expositivo y de otros criterios museográficos, pero sería muy difícil prescindir completamente de ellos. No siempre es fácil apreciar o interpretar una obra de arte sin apoyarse en la palabra, escrita, oral y traducida.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antinucci, Francesco (2004). *Comunicare nel museo*. Laterza.
- Bazin, Germain (1969). *El Tiempo de los museos*. Sociedad Alianza de Artes Gráficas (SADAG).
- Bruni, Silvia (2009). La leggibilità dei testi: consapevolezza e progetti. En Alessandro Andreini (Ed.), *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia. Actas del congreso en el Centro Affari e convegni di Arezzo* (pp. 77-86). Giunta Regione Toscana.
- Davallon, Jean (1992). Le musée est-il vraiment un média ? *Publics et Musées*, 2, pp. 99-123. <https://doi.org/10.3406/pumus.1992.1017>
- De Montebello, Philippe (2010). *El museo: hoy y mañana*. Museo Nacional del Prado-Antonio Machado Libros.
- Hernández Hernández, Francisca (2011). *El museo como espacio de comunicación*. Trea.

- García Blanco, Ángela (2009). *La exposición, un medio de comunicación*. Ediciones Akal.
- Jalla, Daniele (2009). La comunicazione scritta nei musei: una questione da affrontare. En Alessandro Andreini (Ed.), *La parola scritta nel museo. Lingua, accesso, democrazia. Actas del congreso en el Centro Affari e convegni di Arezzo* (pp. 7-18). Giunta Regione Toscana.
- Leiva Rojo, Jorge y López Ibáñez, Miguel Ángel (2018). Textos museísticos de la ciudad de Los Ángeles: un estudio sobre la traducción de mayúsculas y minúsculas (inglés-español), *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 35, p. 3.
- Museo Nacional del Prado (2018), *Memoria de actividades 2017*. <https://www.museodelprado.es/museo/memoria-anual>
- Fundación Colección Thyssen-Bornemisza y FSP (Fundación del Sector Público) (2018). *25 aniversario 1992-2017 Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Visitantes. Conociendo a nuestros visitantes*. <https://imagenes.museothyssen.org/sites/default/files/document/2018-07/Visitantes.pdf>
- Neather, Robert (2008). Translating Tea: On the Semiotics of Interlingual Practice in the Hong Kong Museum of Tea Ware, *Meta*, 53 (1), pp. 218-240. <https://doi.org/10.7202/017984ar>
- Pérez Santos, Eloísa (2013). *Conociendo a nuestros visitantes*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte-Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y publicaciones.
- Poli, Marie-Sylvie (2010). Le texte dans l'exposition, un dispositif de tension permanente entre contrainte et créativité, *La Lettre de l'OCIM*, 132, pp. 8-13. <https://doi.org/10.4000/ocim.377>
- Ravelli, Louise (2006). *Museum Texts. Communication Frameworks*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203964187>
- Roales Ruiz, Antonio (2017). *Técnicas para la traducción audiovisual: subtitulación*. Editorial Babélica.

- Serrell, Beverly (2015). *Exhibit Labels. An Interpretive Approach*. Lanham, Rowman and Littlefield.
- Soler Gallego, Silvia (2012), *Traducción y accesibilidad en el museo del siglo XXI*. Ediciones Tragacanto.
- Steiner, George (1998). *After Babel. Aspects of Language and Translation*. Oxford University Press.
- Tzortzi, Kali (2017). Reading Museums. Qualitative And Quantitative Methods, *Libraries*, 4 (2), pp. 273-283. <http://www.qqml.net/index.php/qqml/article/view/244/254>
- Valdeón, Roberto A. (2015). Colonial Museums in the US (un)translated, *Languages and Intercultural Communication*, 15 (3), pp. 362-375. <https://doi.org/10.1080/14708477.2015.101535>
- Vv. AA. (2010). Museo. En André Desvaltéés y François Mairesse (Eds.), *Conceptos claves de museología* (pp. 52-55). Armand Collin / International Council of Museums (ICOM). [https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie\\_Espagnol\\_BD.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie_Espagnol_BD.pdf)

#### CATÁLOGOS CONSULTADOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA MUESTRA

- Albiñana, Salvador *et al.* (2017). *Poesía, cine y humor. Relatos de excepción en los años de autarquía*. MNCARS.
- Applin, Jo *et al.* (2019). *H. C. Westermann. Volver a casa*. MNCARS.
- Asín, Manuel *et al.* (2016). *Jean-Marie Straub y Daniele Huillet*. MNCARS
- Ault, Julie *et al.* (2019). *David Wojnarowicz. La historia me quita el sueño*. MNCARS.
- Barón, Javier *et al.* (2017). *Fortuny (1838-1874)*. Museo Nacional del Prado.
- Calvo Serraller, Francisco y Alarcó, Paloma (2017). *Picasso – Lautrec*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.



- Calvo Serraller, Francisco *et al.* (2016). *Realistas de Madrid*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Checa, Fernando *et al.* (2017). *Renacimiento en Venecia. Triunfo de la belleza y destrucción de la pintura*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Clark, Timothy J. *et al.* (2017). *Piedad y terror en Picasso. El camino a Guernica*. MNCARS.
- Codding, Mitchell A. *et al.* (2017). *Tesoros de la Hispanic Society of America. Visiones del mundo hispánico*. Museo Nacional del Prado.
- Coxon, Ann *et al.* (2018). *Dorotea Tanning Detrás de la puerta, invisible, otra puerta*. MNCARS.
- Elliott, John H. *et al.* (2016). *Felipe III de Velázquez. Donación de William B. Jordan*. Museo Nacional del Prado.
- Dal Pozzolo, Enrico Maria *et al.* (2018). *Lorenzo Lotto – Retratos*. Museo Nacional del Prado.
- Ferrer, Esther *et al.* (2019). *Esther Ferrer. Todas las variaciones son válidas, incluida esta*. MNCARS.
- García, Dora *et al.* (2018). *Dora García. Segunda vez que siempre es la primera*. MNCARS.
- Lammertse, Friso (2018). *Rubens Pintor de bocetos*. Museo Nacional del Prado.
- Llorens Serra, Tomás (2019). *BECKMANN Figuras del exilio*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- López-Manzanares, Juan Ángel *et al.* (2019). *Balthus*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Manoeuvre, Laurent *et al.* (2018). *Monet/Boudin*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Martínez de la Pera, Eloy *et al.* (2019). *Balenciaga y la pintura española*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.

- Martínez de la Pera, Eloy *et al.* (2018). *Sorolla y la moda*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Navarro, Carlos G., Perdices, Álvaro *et al.* (2017). *La mirada del otro: escenarios para la diferencia*. Museo Nacional del Prado.
- Orosz, Márton *et al.* (2019). *Victor Vasarely. El nacimiento del Op Art*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Pérez-Barreiro, Gabriel *et al.* (2017). *Mário Pedrosa. De la naturaleza afectiva de la forma*. MNCARS.
- Ruiz Gómez, Leticia (2015). *El Divino Morales*. Museo Nacional del Prado.
- Salgado, María, Raimondi, Sergio *et al.* (2019). *Rogelio López Cuenca Yendo leyendo, dando lugar*. MNCARS.
- Salmon, Dimitri, Úbeda, Andrés *et al.* (2016). *George de La Tour 1593-1652*. Museo Nacional del Prado.
- Schmidt, Dierk *et al.* (2019). *Dierk Schmidt Culpa y deudas*. MNCARS.
- Schraenen, Guy *et al.* (2016). *Querido Lector. No lea (Ulises Carrión)*. MNCARS
- Silva Maroto, Pilar *et al.* (2016). *El Bosco: la exposición del V Centenario*. Museo Nacional del Prado.
- Soares, Marta *et al.* (2018). *Pessoa. Todo arte es una forma de literatura*. MNCARS.
- Solana, Guillermo *et al.* (2016). *Renoir Intimidación*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Standring, Timothy J. (2016). *Wyeth: Andrew y Jamie en el estudio*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza y Dencer Art Museum.
- Suchan, Jaroslaw *et al.* (2017). *Kobro Strzeminski. Prototipos vanguardistas*. MNCARS.

- Van der Sman, Gert J. *et al.* (2018). *Caravaggio y los pintores del norte*. Museo Nacional Thyssen-Bornemisza.
- Velázquez, Teresa, Sawaragi, Noi *et al.* (2019). *Tetsuya Ishida. Autorretrato de otro*. MNCARS.
- Velázquez, Teresa y Applin, Jo (2017). *Lee Lozano. Forzar la máquina*. MNCARS.
- Vergara, Alejandro *et al.* (2019). *Velázquez, Rembrandt, Vermeer. Miradas afines*. Museo Nacional del Prado.
- Vergara, Alejandro *et al.* (2016). *Clara Peeters*. Museo Nacional del Prado.
- Verhagen, Erik *et al.* (2017). *Franz Erhard Walther. Diálogos*. MNCARS.
- Walker, Brian *et al.* (2017). *George Herriman. Krazy Kat es Krazy Kat es Krazy Kat*. MNCARS.