



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Grado en Traducción e Interpretación

TRABAJO FIN DE GRADO

Los *realia* en los sitios web oficiales de Castilla y  
León

Presentado por Judith A. Bachiller Rodríguez

Tutelado por Verónica Arnáiz

Soria, 2015

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| ÍNDICE .....   | 2  |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....   | 3  |
| RESUMEN.....   | 4  |
| 1. INTRODUCCIÓN .....  | 5  |
| 1.1. Contexto.....   | 5  |
| 1.2. Justificación.....  | 5  |
| 1.3. Competencias .....  | 6  |
| 1.3.1. Competencias generales .....  | 6  |
| 1.3.2. Competencias específicas .....  | 7  |
| 1.4. Hipótesis.....  | 9  |
| 1.5. Objetivos.....  | 9  |
| 1.5.1. Objetivos primarios:.....   | 9  |
| 1.5.2. Objetivos secundarios: .....  | 9  |
| 1.6. Metodología y plan de trabajo .....                                     | 10 |
| 1.7. Estructura .....  | 11 |
| 2. MARCO TEÓRICO .....   | 12 |
| 2.1. Textos Turísticos .....   | 12 |
| 2.1.1. Páginas web.....  | 13 |
| 2.1.2. Traducción turística .....  | 13 |
| 2.2. Evolución del concepto de <i>realia</i> .....                           | 17 |
| 2.3. Clasificación: .....  | 21 |
| 1) Grado de coincidencia .....   | 26 |
| 2) Grado con una cultura mayor que el idioma .....                           | 26 |
| 3) Grado con una Lengua mayor que la cultura.....                            | 27 |
| 4) Grado globalizado .....   | 28 |
| 3. ANÁLISIS DE LOS <i>REALIA</i> EN CONTEXTO.....                            | 29 |
| 3.1. Aproximación Inicial.....   | 29 |
| 3.2. Páginas traducidas parcialmente .....                                   | 34 |
| 3.2.1. Segovia:.....   | 34 |
| 3.2.1. Valladolid:.....  | 38 |
| 3.3. Páginas traducidas en su totalidad .....                                | 48 |
| 3.3.1. Ávila: .....  | 48 |
| 3.3.2. Palencia:.....  | 52 |
| 3.3.3. Salamanca: .....  | 57 |
| 3.3.4. Zamora: .....   | 61 |
| 4. RESULTADOS.....   | 66 |
| 4.1. Consideraciones comparativas sobre el conjunto de Castilla y León ..... | 66 |
| 4.1.1. Cultura:.....   | 66 |
| 4.1.2. <i>Realia</i> y traducción:.....                                      | 67 |
| 4.2. Exposición de los resultados en tablas .....                            | 69 |
| 5. CONCLUSIONES.....   | 73 |
| 6. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....                                     | 76 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA.....   | 77 |
| Webgrafía:.....  | 80 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Fig. 1 Eje de clasificación.....  | 16 |
| Fig. 2 Tabla de categorías temáticas de <i>realia</i> según autores (basado en Soto, 2013).....                                     | 23 |
| Fig. 3 El sitio web de la Diputación de Soria, sin opciones de traducción (Diputación de Soria:<br>s.f.).....                       | 30 |
| Fig. 4 El sitio web de la Diputación de León, sin opciones de traducción (Diputación de León:<br>s.f.).....                         | 30 |
| Fig. 5 Sitio web de la Diputación Provincial de Burgos, con opciones de traducción (Diputación<br>Provincial de Burgos: s.f.) ..... | 31 |
| Fig. 7 Sitio web de la Exma. Diputación Provincial Burgos; en inglés (Diputación Provincial de<br>Burgos: s.f.).....                | 32 |
| Fig. 6 El sitio web de la. Diputación Provincial Burgos, traducido (Diputación Provincial de<br>Burgos: s.f.).....                  | 32 |
| Fig. 8 Artículo en español en la versión en inglés (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.) .....   | 33 |
| Fig. 9 Web de Concejalía de turismo de Segovia (s.f.).....  | 34 |
| Fig. 10 Tabla con los resultados de Segovia .....   | 35 |
| Fig. 11 Web de Segovia en español (Concejalía de turismo de Segovia: s.f.).....   | 36 |
| Fig. 12 Web de Segovia en inglés (Concejalía de turismo de Segovia: s.f.) .....   | 36 |
| Fig. 13 Página de la web de Segovia en construcción (Concejalía de turismo de Segovia: s.f.)36                                      |    |
| Fig. 14 Web del Ayuntamiento de Valladolid (s.f.).....  | 38 |
| Fig. 15 Tabla con los resultados de Valladolid .....  | 39 |
| Fig. 17 Definición de “mosto” en el glosario de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)..                                     | 47 |
| Fig. 18 Definición de “mosto” en el glosario del sitio de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid:<br>s.f.).....                     | 47 |
| Fig. 20 Definición de “mosto” en el glosario del sitio de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid:<br>s.f.).....                     | 48 |
| Fig. 19 Ejemplos de uso de la palabra “mosto” (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.).....   | 47 |
| Fig. 21 Página web del Ayuntamiento de Ávila.....   | 48 |
| Fig. 22 Tabla con los resultados de Ávila.....  | 49 |
| Fig. 23 Sitio web de la diputación de Palencia (s.f.) .....   | 52 |
| Fig. 24 Tabla con los resultados de Palencia .....  | 53 |
| Fig. 25 El sitio web de la diputación de Palencia, resumen en inglés (Diputación de Palencia:<br>s.f.).....                         | 54 |
| Fig. 26 El sitio web de la Diputación de Palencia, contenido en español (Diputación de<br>Palencia: s.f.) .....                     | 54 |
| Fig. 27 Página del Patronato de Turismo de Salamanca (s.f.) .....   | 57 |
| Fig. 28 Tabla con los resultados de Salamanca.....  | 58 |
| Fig. 29 Página web del Patronato de turismo de Zamora (s.f.).....   | 61 |
| Fig. 30 Tabla con los resultados de Zamora .....  | 62 |
| Fig. 31 Tabla con los tipos de palabras .....   | 69 |
| Fig. 32 Tabla de técnicas de traducción .....   | 70 |
| Fig. 33 Tabla de temas de los <i>realia</i> .....   | 71 |
| Fig. 34 Eje de clasificación con las páginas estudiadas.....  | 72 |

## RESUMEN

El presente proyecto es un análisis del uso de los *realia* en el campo de la traducción turística y de las distintas propuestas de traducción en el par de idiomas español-inglés. El objeto de estudio son los sitios web traducidos de Castilla y León, a partir de los cuales se ha elaborado un glosario para distinguir tipos de traducciones y variaciones regionales en cultura, terminología y traducción. Además, a través de los *realia* interpretamos la relación entre cultura e idiomas de la que surgen estos términos con el objetivo de aplicarlo a la forma en la que los traducimos.

Palabras clave: *realia*, culturemas, Castilla y León, traducción turística, sitio web.

## ABSTRACT

The present study is an analysis of the usage of *realia* in the field of tourism translation, as well as of the different solutions that the field of translation offers in the pair of languages Spanish-English. The material used in the study consists of translated web pages of Castilla y León. From those sources we have compiled a glossary to set apart the wide array of translation techniques along with local variations: culture, terminology and translation. Furthermore, through the study of *realia* we infer the relationship between culture and languages from which *realia* originate. That inference can be used to better understand the process of their translation.

Key words: *realia*, culturemes, Castilla y León, touristic translation, web page.

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Contexto

El turismo en España ha vivido unos años de mucho éxito; tanto que la calidad de sus traducciones quedaba en un segundo o tercer plano porque el impacto que esta tenía en el cómputo global era mínimo. La traducción de textos turísticos sufre, desde hace tiempo, un trato negligente en el campo académico y en la calle. Sin embargo, la crisis de los últimos años ha obligado al sector del turismo a reinventarse para mantener a España como uno de los principales destinos turísticos en Europa.

Este cambio de tendencia ha obligado a muchos a hacer un mayor esfuerzo de promoción, lo que debería repercutir favorablemente en las traducciones, aunque esas repercusiones no son visibles de inmediato. El esfuerzo por llegar a más público más lejos ha hecho que abunden las páginas de turismo y los buscadores con las opciones más asequibles.

Mientras tanto, la creación y traducción de páginas web cada vez tiene menos de novedoso y comienza a considerarse con más seriedad y profesionalidad en todos los ámbitos. El rápido desarrollo de lenguajes (CSS, HTML5, Flash) impulsa la creación de nuevos diseños y plataformas en los que el acceso a la información es más fácil que nunca además de atractivo e intuitivo.

El uso de esta tecnología da lugar a muchas posibilidades para el traductor turístico, especialmente si se considera ya desde la fase del desarrollo de la página la posibilidad de un sitio web multilingüe, pero son oportunidades desaprovechadas si se sigue tratando la traducción turística como una labor secundaria y sin importancia.

## 1.2. Justificación

La autora ha elegido el tema del turismo en Castilla y León porque a lo largo de la carrera ha sido el tema especializado más interesante que ha tenido el placer de encontrar. La responsabilidad del traductor de encontrar una solución tanto correcta como atractiva resulta fascinante y ha dado lugar a una disposición por investigar más al respecto. Por lo que al presentarse la oportunidad de escribir sobre el tema, la decisión ya estaba tomada.

Los *realia* en particular resultan una de las facetas más sugerentes del turismo para la autora; por su variedad, complejidad, su profundo vínculo con la cultura y los

hablantes y por las dificultades que plantean su traducción. Sin embargo, el mayor atractivo procede del contraste que supone pensar que cualquier hablante local los considera términos simples y familiares porque no son parte de ningún lenguaje de especialidad. La dicotomía aparentemente incompatible a primera vista entre lo simple y lo complejo siempre ha sido un factor llamativo para la autora.

Por supuesto, dado que esta procede de Castilla y León, no es sorprendente que haya decidido acotar el tema en la tierra que ha proporcionado un contexto cultural a su vida y sus propios *realia* familiares. Es comprensible que quiera comprender sus propias raíces con las herramientas que ha aprendido durante la carrera.

## **1.3. Competencias**

### **1.3.1. Competencias generales**

Para la elaboración de este trabajo se han seguido las competencias generales de los estudios de Grado en Traducción e Interpretación, que se pueden consultar en la página web de la Universidad de Valladolid<sup>1</sup>. Se muestran a continuación:

- G1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en el área de estudio (Traducción e Interpretación) que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- G2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio - Traducción e Interpretación-.

---

<sup>1</sup> Las competencias generales que se presentan en esta Memoria derivan directamente del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, de la Ley 3/2007 de Igualdad entre hombres y mujeres, de la Ley 51/2003 de No discriminación y accesibilidad de las personas con discapacidad y de la Ley 27/2005 de Cultura de la paz.

- G3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
- G4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- G5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- G6. Que los estudiantes desarrollen un compromiso ético en su configuración como profesionales, compromiso que debe potenciar la idea de educación integral, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

### **1.3.2. Competencias específicas**

Además de las competencias generales, en la elaboración de este trabajo se han empleado varias de las competencias específicas del Grado Traducción e Interpretación:

- E1. Conocer, profundizar y dominar la lengua A/B/C/D de forma oral y escrita en los distintos contextos y registros generales y especializados.
- E5. Desarrollar razonamientos críticos y analógicos en lengua A/B/C/D.
- E6. Conocer la lengua A/B/C/D en sus aspectos fónico, sintáctico, semántico y estilístico.
- E10. Conocer la cultura y civilización de las lenguas A/B/C/D y su relevancia para la traducción.
- E11. Comprender las relaciones internacionales en el contexto europeo y mundial y su organización interna.
- E12. Conocer la evolución social, política y cultural para comprender la diversidad y la multiculturalidad.

- E14. Conocer la teoría de la ciencia de la documentación y su aplicación en los procesos de traducción.
- E17. Dominar conceptos básicos sobre el funcionamiento de herramientas informáticas que faciliten su utilización y su integración en la labor del traductor.
- E35. Conocer el trabajo terminológico en cada una de sus fases y aplicarlo a su labor traductora.
- E36. Adquirir conocimientos básicos de terminología.
- E37. Relacionar los conocimientos de terminología con otras disciplinas lingüísticas y no lingüísticas.
- E40. Diseñar y elaborar diccionarios y bases de datos terminológicas.
- E41. Adoptar una postura crítica a la hora de aceptar y/o rechazar calcos y préstamos terminológicos, especialmente neológicos.
- E47. Mostrar habilidades de gestión y de evaluación de la calidad de la información recabada y que servirá de sustento empírico de un proyecto de investigación.
- E50. Conocer las habilidades y métodos generales y específicos de investigación y aplicarlos a proyectos concretos del área de la Traducción e Interpretación y de las Humanidades en general.
- E51. Conocer los fundamentos interdisciplinarios que servirán de marco teórico para el trabajo de fin de grado.
- E54. Conocer los antecedentes y condicionantes del mundo actual para poder hacer una lectura e interpretación críticas de la información transmitida por los medios de comunicación social.
- E68. Reconocer el valor de la traducción como difusora de la cultura.
- E70. Sintetizar las distintas formas de traducción y comprender las actitudes de los traductores.



Competencias como la E1, E5 y E6 son muy generales, comunes a cualquier proyecto de traducción, y las competencias E50 y E51 son competencias comunes a todos los trabajos de fin de grado. Las competencias de documentación y recuperación de fuentes son igualmente básicas (E47, E14, E17) para la correcta elaboración de bibliografía. Las competencias más específicas de este trabajo han sido las relativas a la pluralidad cultural y la mediación (E10, E11, E12, E54, E68, E70) así como las competencias en terminología (E35, E36, E37, E40, E41).

## 1.4. Hipótesis

La hipótesis con la que comenzamos en este proyecto es la de que las páginas web de turismo oficiales de Castilla y León usan *realia* relativos a la cultura de esta comunidad autónoma para promocionarse y dedican a la traducción de sus *realia* una atención especial y unificada, por el impacto que estos pueden tener en el turismo interior.

Hay partes de la cultura que pueden ser locales y otras que son incluso internacionales; esperamos encontrar métodos de traducción que se adapten y medien en función del tipo de culturas que se estén traduciendo.

## 1.5. Objetivos

Este trabajo de fin de grado persigue respaldar la hipótesis, anteriormente mencionada, sobre los *realia* como elemento cultural fundamental en el campo del turismo. Por este motivo, los objetivos primarios del trabajo se centran en

### 1.5.1 Objetivos primarios:

- Estudiar los *realia* de los sitios web oficiales de Castilla y León y la traducción de los mismos.
- Encontrar *realia* comunes y particulares de cada una de las seis provincias vistas<sup>2</sup>.

### 1.5.2. Objetivos secundarios:

- Distinguir los métodos de traducción principales de los *realia*.

---

<sup>2</sup> Ayuntamiento de Ávila, Diputación de Palencia, Patronato de Salamanca, Concejalía de turismo de Segovia, Ayuntamiento de Valladolid y Patronato de Zamora.

- Observar las diferencias y similitudes en la traducción de *realia* en las provincias.
- Elaborar un glosario para el estudio de los *realia*.
- Estudiar el tipo de palabras que suelen ser los *realia*.
- Entender mejor la relación simbiótica entre cultura y *realia*.
- Observar los métodos de mediación que usan los traductores en las páginas web.

## 1.6. Metodología y plan de trabajo

Para la elaboración de este trabajo, se ha partido de la hipótesis de los *realia* como elemento de transmisión cultural y se ha desarrollado un plan de trabajo para defenderla. El primer paso ha sido la documentación, para lo que recopilamos bibliografía de traducción y turismo vista durante la carrera, especialmente la perteneciente a Traducción Turística; conjuntamente usamos herramientas de recuperación de información.

La documentación ha sido especialmente útil durante la fase teórica; la definición de *realia* y su clasificación dependen directamente de esta primera fase, pero también la documentación sobre el conjunto de los textos turísticos y sus problemas de traducción nos ha dado una idea más firme sobre la situación de este tipo de traducción. Más adelante, se buscaron las páginas webs de oficiales de Castilla y León que se dedican al turismo. Enseguida fue obvio que era necesario filtrar páginas inutilizables<sup>3</sup> y salvar obstáculos como traducciones parciales. Las páginas elegidas iban a ser las de la diputación de cada región, pero fue necesario recurrir a las páginas de los patronatos y en última instancia a los ayuntamientos para encontrar lo que necesitábamos.

Hemos seguido los mismos pasos que estudios como el de Soto (2013): marco teórico, búsqueda de textos fuente, extracción y análisis de *realia*... pero hemos variado el ámbito geográfico, cambiando Málaga por Castilla y León y en lugar de textos en formato papel, hemos usado sitios web.

---

<sup>3</sup> Diputación de Burgos, Diputación de León y Diputación de Soria.

Con el material seleccionado, comenzó el proceso de extracción de *realia*, comprobación de su traducción al inglés y clasificación en el glosario. Para la elaboración del glosario se ha usado Microsoft Excel; el barrido de las web ha permitido crear una lista de *realia* divididos por región, tipo de palabra, tipo de traducción y categoría temática. Lo cual nos ha dado una visión global y regional de los *realia* y su traducción.

De forma paralela se ha llevado a cabo el análisis contextualizado. Hicimos observaciones sobre la forma en la que cada página trataba la cultura de su región. Este análisis de la cultura nos resultó útil para explicar el razonamiento que el traductor ha debido seguir para traducir los *realia*.

## **1.7. Estructura**

Tras la introducción, compuesta por contexto, justificación, competencias, hipótesis, objetivos, metodología y esta estructura, el trabajo presenta la sección de desarrollo, dividida en marco teórico y análisis de los *realia*. En la teoría hemos dividido nuestro estudio empezando por lo más general, los textos turísticos, y hemos avanzado concretando la definición de *realia* y su clasificación. En el análisis del capítulo tres, tenemos una sección sobre las páginas con dificultades de traducción (Concejalía de Segovia y Ayuntamiento de Valladolid), otra con las páginas que se han traducido en su totalidad (Ayuntamiento de Ávila, Diputación de Palencia, Patronato de Salamanca, y Patronato de Zamora) y tenemos una sección de análisis comparativo. Cada una de las secciones se divide en análisis de cultura y análisis de *realia* y su traducción.

En el capítulo cuatro encontramos los resultados, en los que se recopilan las deducciones hechas durante el análisis de forma más accesible, en tablas. Las conclusiones se encuentran al final del trabajo, antes de la bibliografía y los anexos con el glosario y la tabla de términos comunes.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Textos Turísticos

Para definir los textos turísticos, antes necesitamos saber qué es exactamente el turismo. Esta pregunta la responde la Organización Mundial del Turismo (OMT) con esta definición:

*Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio o por otros motivos, y no por motivos lucrativos. (OMT, 1991)<sup>4</sup>*

A partir de esta definición, podemos decir que todos los textos relativos a dicho conjunto de actividades se pueden considerar turísticos. Lo que a su vez implica que la cantidad de material es ingente y muy heterogénea, porque pueden abarcar desde un documento interno de una aerolínea, hasta un panfleto infantil sobre la fauna local.

Esa diversidad crea confusión sobre varios factores clave cuando se intenta poner límites a este tipo de textos. Por una parte, es muy difícil buscar características comunes. El tipo de receptor y emisor varía, por lo que ni siquiera la función permanece constante. Por otra parte, esa falta de uniformidad lleva a muchos a negar su condición de lenguaje de especialidad.

Calvi (2010:21) propone una forma de estratificar las producciones textuales, siempre dentro de una consideración multidimensional. Es decir. Nos da las herramientas para dividir textos que tienen distintas características. Las divisiones que nos propone son el medio de difusión, la función, la tipología textual y el momento del viaje.

No obstante, para este trabajo hemos considerado la división de producciones textuales que Calvi presenta en el mismo trabajo (2010: 18-19). Esta división general consiste en textos de reflexión, de gestión y de descripción y promoción (que se suelen asociar con la publicidad). Los textos que nosotros tratamos se encuadran en esa última opción.

---

<sup>4</sup> Definición estipulada durante la Conferencia sobre Estadísticas de Viajes y Turismo de Ottawa (1991).

Dentro de los textos de promoción es más fácil distinguir el medio de difusión (sitio web), la función (principalmente conativa y ocasionalmente poética y referencial), la tipología textual (principalmente descriptiva y expositiva) y el momento del viaje (se presupone que se consulta con anterioridad al viaje).

### **2.1.1 Páginas web**

En otra de sus divisiones multidimensionales, Calvi describe las páginas web como uno de los tipos de texto que combinan la versatilidad de otros medios:

*[...] las páginas web institucionales, que conjugan la fuerza promocional de los anuncios y de los folletos con una mayor riqueza informativa, propia de las guías, aprovechando también la flexibilidad y la interactividad del medio (imágenes, vídeos, buscadores, vínculos, etc.), configurándose así un nuevo género fronterizo (Calvi, 2010: 20)*

Por lo tanto, no podemos dar unas características aplicables a todos los textos turísticos, porque lo único que los une a todos es el propio factor del turismo, pero sí podemos encontrar características comunes en los que usamos en el trabajo. Los nuestros son descriptivos/promocionales, institucionales y en formato online, lo cual implica archivos multimedia, ampliamente informativos y tan persuasivos como el lenguaje publicitario.

### **2.1.2 Traducción turística**

Como mencionan varios expertos (Kelly, 1997; Molina, 2001; Calvi, 2006) la traducción turística es una especialidad infravalorada, frecuentemente confundida con la publicidad, usada muchas veces como contraejemplo en clases de traducción general.

Hay dos causas principales por las que el turismo se ignora como especialidad. Por una parte, la variedad textual, la cantidad de textos heterogéneos que no comparten apenas nada hace pensar que no hay motivo para tratarlos como un conjunto, mucho menos como una especialidad. La otra causa es la superposición de otros campos en la especialidad del turismo. Calvi lo explica claramente en *Lengua y comunicación en el español del turismo (2006)*.

*La poca atención [de los lingüistas] se explica teniendo en cuenta la dificultad de inscribir el lenguaje del turismo en el marco de las lenguas especializadas: se trata, en efecto, de un lenguaje heterogéneo, en el que se mezclan componentes distintos (economía, geografía, historia del arte,*

*gastronomía, etc.) y que se escapa, por tanto, a todo intento de clasificación rigurosa. (Calvi, 2006: 7)*

Tal y como veíamos en las características de los textos turísticos, resulta muy complicado reducir una especialidad tan amplia en unas cuantas líneas. La traducción turística requiere del traductor competencias distintas e función del tipo de texto; para ello, la primera habilidad que ha de poseer un traductor turístico es la de diferenciar y reproducir distintos tipos de textos.

La traducción turística es una mediación lingüística y cultural a partir de textos que en muchas ocasiones no son de una calidad óptima. Un traductor especializado en turismo necesita ser muy versátil para superar problemas tanto de los textos como de la traducción.

*La traducción turística es una traducción especializada que está infravalorada, como hemos podido ver y, por ello, la mediación lingüística y cultural en el ámbito turístico no alcanza a menudo unos niveles aceptables. (Durán, 2008)*

#### 2.1.2.1 Problemas de la traducción Turística

Los problemas a los que se enfrenta un traductor turístico competen a todos los niveles del lenguaje, la comunicación y la mediación. Del lenguaje, porque las expectativas de los receptores no son las mismas en distintos idiomas (Kelly, 1997), la comunicación, porque el medio puede ser constrictivo (como en el caso de los folletos) y la mediación, porque la distancia cultural es un foco de atención en muchos de estos textos y cuidarlo supone un esfuerzo añadido a la labor del traductor.

*Entre estos problemas de la traducción turística, destacan los siguientes: la traducción turística no se trata como una traducción especializada y, por tanto, no se le presta la atención que merece; se realiza principalmente de forma inversa, es decir, desde la lengua materna a otra lengua de trabajo; la variedad de términos procedentes de campos de especialidad relacionados (historia, arquitectura, gastronomía, arte, economía, etc.) exige amplios conocimientos en dichos campos; existe una importante presencia de referencias culturales en el léxico del turismo (los llamados realia), y el tiempo y el precio de que disponen los traductores son bastante escasos. (Durán, 2012b)*

En este fragmento de Durán, tenemos condensados parte de los elementos que presentan problemas en la traducción especializada turística, uno de los cuales es la traducción de *realia*. Es especialmente significativo que el turismo no se trate con la seriedad de otras especialidades: es una causa-consecuencia de la calidad. Esta especialidad recibe partes de otros campos de especialidad, lo que hace que el léxico sea muy amplio, pero es de especial mención que se use la traducción inversa. Esta produce errores porque la distancia cultural se vuelve casi imperceptible para el traductor (para el que el original ya es perfectamente comprensible) y los *realia* junto con otros conceptos culturales sufren calcos y traducciones que suenan ridículos a un receptor extranjero.

En otro de sus trabajos, Durán (2012a) hace una división de problemas más amplia y esquemática que incluye los problemas causados por errores en el texto original diferenciados de los problemas de traducción que surgen de forma natural en textos sin errores en su versión original.

- General
  - Subordinación de la traducción turística y falta de información
  - Frases ambiguas o de doble sentido
  - Culturemas
  - Lenguaje positivo y poético constante
  - Lenguaje confuso del texto origen
- Específico de la traducción
  - Nombres propios de personas, museos, instituciones, etc.
  - Topónimos
  - Traducción inversa
  - Neologismos
  - Fuentes de referencia

Como podemos ver, los *realia* o culturemas aparecen en ambas listas como elementos problemáticos para el traductor. Si se compara con un problema de terminología en los lenguajes de especialidad, los *realia* se podrían equiparar con términos especializados del turismo, la diferencia radica en que no es necesario ser un experto en turismo, sino que cualquier persona conocedora de una cultura particular conoce esos términos y los asimila como términos cotidianos.

Solo una persona ajena a esa cultura los consideraría especializados e igualmente, un traductor especializado en turismo no tiene que conocer todos los *realia*, pero sí saber identificarlos y tratarlos si aparecen.

En cuanto a la traducción de *realia*, como problema de traducción, durante la documentación sobre los *realia* hemos encontrado otros ejemplos de estudios en los que se analizaron folletos turísticos a nivel nacional. Los estudios se centran en las técnicas de traducción e indican que las técnicas más frecuentes son la descripción y los equivalentes acuñados.

*En primer lugar, destacamos el porcentaje tan elevado de equivalentes acuñados (39%) a la hora de traducir los culturemas pertenecientes al patrimonio cultural. [...] En segundo lugar [...] la descripción, que obtuvo el mismo porcentaje que el equivalente acuñado (39%), resultó también una de las estrategias más utilizadas. (Soto, 2013)*

Para dar forma a los datos que se extraigan del glosario, vamos a usar un eje de coordenadas propio, porque en función del tipo de traducción, se pueden ubicar gráficamente las tendencias de los traductores de las páginas web arriba mencionadas. Tres páginas (Salamanca, Segovia y Zamora) cuadran en distintos puntos del sector uno, porque usan préstamos principalmente. Otras tres páginas (Valladolid, Ávila y Palencia) cuadran en el sector cuatro, porque usan principalmente la equivalencia.

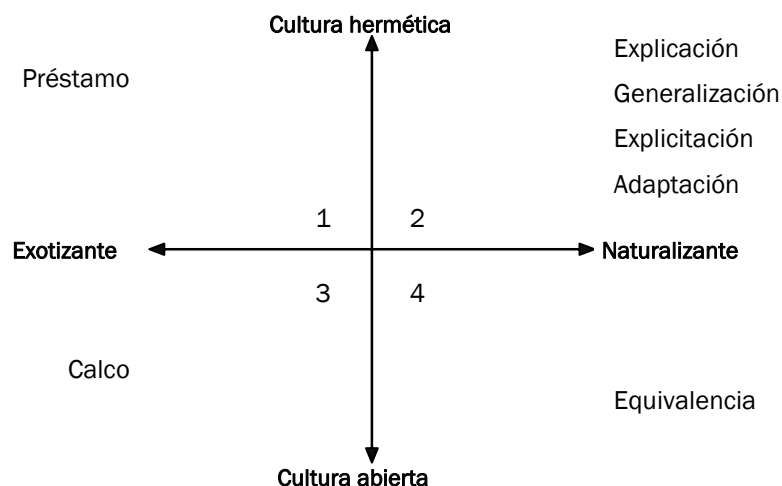


Fig. 1 Eje de clasificación

Los traductores tienen un estilo propio y trabajan con textos que son más o menos fáciles de traducir. Es relativamente fácil que un traductor elija en el eje horizontal, es decir, que elija exotizar o naturalizar, pero es mucho más difícil que se encuentre la posibilidad de variar el eje vertical.



### 2.1.2.2. Traducción de páginas web

La traducción de páginas web de turismo es especialmente complicada porque como decía Durán (2012), pueden reunir las características de otros tipos de texto como las guías o los folletos. Esto implica que el traductor de páginas web debería ser capaz de traducir esos otros textos con la misma facilidad que las páginas, pero además tendrá que tener en cuenta las dificultades causadas por la tecnología.

La traducción de software y material digital evoluciona a medida que lo hace el propio material, por lo que las herramientas de traducción específicas se actualizan constantemente. Esto exige que el traductor se recicle constantemente, aprenda nuevos lenguajes código y etiquetas y adquiera conocimientos informáticos.

En muchas ocasiones, el material que se traduce se encuentra entre etiquetas que no se deben traducir. La competencia instrumental es muy importante para la traducción de páginas web.

Debemos tener en cuenta la labor del traductor de forma específica en este formato. La Orden, Maqueda y Mata (2015: Material en clase) describen la experiencia como localizadores de software otro material digital como un proceso de muchos. La creación de un producto digital comporta dependencia del desarrollador y el creador del material original. Idealmente hay comunicación entre los desarrolladores y los otros posibles traductores del proyecto.

No obstante, estos profesionales de la traducción digital avisan de la frecuencia con la que las condiciones no son ideales. En las páginas web que estudiamos no podemos saber de forma explícita si ha habido comunicación, pero se puede deducir a través del análisis del glosario y del análisis de las páginas. Según La Orden, Maqueda y Mata, la traducción como proceso aislado en este sector produce errores que impiden incluso el correcto funcionamiento del producto final.

Las páginas de turismo, en concreto, pueden ser muy sencillas o muy complejas, como la de la Diputación de Burgos, que dificulta la traducción con material multimedia y flash. Dependiendo de la importancia que la provincia conceda al turismo, la página es más o menos atractiva, compleja y difícil de traducir.

## 2.2. Evolución del concepto de *realia*

Para encontrar una definición de *realia* que convenga a este trabajo, hemos comenzado buscando otros conceptos anteriores que ya sentaban las bases para una

consideración seria. Vermeer (1983) y García (1994) dan una definición más amplia, con los *realia* en el contexto de la cultura, antes de discutir su papel en la traducción. Durán (2012a), Hurtado (2001) y Molina (2006) centran la definición de los *relia* entorno a la traducción.

Hay que aclarar que la diferencia entre *culturema* y *realia* no es muy clara, puesto que los autores que mencionamos hacen alusión a un término u a otro, pero nunca a los dos en el mismo trabajo. Hay autores como Vermeer (1983) que parecen incluir todo acto social en la definición de *culturema*, por lo que el *realia* sería únicamente el término que define ese acto social.

Sin embargo Molina (2006) se refiere al *culturema* como un elemento verbal o paraverbal, con lo que solo podemos deducir que *culturema* y *realia* son términos análogos que los distintos autores han usado con definiciones muy parecidas. Los estudios más recientes que hemos encontrado, tienden a hablar de *realia* más que de *culturemas*.

A continuación, presentamos una muestra de autores y sus propuestas de definición:

Vermeer (1983: 8) es el primero en dar una definición usando el término “*culturema*” para definir un fenómeno social con elementos paraverbales:

*Culturema: Un fenómeno social de una cultura A que es considerado relevante por los miembros de esta cultura y que, cuando se compara con un fenómeno social correspondiente en la cultura B, se encuentra que es específico de la Cultura A. (Vermeer, 1983: 8)*

Vemos que Vermeer aquí separa por completo el concepto de *culturema* del idioma y enfatiza su componente social; él no lo considera un problema, al menos en su definición.

García (1994), usa el término “campos conceptuales” para delimitar subculturas dentro de una cultura específica, lo que otros autores llaman categorías temáticas (Newmark, 1988). García considera que dentro de esos “campos conceptuales” los “términos culturales” (lo que otros autores denominan “*culturemas*”) son una forma en la que la traducción enriquece los idiomas y amplía las culturas; lo considera una forma de actuar directamente sobre el idioma.

Esta opinión resulta interesante precisamente porque las estrategias de traducción no se contemplan solo como un acto de adaptación, sino como una forma de creación o ampliación. Es un punto de vista que tiene en cuenta el efecto de la traducción a largo

plazo mientras que para otros autores como Durán (2012a), la traducción es la resolución de un problema, y la referencia cultural queda reducida a un mero problema sin que se consideren las consecuencias largo plazo.

*Las traducciones de las referencias culturales en los textos turísticos se consideran problemas de traducción, ya que en su gran mayoría se trata de realidades inexistentes en la cultura de llegada, los denominados culturemas. (Durán, 2012a)*

Hurtado (1994, 2001), asimismo, alude a la traducción como la resolución de un problema y llama a ese problema “elementos culturales”. Menciona que es un proceso entre lenguas y culturas y los compara (que no iguala) con las figuras e idiomatismos por su capacidad para referirse a un conocimiento común entre los interlocutores.

Hurtado, al hablar de la traducción, concede el mismo grado de importancia a los idiomas y las culturas, pero no especifica si ese valor se mantiene cuando lo que se traducen son específicamente los “elementos culturales” (*realia*), aunque podemos intuir, que la cultura tiene el potencial de ser más importante que el idioma, dado que hay casos en los que la competencia lingüística y la competencia cultural general no son suficientes y hace falta una competencia cultural especializada (Durán, 2012).

Molina (2006: 79) por su parte, define el “culturema” (*realia*) como un elemento verbal o paraverbal con una carga cultural específica, y centra su atención en los problemas que pueden surgir cuando las culturas se ponen en contacto. Esta idea nuevamente nos lleva a pensar que aunque los *realia* son parte de un idioma, es cuando van unidos a una cultura cuando cobran sentido.

*[Los culturemas son] un elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en una cultura y que al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción puede provocar un problema de índole cultural entre los textos origen y meta. (Molina, 2001: 78-79).*

No obstante, Luque (2009) comenta que los culturemas no existen dentro de una cultura si no es por esa traducción que pone en contacto dos culturas. Esta idea implica que los *realia* que no están ligados a una traducción no son *realia*, sino palabras comunes. En este trabajo consideramos que esta interpretación no contempla los casos en los que los *realia* existen dentro del mismo idioma, pero distintos lectos.

Los *realia* existen al margen de la traducción, porque una cultura no abarca necesariamente todo un idioma; los *realia* pueden requerir una traducción traslectal dentro del propio idioma (Ramiro, 2014: 24). Esto implica que es necesario que la definición de *realia* se base en algo más que su relación con la traducción.

Estos mismos autores valoran los *realia* al margen de la traducción y centran su definición en la función que cumplen como símbolo, con lo que se usan para conferir mayor profundidad a la comunicación cuando esta se realiza entre individuos de la misma cultura.

El concepto original que introdujo los *realia* en los estudios de traductología se remonta al siglo XX con Nida (1945). Este centró varias de sus obras como *Linguistics and Ethnology in Translation Problems* (1945) en los problemas que causaban las distintas culturas a la traducción. Aunque probablemente fue Newmark (1988) en *A Textbook of Translation* quien creó una teoría más firme entorno al concepto.

Newmark (1988: 94), asemeja los *realia* a un campo léxico de un idioma. Además crea un primer sistema de categorías basado en la relación con la cultura; enfrenta los *realia* marcados culturalmente, al supuesto léxico universal que, en opinión de este autor, no presenta problemas de traductor.

*Frequently, where there is a cultural focus, there is a translation problem due to the cultural 'gap' or 'distance' between source and target language. The translation is defined as the rendering of the meaning of a text into another language in the way that the author intended the text.'*  
(Newmark, 1988)

*Most 'cultural' words are easy to detect, since they are associated with a particular language and cannot be literally translated, but many cultural customs are described in ordinary language, where literal translation would distort the meaning and a translation may include an appropriate descriptive-functional equivalent.* (Newmark, 1988: 95-96)

Luque (2009), citado a través de Soto (2013) sitúa los *realia* en una posición poco importante al describirlos como adornos del texto. Para Luque, los *realia* actúan dentro de un texto argumentativo y tienen un carácter temporal. Sería interesante considerar el uso de los *realia* en el tiempo, su vigencia, pero puesto que vamos a analizar *realia* actuales, no vamos a dedicar tiempo a este aspecto.

Nosotros hemos querido tener en consideración las opiniones de estos autores a la hora de definir los *realia* en este trabajo. En primer lugar vamos a usar a lo largo del trabajo el término *realia* en lugar de 'Foco cultural' o 'culturema', que son términos que podrían dar a entender que hablamos de cualquier término que haga referencia a una cultura.

La definición de *realia* con la que nos quedamos tras ver al resto de autores es la de elementos que aluden a un componente (persona, suceso, objeto...) de una cultura o subcultura, que pueden manifestarse de forma verbal o paraverbal y que son entendidos por los integrantes de esa cultura.

En nuestra definición, tomamos de García (1994) la idea de que los *realia* son una forma de interacción con la cultura y que su traducción es una forma de difusión de cultura que enriquece los idiomas. De Vermeer (1983) nos quedamos con la idea de que los *realia* son un fenómeno social específico a una cultura. Ambos autores lo definen fuera del contexto de la traducción y por lo tanto su componente problemático no es una característica que los defina.

De Durán, Hurtado y Newmark (2012, 2001 y 1988) destacamos que los *realia* constituyen un problema desde la óptica de la traducción y que es más fácil constatar la existencia de los *realia* cuando se los pone junto a una cultura e idioma nuevos.

Seguimos la idea de Amparo Hurtado (2001, 607) de que los *realia* no son parte del idiolecto, sino que involucran a toda la comunidad que comparte dicha cultura o subcultura.

### **2.3. Clasificación:**

El problema de intentar dividir los *realia* en categorías temáticas radica en la diversidad de las culturas y el número de posibles categorías temáticas que abarcan (Durán, 2012b). Debido a esa diversidad, hay categorías temáticas muy frecuentes, como la gastronomía, que aparentan tener unos límites muy definidos, pero hay otras categorías temáticas más abstractas, porque contienen conjuntos de términos heterogéneos. Los *realia* de estas categorías solo existen como términos pertenecientes a dos campos distintos; las tradiciones, por ejemplo, casi nunca se sustentan sin que vayan acompañados por unas raíces (menos importantes) de la categoría temática de la historia o la religión.

Nos encontramos con otros términos problemáticos porque pertenecen a dos o más categorías temáticas por igual. No es un fenómeno extraño, muchos *realia* pertenecen a varios aspectos de una sola cultura, sobre todo cuando las categorías son muy abiertas o genéricas.

Las categorías temáticas que hacen referencia a folclore, tradición, historia, religión y sociedad tienen mucho en común. El folclore según la RAE es el “conjunto de creencias, costumbres, artesanía, etc., tradicionales de un pueblo.” Por lo que vemos que el folclore puede incluir la religión y las tradiciones, que se definen como pertenecientes a un pueblo, es decir, sociales.

No hay que olvidar que gran parte de las tradiciones y acontecimientos tienen un componente religioso adquirido a través de la cristianización de las costumbres paganas. El componente religioso puede haberse vuelto paradójicamente latente con el tiempo y que haya dado lugar a actos sociales desvinculados de toda religión. En cualquier caso, esto nos lleva a la conclusión de que la cultura de un lugar no se puede dividir en categorías temáticas cerradas.

La clasificación de *realia* es intrínsecamente difícil porque la noción de que existen categorías temáticas cerradas es errónea. La cultura, base de los *realia*, no tiene límites objetivos. Los *realia* no pertenecen a una estructura artificial, sino a una construcción social que ha evolucionado como un conjunto sin forma definida.

Poner límites a los *realia* es simplificar algo de carácter orgánico, que ha evolucionado como un todo sin límites artificiales. Hay muchos intentos, porque categorizar es inherente a cualquier intento de estudio y aprendizaje, pero hay muchas razones por las que estos sistemas no funcionan a la perfección. Durán (2012a) muestra lo complicado que resulta intentar buscar categorías temáticas cerradas para los textos turísticos. Es el mismo dilema que surge al intentar categorizar *realia*.

No obstante, necesitamos usar categorías temáticas para nuestro trabajo, porque influyen en su traducción, de modo que consultamos otros intentos previos de varios autores para obtener una idea inicial. Soto (2013) nos propone ver algunos de los sistemas de categorías temáticas que se han usado anteriormente para dividir los *realia*. Este autor reúne las propuestas que nosotros únicamente hemos organizado en una tabla:

|  |  |  |
|--|--|--|
| Nida (1975 [1945])   | Vlakhlov Florin (1970)   | Newmark (1992 [1988])  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecología</li> <li>• Cultura material</li> <li>• Cultura Social</li> <li>• Cultura religiosa</li> <li>• Cultura lingüística</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geográficos y etnográficos</li> <li>• Folclóricos y mitológicos</li> <li>• Objetos cotidianos</li> <li>• Sociales e históricos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecología</li> <li>• Cultura material</li> <li>• Cultura Social</li> <li>• Cultura religiosa</li> <li>• Cultura lingüística</li> <li>• Gestos y hábitos</li> </ul> |
| Nord (1994)  | Katan (1999)   | Molina (2006)  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente natural</li> <li>• Modo de vivir</li> <li>• Historia</li> <li>• Patrimonio cultural</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno</li> <li>• Conducta</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Valores</li> <li>• Creencias</li> <li>• Identidad</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medio natural</li> <li>• Patrimonio cultural</li> <li>• Cultura social</li> <li>• Cultura lingüística</li> </ul>  |

Fig. 2 Tabla de categorías temáticas de *realia* según autores (basado en Soto, 2013)

Como notas particulares vemos que Newmark solo añade “gestos y hábitos” a las categorías de Nida. Las de Katan recuerdan a la desactualizada pirámide de Maslow<sup>5</sup> sobre las necesidades humanas, y la clasificación de Molina es muy similar a la de Nida si se unen la cultura social y la religiosa.

El problema de estas categorías temáticas se hace evidente en su uso práctico. Un *realia* que se refiera a la alimentación, enseguida se relaciona intuitivamente con la gastronomía, pero no resulta tan claro en estos sistemas. Con Nida (1975 [1945]) gastronomía podría ser cultura material, ecología o cultura social, a pesar de que los términos se refieren a alimentación. Si tenemos en cuenta la adición de Newmark (1988), algunos elementos gastronómicos podrían incluso contarse entre los gestos o hábitos.

Ocurre lo mismo con Vlakhlov Florin (1970). Los términos de gastronomía, tan comunes entre los *realia*, no tienen un espacio definido, sino que tendrían que dividirse entre las cuatro categorías en función del contexto del *realia*. En Nord, la duda recaería entre el modo de vivir y el patrimonio cultural; con Katan (1999) las categorías más aproximadas serían probablemente la conducta o la identidad y en el caso de Molina (2006), como con Nida (1975 [1945]), parte de los *realia* de gastronomía irían al entorno natural, parte al cultural y parte al social.

Lo que es que una categoría que desde el punto de vista turístico parece muy definida, no encaja con facilidad en ninguna de las divisiones de estos autores. Las

<sup>5</sup> La pirámide con las necesidades humanas publicada por primera vez en *A Theory of Human Motivation* (Maslow, 1943) (refutada y adaptada posteriormente) y que postula un orden de necesidades humanas, con las más esenciales en la base y las más complejas en la cima.

categorías que hemos visto, parecen proceder de una deducción más lógica, objetiva y teórica, mientras que el turismo tiende a responder a categorías familiares para el turista que no son necesariamente lógicas.

Sin embargo, estas categorías temáticas lógicas tampoco son completamente objetivas. Nida, Nord, Katan y Molina (1975 [1945], 1994, 1999 y 1006 respectivamente) parecen señalar una diferencia muy marcada entre lo que ellos llaman patrimonio, cultura o sociedad y lo que denominan ecología, ambiente natural, entorno y medio natural. Este enfoque solo se concibe desde un punto de vista urbanita. Con la creciente construcción de centros de interpretación, se pone de manifiesto que las áreas rurales integran en su patrimonio sociocultural ese “entorno natural”.

Cualquier clasificación va a tener un carácter subjetivo y solo puede funcionar con unos textos específicos. Incluso si se intenta ignorar ese punto de vista urbanita, es muy difícil superar por completo el etnocentrismo. Es más, los propios sitios en los que nos basamos son subjetivos y etnocéntricos, por lo tanto este estudio no puede presentar una lista de todos los *realia* que se usan en Castilla y León, sino únicamente los usados en un contexto y un punto de vista muy particular.

Nosotros usamos una clasificación temática *ad hoc* en la que incluimos: gastronomía, acontecimientos, historia, tradiciones, religión, arquitectura, ubicación, instrumentos, ropa, ciudad, universidad, literatura y arte. Esta clasificación temática no está basada en divisiones lógicas, sino en las divisiones que hemos encontrado en el propio material.

Dejando atrás los sistemas de clasificación temática, recurrimos a Newmark (1988) para encontrar la clasificación más simple de los *realia*. Para este autor existe el lenguaje cultural, el universal y el personal.

*I define culture as the way of life and its manifestations that are peculiar to a community that uses a particular language as its means of expression. More specifically, I distinguish ‘cultural’ from ‘universal’ and ‘personal’ language. (Newmark, 1988: 94)*

Aquí Newmark divide el lenguaje entre universal, cultural y personal, consideramos que ese “universal” no existe, es únicamente un grado de acercamiento entre culturas muy próximo. Aunque sí estamos de acuerdo en mantener el “lenguaje personal” separado de esta clasificación, porque aunque la cultura afecta al idiolecto, este no es compartido por todos los que comparten cultura.



Encontramos en palabras de Calvi (2003) la teoría que más se acerca a nuestra idea de clasificación gradual de *realia*. Calvi introduce la idea de una clasificación que no se base en categorías temáticas, puesto que el lenguaje tiende a ser multidisciplinar, sino que se basa en los grados de acercamiento entre culturas.

- *Los constituyentes de la cultura informal, por su misma naturaleza, están sometidos a la variación, tanto en el tiempo, como entre los distintos grupos sociales. [...]*
- *Dentro de una misma nación pueden convivir culturas (y lenguas) distintas, en situaciones de diglosia o bilingüismo, como ocurre en la España de las autonomías; [...]*
- *Asimismo, una lengua hablada en diferentes naciones, como es el caso del español, remite a horizontes culturales diversos.*
- *En el caso de culturas muy lejanas, las barreras de incompreensión pueden ser totales; (Calvi, 2003: 102)*

Lo que más nos interesa de Calvi es la división de culturas que establece, de forma más orgánica y abierta que la temática. Puesto que el trabajo en el que plantea la idea hace hincapié en los lenguajes de especialidad y no en los *realia*, la división no es ideal, pero es la que más se acerca una división real de los *realia*.

Nosotros hemos decidido seguir una clasificación temática en el glosario; los *realia* están divididos según temas por una cuestión de funcionalidad, es aquello a lo que los turistas están acostumbrados, y eso repercute en la traducción. Sin embargo, ya hemos dicho que pese a ser funcional, la división mediante categorías temáticas no es adecuada desde un enfoque teórico, porque muchos términos corresponden a varios temas.

Por ello hemos seguido los pasos de Calvi (2003: 102) para enmarcar los *realia* en su cultura y clasificar esa cultura en relación al idioma. Por eso nuestros cuatro grados con los que dividimos los *realia* son similares a los de Calvi, pero no exactos. En el primero, lengua y cultura se identifican casi por completo (pero no hacemos división por grupos sociales). Coincidimos en la segunda y la tercera división, pero el cuarto grupo nosotros lo identificamos con la globalización y la difusión de cultura que borra fronteras y pone en contacto culturas aparentemente dispares.

## **1) Grado de coincidencia**

La primera propuesta de Calvi (2003) propone una coincidencia exacta o casi exacta entre cultura y lengua. Sus límites pueden coincidir aproximadamente con fronteras políticas: la cultura y el idioma están muy unidos y tienen los mismos límites. Cuando la cultura y el idioma están íntimamente relacionados, tienden a mezclarse.

Conviene tener en cuenta este tipo de cultura a la hora de traducir. La mayor parte de las veces es posible ignorar el contenido cultural sin que el texto sufra cambios importantes. Únicamente un receptor avezado notaría la neutralización de las connotaciones españolas.

Sin embargo, hay casos en los que el texto original pretende llamar la atención precisamente sobre estos elementos (resaltando aspectos culturales o con juegos de palabras). En estos casos no se puede ignorar la carga cultural y la traducción se complica considerablemente.

Un buen ejemplo de la fosilización de esa relación son las metáforas muertas. La variante del español de España tiene muchas de estas metáforas relacionadas con la tauromaquia; “entrar al trapo” o “cambiar de tercio” son expresiones tan integradas en la lengua que la cultura taurina tras la expresión casi no se recuerda. Las metáforas crean una fuerte vinculación a la cultura española.

## **2) Grado con una cultura mayor que el idioma**

El segundo grado de Calvi (2003) muestra el caso de una cultura cuya extensión abarca más allá de las fronteras de un idioma. La cultura aparece en otras regiones y la practican los hablantes de otras lenguas que no son la original o la más importante. Esto puede ser resultado de una situación en la que regiones unidas desarrollan lenguas distintas, o si una cultura que se extiende y otros idiomas de adaptan.

La cultura del vino, la enología, trasciende fronteras y aunque se podría decir que el francés y el español son las lenguas clave en esta cultura, el inglés es relevante. Lo interesante es que aunque no todos los hablantes legos de las lenguas principales conocen la terminología de los expertos, sí que tienen nociones básicas.

Si la traducción se produce entre idiomas que no comparten cultura, cabe la posibilidad de se usen términos de una tercera lengua sea más accesible o se considere más global. Es decir, si la terminología existe en inglés o en la lengua más asociada con la

cultura con la que se esté tratando, es posible que se recurra a esa lengua, independientemente del idioma desde el que traduzcamos.

### **3) Grado con una Lengua mayor que la cultura**

Calvi (2003) presenta un tercer grado, el de la cultura regional o local. A pesar de la unidad lingüística y de que la mayor parte de la cultura es compartida, puede haber regiones en las que se desarrolla una subcultura que incluye un cierto campo de conocimiento. Esto no tiene nada que ver con el geolecto o el acento, que se refieren a la gramática y la pronunciación respectivamente.

La cultura local es un conocimiento generalizado que se desconoce o se considera especializado fuera de la localidad, y que la separa de la cultura general o nacional. No todas las regiones están igual de apegadas a sus costumbres locales. Las ciudades con ambiciones más modernas, como las capitales de comunidad, tienden a presentar textos con un programa cultural más amplio y con menos referencias a sus raíces, aunque la cultura y los *realia* existan fuera de los textos oficiales. Se ha dado este caso en algunos de nuestros textos.

Sin embargo, si en el texto se realiza la cultura local, esto resulta en un reto mayor para el traductor porque necesita ser un experto en esa cultura local y necesita saber mediar. En un caso ideal el traductor la cultura local, pero en cualquier caso, es necesario encontrar recursos y documentación sobre la región.

Ese es otro inconveniente de traducir cultura local: hay una relación directamente proporcional entre la extensión de la cultura y la cantidad de material de documentación disponible para el traductor. Cuanto menos extendida esté la cultura local, más difícil será encontrar documentación.

No obstante, el campo de la traducción turística tiene la ventaja de que los textos tienen que ser comprensibles para el receptor medio y tienen que transmitir cultura de forma simple y directa. Por ese motivo los textos suelen contar con explicaciones, incluso cuando se trata del mismo idioma. La traducción de la explicación puede ser suficiente porque el propio texto ya ha salvado la distancia cultural.

#### 4) Grado globalizado

Consideramos que la cuarta propuesta de Calvi (2003), es la misma que los otros grados, visto desde una perspectiva externa. Sin embargo, consideramos que sí hay un cuarto grado que se aleja lo suficiente de los otros tres como para merecer un apartado propio.

El grado globalizado que aquí presenta la autora de este TFG es muy similar a los otros grados, porque la cultura globalizada puede ser desde pequeña e inaccesible hasta prácticamente global. Internet es muy amplio y da cabida a culturas muy heterogéneas o muy específica, porque la cultura no está limitada por fronteras físicas, sino virtuales.

En este grado, la cultura es el eje entorno al que gravitan los idiomas; la cultura específica es lo que une a hablantes de muchas lenguas interesados en un mismo tema. Esos hablantes no comparten necesariamente otros aspectos culturales que no sean la cultura central, ni la misma lengua, sino que se busca una forma de que la comunicación sobre la cultura eje fluya.

El inglés es el idioma vehicular predominante, pero no es el único, y se producen mezclas bilingües y neologismos que no pertenecen a ningún idioma en exclusiva. Las comunidades virtuales en ocasiones reúnen a expertos, pero en otras ocasiones se produce una cultura común no especializada. La traducción en este caso es compleja; los idiomas tienden a mezclarse y el traductor debe estar preparado para reciclarse con mucha rapidez.

El sector turístico no está al margen de este fenómeno. El *peregrinaje* anual a San Diego para asistir a la Comic Con mueve mucho turismo y reúne público de muchos idiomas y lugares que tienen esa cultura en común.

Teniendo en cuenta todos estos grados, la mayor parte de ejemplos del glosario pertenecen al grado del idioma mayor que la cultura (*realia* locales), pero encontraremos *realia* del grado más cercano, el primero, (*realia* nacionales) y *realia* tan extendidos que su préstamo ya se encuentra acuñado (como las “tapas”). Además veremos términos repetidos porque queríamos comprobar si distintas comunidades usaban distintas traducciones.

### 3. ANÁLISIS DE LOS *REALIA* EN CONTEXTO

#### 3.1. Aproximación Inicial

Antes de empezar, es necesario explicar el motivo por el que se han elegido páginas oficiales concretas para representar a cada provincia. La intención primera fue usar las páginas de las diputaciones, como hemos hecho con Palencia y León, sin embargo, hemos encontrado páginas nos redirigían a la página del patronato, y siguiendo esa sugerencia, en las diputaciones sin traducción hemos intentado sustituirlas por los patronatos (Salamanca y Zamora).

Si incluso el patronato no tenía traducción, hemos intentado encontrar soluciones alternativas, que en el caso de Ávila y Valladolid nos ha dirigido a sus respectivos ayuntamientos, mientras que en Segovia ha sido la concejalía de turismo la que ofrecía la información que buscábamos.

En el caso de León y Soria, no ha sido posible seguir ninguna de estas soluciones, por lo que hemos tenido que excluirlas de nuestro análisis.

Durante la fase de documentación hemos podido ver que los estudios de los *realia* son relativamente recientes. Las primeras referencias al tema las introdujo Nida (1975) y no adquirieron una base teórica sólida hasta finales de los 80 con Newmark (1988). El estudio de los *realia* parece tener un recorrido similar al desarrollo del turismo moderno con la sociedad del bienestar.

Nos hemos encontrado con dos tipos de enfoques en los trabajos sobre este tema, aunque a menudo suelen ser una combinación de ambos. Por una parte se pueden encontrar estudios prácticos (Soto, 2013) en los que se analiza una muestra parcial de textos turísticos de los que se extraen los *realia* y se examinan los porcentajes.

Por otra parte, hay estudios esencialmente teóricos (Molina, 2001) que centran su atención en el tratamiento que distintos autores y escuelas han dado a los *realia*. En estos estudios se observa el cambio que ha sufrido el término a lo largo del tiempo y, lo que es más importante, se puede observar una serie de clasificaciones según las cuales se han distinguido tipos de *realia*.

Los trabajos mixtos que incluyen una parte teórica así como una muestra práctica (Bugnot, 2005) nos han resultado los más interesantes, porque las partes son simbióticas. La teoría se apoya en los ejemplos procedentes de la muestra práctica y la parte práctica

se beneficia de las teorías, clasificaciones e historia cuando analiza los motivos por los que se ha elegido cierta traducción, por ejemplo. Por eso el presente trabajo ha querido tener una parte más práctica y una teórica.

En cuanto a la teoría, la ventaja de que el turismo sea un fenómeno relativamente moderno es que la documentación es muy accesible: la mayor parte de textos tanto académicos como ejemplos se encuentran disponibles online. La desventaja es que el campo ha tenido menos tiempo para asentarse firmemente, por lo que hay menos figuras prominentes especializadas en este campo.

En lo que se refiere a la práctica y a la búsqueda de material, ya esperábamos no encontrar los nueve sitios web de las provincias de Castilla y León, porque tener un página web de turismo con opción a traducción no es una obligación de las instituciones, no obstante, en lugar de encontrar material traducido y no traducido, nos encontramos con que había sitios que no encajaban en ninguna de esas dos categorías. Por una parte, las los casos sin traducción (ni en Diputación ni en patronato ni en ayuntamiento) fueron dos: León y Soria.

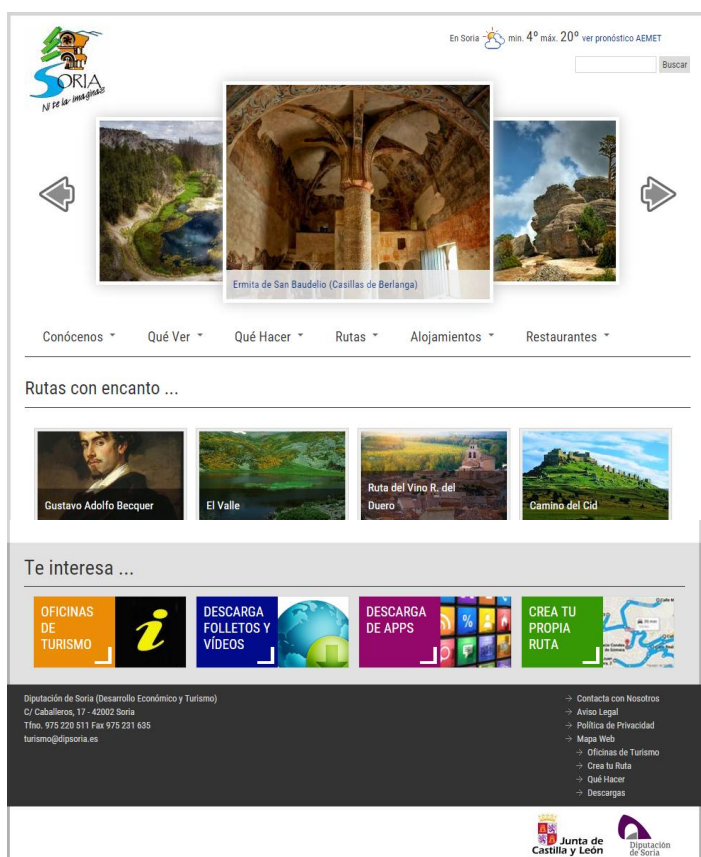


Fig. 3 El sitio web de la Diputación de Soria, sin opciones de traducción (Diputación de Soria: s.f.)

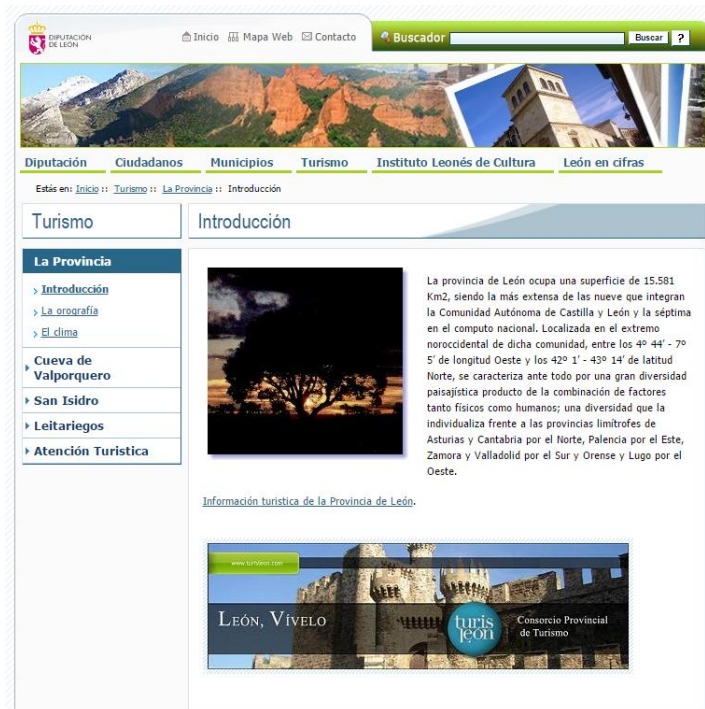


Fig. 4 El sitio web de la Diputación de León, sin opciones de traducción (Diputación de León: s.f.)

Es posible que estas provincias estén más acostumbradas al turismo interior, por lo que la demanda de traducción sería menor (Kelly 1997: 34). En tal caso, sí que merecería la pena estudiarlo, porque la baja demanda de traducción crea una “pescadilla que se muerde la cola”: la ausencia de material turístico traducido dificulta su difusión, lo que hace que la demanda de traducción tampoco crezca.

En un estado intermedio de traducción nos encontramos con las páginas de turismo de la Diputación de Burgos y el Ayuntamiento de Valladolid. Otras páginas tienen secciones que no interesan al turista extranjero (agenda, noticias...) y se han dejado sin traducir, pero estos dos sitios web contienen artículos relevantes para el turismo internacional que por alguna razón, se han quedado en el idioma original.

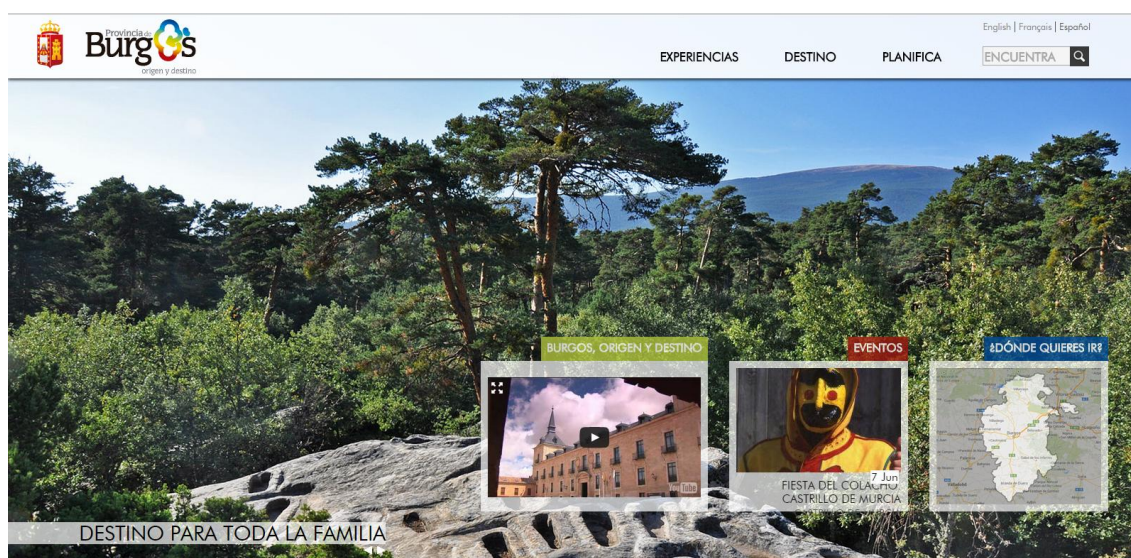


Fig. 5 Sitio web de la Diputación Provincial de Burgos, con opciones de traducción (Diputación Provincial de Burgos: s.f.)

A pesar de que los dos sitios web tienen una traducción incompleta, ha sido posible incluir una en el trabajo como fuente de *realia* porque los fragmentos sin traducir no son los mismos. El sitio web de de la Diputación Burgos muestra la opción de traducir el contenido al inglés, pero al pulsar el enlace es solo el inicio y los menús de navegación los que están traducidos. Al intentar acceder a artículos concretos o a explicaciones, el sitio web vuelve automáticamente a su versión en español.

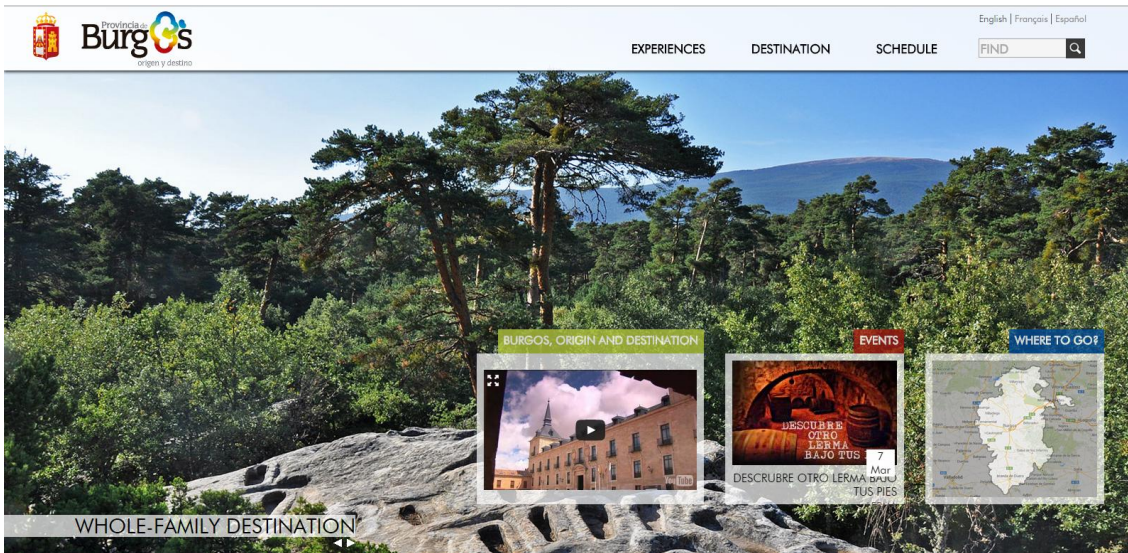


Fig. 6 El sitio web de la Diputación Provincial Burgos, traducido (Diputación Provincial de Burgos: s.f.)

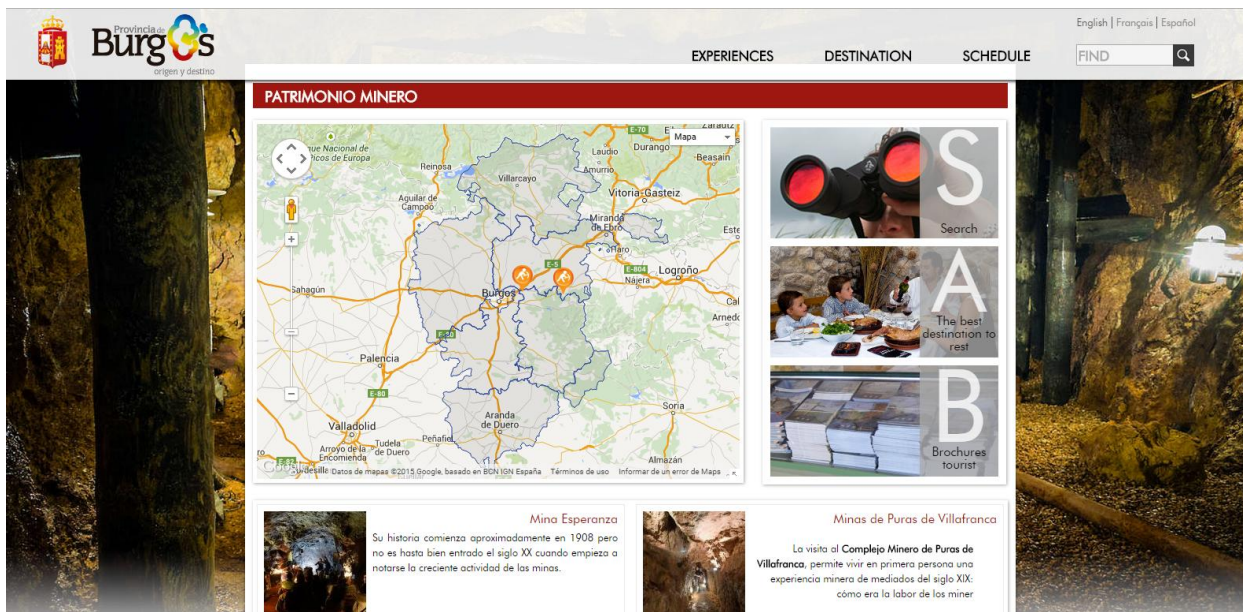


Fig. 7 Sitio web de la Exma. Diputación Provincial Burgos; en inglés (Diputación Provincial de Burgos: s.f.)

No conocemos la causa de este aparente error, pero no parece ser una cuestión que concierna al traductor, a menos que comparta funciones con el desarrollador del sitio web.

El otro caso es el de el sitio web del Ayuntamiento de Valladolid, que sí está parcialmente traducido, tanto navegación como el cuerpo de las páginas. En este sitio web son algunas de las secciones las que están sin traducir, pero hemos podido usar las que están traducidas para extraer los *realia*.





Fig. 8 Artículo en español en la versión en inglés (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)

Por lo tanto, excluyendo las tres páginas inutilizables, hemos encontrado seis sitios web oficiales de turismo con versión en inglés en Castilla y León. Entre los sitios utilizables, nos hemos encontrado con sitios web que ofrecen una información muy similar a la que podría ofrecer una guía turística en papel o un folleto, aunque más amplio.

Algunas de estas páginas resumen la versión inglesa (Palencia) u omiten los párrafos que consideraban de menor interés para el turismo internacional (Segovia). Esto resulta en artículos que no tienen un equivalente traducido o términos que desaparecen en una generalización. El sitio web de la Diputación de Palencia ha sido en el que más hemos encontrado este caso.

Los *realia* que hemos encontrado en estas páginas han resultado pertenecer a categorías temáticas muy específicas, lo que nos ha obligado a dejar de lado las divisiones que hemos visto en la teoría y a buscar la alternativa de las categorías temáticas *ad hoc*. La mayor parte de *realia* que hemos encontrado son sustantivos relativos a la gastronomía o las religiones; su traducción ha sido principalmente mediante equivalencias, pero ha sido con las excepciones y con algunos *realia* en particular, con los que hemos podido ver la relación de estas palabras con la traducción y la cultura de forma más clara.

El análisis de los *realia* destaca algunos aspectos en común entre las distintas provincias de Castilla y León. Por ejemplo, hay mucho vocabulario común en lo que respecta a arte Románico y algunas tradiciones como las romerías o la veneración a los santos. La religión es un tema recurrente, aunque de manera desigual; mientras que los términos cristianos permean toda la región, otras religiones no tienen el mismo alcance. Lógicamente, las zonas con más influencia árabe y judía durante la Edad Media dejaron un patrimonio cultural que llega hasta nuestros días en esas zonas ocupadas.

Por ese tratamiento distinto de la cultura y la traducción, vamos a comenzar con el análisis de los *realia* encontrados en el sitio web de cada una de las provincias.

## 3.2 Páginas traducidas parcialmente

Para comenzar analizar individualmente las webs, empezamos con aquellas más irregulares, las que nos han causado más problemas durante el trabajo por estar parcialmente traducidas. Estas páginas son, por orden alfabético, Segovia y Valladolid.

### 3.2.1 Segovia:

#### 3.2.1.1 Introducción



Fig. 9 Web de Concejalía de turismo de Segovia (s.f.)

La página de Segovia tiene el aspecto de un portal en su página de inicio. Presenta un menú de navegación en la parte superior, una sección dinámica en la parte más llamativa y grande del inicio y multitud de enlaces a las distintas ofertas turísticas a lo largo del resto de la página. Cabe mencionar que esos últimos enlaces no se corresponden con el contenido del menú de navegación.

En el menú de navegación encontramos enlaces a contenido enciclopédico en las secciones de “Qué ver” y “Qué hacer”, contenido del tipo listado en las secciones “Alojamiento”, “Restaurantes” y “Planos y guías”, mientras que en las secciones de “Provincia” y “Noticias” tienen contenido dinámico que cambia frecuentemente.

Tres de estas secciones tienen un menú desplegable para acceder a la información más detallada. La página en inglés, a la que se accede a través de las banderas de la parte superior izquierda, tiene menos opciones en el menú de navegación, parte de los enlaces llevan a páginas en construcción o al contenido en español directamente y aunque la página de inicio es muy similar a la versión en español, varias secciones han sido remodeladas y reducidas para el público extranjero.

El avatar de la cultura segoviana es su acueducto, con lo que la historia y la arqueología también se tratan en profundidad en la página.

El recuento de *realia* es el más reducido del trabajo, por la dificultad para encontrar términos equivalentes. Presentamos un resumen de los datos del glosario antes de proceder con el análisis:

| <i>Realia</i> por técnica de traducción |    | <i>Realia</i> por temas |    | <i>Realia</i> por tipo de palabra |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 13 | Gastronomía             | 8  | Sustantivos                       | 22 |
| Calcos                                  | 1  | Acontecimiento          | 0  | Adjetivos                         | 3  |
| Equivalencias                           | 6  | Historia                | 4  | Verbos                            | 0  |
| Generalizaciones                        | 4  | Tradiciones             | 0  | Total                             | 25 |
| Explicitaciones                         | 1  | Religión                | 8  |                                   |    |
| Explicaciones                           | 0  | Arquitectura            | 2  |                                   |    |
| Adaptación                              | 0  | Ubicación               | 1  |                                   |    |
| Omisión                                 | 0  | instrumento             | 0  |                                   |    |
| Modulación                              | 0  | ropa                    | 0  |                                   |    |
| Total                                   | 25 | ciudad                  | 0  |                                   |    |
|   |    | universidad             | 0  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 0  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 2  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 25 |                                   |    |

Fig. 10 Tabla con los resultados de Segovia

### 3.2.1.2 Cultura:

Segovia es una ciudad con su cultura firmemente establecida en la acepción más clásica de la cultura; historia, arte, arquitectura, religiones... Los principales *realia* aparecen por tanto en estas áreas del conocimiento, junto con la omnipresente gastronomía.

En cuanto a la cultura histórica, resulta interesante destacar que la ciudad conserva, valora y promociona épocas muy distintas. Por supuesto que el acueducto ocupa una parte sustancial del turismo de Segovia y la cultura romana tiene un espacio más amplio que el resto de épocas.

No obstante, hay varias menciones a los celtíberos, época prerromana, y a la Edad Media. La arquitectura está especialmente ligada a la historia a partir de la Edad Media, el estilo plateresco... y tiene una fuerte conexión la Edad Media y la España de las tres culturas.

Como ya hemos visto en otros sitios web, el territorio castellanoleonés pasó un tiempo siendo frontera entre culturas en tiempo de guerra y crisol de tres religiones en

tiempo de paz. Segovia lo demuestra con *realia* que pertenecen, efectivamente a la arquitectura judía, como las sinagogas, o a la organización por barrios, como la aljama.

Varias secciones de la web han sido eliminadas o han sufrido una remodelación. La página completa sufre una remodelación completa y una reducción considerable de la oferta informativa:



Fig. 11 Web de Segovia en español (Concejalía de turismo de Segovia: s.f.)

Fig. 12 Web de Segovia en inglés (Concejalía de turismo de Segovia: s.f)

Esta reducción en el contenido se debe a dos motivos. Por una parte, aunque aquí vemos que el aspecto visual de la portada es muy similar, navegando más, podemos ver que incluso el estilo de la web varía. El diseño en inglés es más práctico para manejar una cantidad de información menor.

En la página de gastronomía vemos con más facilidad la variación, cómo se traduce el primer párrafo y se omite el resto. Con esta cantidad menor de información se pretende separar al turista español y al internacional, considerando que el turista extranjero busca otro tipo de información y no tiene el bagaje cultural para entender ciertas particularidades de la cultura de Segovia.

Por otra parte, la página aún está en construcción, como nos avisan en algunas secciones para las que hay un párrafo de explicación, uno de disculpa y un enlace a la misma página en español.

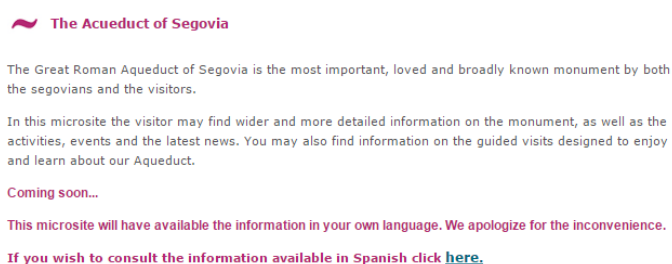


Fig. 13 Página de la web de Segovia en construcción (Concejalía de turismo de Segovia: s.f.)

### 3.2.1.3. *Realia* y traducción:

La reducción de información y reorganización de la página de la que hablábamos, tiene importantes consecuencias en la labor del traductor: le da más autonomía para elegir qué es más importante y dónde está el límite de atención de un lector inglés. Sin embargo, dificulta mucho nuestra labor de búsqueda de *realia*, puesto que parte de los términos originales quedan eliminados con las páginas a las que pertenecían, parte están en una nueva ubicación y parte hay que buscarlos en una reescritura completa de un párrafo.

Los *realia* que hemos encontrado, se han traducido principalmente mediante préstamos, aunque tres de los trece ejemplos tienen una pequeña adaptación gráfica; han eliminado las tildes. El cambio es mínimo, pero se ha señalado en el glosario.

#### Gastronomía

Sorprendentemente, solo cuatro de los préstamos son relativos a la gastronomía. El resto de préstamos se reparten entre la historia el arte y, sobre todo, las tres religiones. La gastronomía, a pesar de depender fuertemente de los préstamos, recurre aquí frecuentemente a la generalización. Le basta mencionar el ingrediente principal y el hecho de que se trata de cocina local para hacerse entender.

#### Historia

Destaca un préstamo que requiere un poco más de explicación: Nobles Linajes → Nobles Linajes (*Noble Lineages*) A pesar de que el traductor ha decidido conservar el préstamo, ha añadido además una explicación. Esta práctica no es tan extraña en el ámbito turístico, pero en este caso, la explicación en sí está formada por dos préstamos franceses que ya han entrado a formar parte del vocabulario habitual del inglés.

Encontramos un calco, aunque probablemente se trate de un error, pero es relevante porque el término aparece al hablar de Ávila:

(Ávila) Reyes Católicos → *Catholic Monarchs*

(Segovia) Reyes Católicos → *Catholic Kings*

La traducción de Ávila, al igual que el término español, puede entenderse como un conjunto de reyes y reinas o un rey y una reina, puesto que en español el masculino es el género que usamos para un conjunto plural con hombres y mujeres. La palabra *monarch* tampoco tiene un género específico.

Sin embargo, *Kings* es la palabra inglesa para referirse a un monarca masculino, por lo que el término en plural se refiere inequívocamente a varios reyes varones. Todo el que conozca algo de la cultura española sabe que “Reyes Católicos” se refiere a un rey y una reina. Un glosario común hubiese evitado este tipo de error, sobre todo teniendo en cuenta que en Ávila ya se había traducido con más acierto.

### Sobre las técnicas de traducción

No podemos decir que el traductor pretenda exotizar la traducción, a pesar del número de préstamos, puesto que si se suman el número de ocasiones en las que se han usado técnicas para naturalizar la traducción, vemos que constituyen exactamente la mitad de los términos. Es decir, en el 50 % de las ocasiones tiende a naturalizar y en el otro 50 % tiende a exotizar.

Para resumir, lo más destacable del sitio web de la Concejalía de Turismo de Segovia es su remodelación y reducción de contenidos en su versión inglesa. Llama la atención que las técnicas de traducción estén muy equilibradas entre la naturalización y la exotización. La traducción se adapta al estilo de la página original y cede, o al menos comparte, el habitual protagonismo de la gastronomía con la cultura histórica y religiosa.

## 3.2.1. Valladolid:

### 3.2.1.1. Introducción



Fig. 14 Web del Ayuntamiento de Valladolid (s.f.)

La web del Ayuntamiento de Valladolid tiene no uno sino dos menús de navegación. Uno en la parte superior, más simple, y otro en el lateral izquierdo, más complejo y con menús desplegable. El menú superior tiene enlaces repetidos en el lateral y no parece haber un motivo aparente para separarlos salvo quizá para llamar la atención.

El resto de la página de inicio está compuesto por material dinámico que se actualiza cada pocos días con la agenda y las noticias. Este sitio web sigue una estructura de árbol, con información cada vez más concreta

Al hacer clic, la mayoría de los enlaces nos llevan a una página con cuatro partes: el contenido relevante, alguna imagen, enlaces a contenido dinámico similar y noticias. Otras páginas ofrecen el contenido relevante y una nueva ramificación de opciones.

La web sigue un orden claro y la versión en inglés, a la que se accede través del menú desplegable de la parte superior derecha repite el patrón. La versión en inglés, no obstante, tiene fragmentos en el idioma original, no solo en el contenido que cambia constantemente, sino en el contenido estático.

Valladolid ha seguido desde el principio un estilo de redacción con el que evitaba todos los *realia* posibles, por lo que no sorprende que su método de traducción principal sea la equivalencia.

El elemento cultural distintivo de Valladolid es la enología, y es este tema el que está más desarrollado en la página web del Ayuntamiento.

Incluimos una tabla con el resultado directo del glosario, que vemos en profundidad durante el análisis.

| <i>Realia</i> por técnica de traducción |    | <i>Realia</i> por temas |    | <i>Realia</i> por tipo de palabra |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 11 | Gastronomía             | 26 | Sustantivos                       | 49 |
| Calcos                                  | 9  | Acontecimiento          | 4  | Adjetivos                         | 1  |
| Equivalencias                           | 19 | Historia                | 2  | Verbos                            | 0  |
| Generalizaciones                        | 4  | Tradiciones             | 5  | Total                             | 50 |
| Explicitaciones                         | 1  | Religión                | 6  |                                   |    |
| Explicaciones                           | 4  | Arquitectura            | 0  |                                   |    |
| Adaptación                              | 1  | Ubicación               | 5  |                                   |    |
| Omisión                                 | 1  | Instrumento             | 0  |                                   |    |
| Modulación                              | 0  | Ropa                    | 0  |                                   |    |
| Total                                   | 50 | Ciudad                  | 2  |                                   |    |
|   |    | Universidad             | 0  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 0  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 0  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 50 |                                   |    |

Fig. 15 Tabla con los resultados de Valladolid

### 3.2.1.2. Cultura:

La cultura de Valladolid difiere bastante de la cultura del resto de provincias por su condición de capital. Las actividades y atracciones turísticas están enfocadas de forma más abierta y moderna: Las fiestas y su presentación en el sitio web aspiran a atraer un público más internacional que las otras provincias, por lo que el lenguaje que usa este sitio web es más simple y fácil de traducir en comparación con otros sitios, con estilos más floridos.

Valladolid tiene muchas ramas de turismo especializado; desde Titirimundi hasta conciertos étnicos. Uno de los mejores ejemplos de atracción turística moderna e internacional de carácter especializado es Pingüinos, la concentración de motos anual. La página del sitio web que describe la concentración, lo hace de forma muy genérica y sin *realia* apreciables.

Los motivos de que este turismo se trate de forma indistinta mezclan razones de publicidad, imagen de la ciudad, conveniencia, seguimiento... lo cual no significa que no se usen términos especializados, ni que no se estén creando *realia*, sino que se elige restringir su uso y evitarlos en la comunicación oficial.

Encontramos la misma escasez de *realia* en los conciertos y espectáculos, que a pesar de ser una parte integral de la cultura lúdica vallisoletana, son acontecimientos efímeros o anuales, por lo que tienen un impacto moderado en la vida cotidiana de los ciudadanos. No duran lo suficiente como para crear *realia*.

Otro tipo de turismo que ofrece Valladolid y que la diferencia de otras provincias es el de los viajes de negocios o turismo de conferencias y congresos. Debido a esto, hay una sección exclusivamente dedicada a este tipo de viajes, que tienen unas características muy específicas. Los turistas de este tipo tienen otro tipo de necesidades, frecuentemente menos lúdicas que el turista medio.

A pesar de que el turismo de conferencias tiene una importancia vital en la traducción, sus características hacen que sea raro encontrar *realia* y usa, nuevamente, un lenguaje muy genérico, por lo que no encontramos representación de este tipo de turismo en el glosario de este trabajo.



### 3.2.1.2 Realía y traducción:

Teniendo en cuenta los esfuerzos realizados para que la página tenga un lenguaje accesible y sea fácil de traducir, resulta sorprendente, cuando no chocante, que aparezcan secciones de la página sin traducir. No solo las partes dinámicas como la agenda o las noticias, sino incluso parte de los menús iniciales.



Fig. 16 Botones de navegación sin traducir (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)

Como se puede ver en la captura de pantalla, el botón de navegación a “congresos” se ha dejado sin traducir, lo cual parece más un error que una elección consciente, dado el carácter marcadamente internacional del turismo de congresos. No obstante, es mucho más flagrante el caso de otro tipo de turismo especializado, el del aprendizaje de idiomas, cuyo botón de navegación “aprende español”, técnicamente solo entenderían aquellos que ya supiesen al menos algo de español.

#### Gastronomía (enoturismo)

El aperturismo de la página facilita, aunque no asegura, una traducción sencilla, pero dificulta la búsqueda de *realía*. De nuevo, la gastronomía es nuestra principal fuente de términos culturales, pero Valladolid cuenta con una oferta cultural especializada más, y esta tiene mucho más prestigio que los títeres o las conferencias, más seguimiento que el turismo de aprendizaje y que se mantiene activa a lo largo de todo el año, a diferencia de los conciertos o de Pingüinos.

Se trata del enoturismo (que aparece en el menú resaltado de la captura de pantalla). Es complicado mantener la enología y la gastronomía en un único grupo en el caso de Valladolid, porque mientras que otras provincias hacen un comentario más o

menos grande del vino y viñedos de la zona en función de la importancia de sus vinos, Valladolid ocupa varias páginas en el tema.

De hecho, Valladolid ha creado estructuras alrededor de la experiencia enológica; así, encontramos el “Vino Bus”, por ejemplo, y podemos ver una sección-glosario dedicada únicamente a familiarizar al internauta con los términos frecuentes en el ámbito de la enología, tanto en inglés como en español.

El vino es un pilar básico en la cultura y el turismo de Valladolid por méritos propios. Tanto es así, que 13 de los 25 términos relacionados con la gastronomía son, además, parte de la cultura del vino; su elaboración, su tratamiento o su consumo.

La enología es un tema tan arraigado que ha generado una gran cantidad de vocabulario. Algunos de estos términos son completamente generales, como “añada”, mientras que otros se han creado a medida que el vino se volvía un tema especializado, como “amontillado”, tomando prestados términos generales y dándoles una definición nueva.

Los términos especializados no se han incluido en el glosario por la diferencia que marcábamos en la teoría; aunque aparezcan en una página dirigida al público general, están pensados para la comunicación entre expertos, al contrario que los *realia*.

Sin embargo, hay una tercera categoría de palabras que surgen por la proximidad de los hablantes no especializados y el tema. Se produce un contagio difícil de cuantificar en el que los términos especializados se banalizan para su uso cotidiano. Los vallisoletanos, al tener la enología como cultura activa durante todo el año, se vuelven más sensibles a diferencias como “cata” y “degustación” y se familiarizan con términos como “sarmiento”.

Es muy complejo poner límites a la especialización y la cultura general en estos casos, sobre todo porque hay que tener en cuenta el nivel de cultura individual de los hablantes. Los términos elegidos para el glosario tienden a ser los más generales, a falta de un juez más apropiado.

Sería interesante que alguien no especializado, pero con el bagaje cultural de Valladolid, indicase qué otros términos aparentemente especializados han logrado hacerse un hueco en el lenguaje cotidiano.

## Sobre las técnicas de traducción

Como ya hemos visto, el turismo en Valladolid procura tener en cuenta a su público internacional y redacta en consecuencia. No es de extrañar que la misma tendencia continúe en el tratamiento de la traducción: los préstamos aparecen únicamente en 11 ocasiones, cuatro de las cuales van acompañadas de más explicaciones. Los calcos se usan 11 veces, dos con explicación incorporada, pero el recurso más utilizado es la equivalencia, en 19 ocasiones.

Se han usado otros métodos en menor medida; se ha generalizado en cinco ocasiones, se ha dado una explicación en cuatro y en una ocasión cada uno se han usado la explicitación, la adaptación y la omisión.

Vemos, por tanto, que en más de la mitad de los términos se ha intentado acercar la cultura original a la inglesa, aunque no han sido tan estrictos como en otros sitios web con la elección del estilo de traducción. El foco de exotización está en la gastronomía; son siete los préstamos puros que encontramos, sin otros métodos de adaptación o explicación, y cinco de ellos son gastronómicos.

El resto de *realia* ocupan temas como religión (“auto de fé”), iniciativas de la ciudad (“Ríos de Luz”) o acontecimientos (“Pingüinos”, “Semanas Locas del Comercio”, “Nuestra Señora de la Asunción” y “Fiestas Taurinas de San Pedro Regalado”).

Otro tema con bastantes *realia* es el de las tradiciones, en el que se pueden incluir muchos de los términos marcados como acontecimientos, aunque hay una distinción en la traducción. Mientras que para las tradiciones hay una tendencia a neutralizar el contenido cultural, los acontecimientos presentan tres de los pocos préstamos en este sitio web (aunque no sean préstamos puros).

La razón es que las tradiciones están más dirigidas al turismo interior, llevan implícita una carga mayor y más exclusiva de contenido cultural, como el “entierro de la sardina”. Una traducción que reflejase todo ese contenido requeriría una explicación larga y pesada. Los acontecimientos como “Pingüinos” pueden llamar la atención de más público internacional que no está interesado en la carga cultural sino en el evento en sí; en tal caso es más importante reconocer el nombre en un panfleto que entender el concepto.

Sorprendentemente, los cinco términos que hacen referencia a ubicaciones no optan por el préstamo, sino que usan principalmente el calco y la explicación. Se podría pensar que, por norma, los lugares deben permanecer en el idioma original para que el

turista identifique con facilidad señales en la calle o en los mapas, pero esta norma no es infalible, sino que el contenido cultural e incluso el lingüístico, puede sobrepasar la necesidad práctica.

Además, a medida que se normalicen aplicaciones como *Word Lens* y otras aplicaciones de traducción automática más sofisticadas, el imperativo del préstamo irá perdiendo importancia y ofreciendo alternativas.

El sitio web del Ayuntamiento de Valladolid tiene una serie de curiosidades que no hemos visto de forma tan obvia en las otras provincias. Para empezar con la que sí hemos visto:

(Segovia) Nobles Linajes → Nobles Linajes (*Noble Lineages*)

(Valladolid) auto de fé → *autos-da-fé*

En Segovia se ha mantenido el préstamo puro para el término “Nobles Linajes”, pero se ha combinado con una traducción aclaratoria a través de un tercer idioma, el francés “*Noble Lineages*”. En Valladolid, el término “auto de fé” no ha conservado el préstamo puro, sino que ha usado la forma “auto-da-fe” del portugués. Esta forma, guiones incluidos, está acuñada y se puede encontrar en diccionarios monolingües de inglés como el *Merriam Webster* y la *Enciclopedia Británica*, pero no deja de sorprender que la traducción proceda de una tercera lengua.

Este doble préstamo apoya la división de culturas en función de su cercanía que hemos visto en la teoría. En este caso, Portugal y España comparten cultura histórica en lo referente a la inquisición; son culturas cercanas. La cultura inglesa, en cambio, es una cultura distante tanto a España como a Portugal, pero cuando el suceso llegó a oídos ingleses, cristalizó el término portugués.

Otra curiosidad que cabe mencionar concierne al tipo de palabra de los *realia*. Ya hemos visto en otros sitios web que lo más común es encontrar sustantivos y una cantidad ínfima de verbos y adjetivos. En este sitio encontramos que todos los términos son sustantivos salvo por el adjetivo “benedictino”, e incluso este término es únicamente la forma abreviada de “monje benedictino”.

Otra de las curiosidades es el uso de la omisión. Es un método común en la traducción turística, pero no se usa demasiado en las páginas de Castilla y León. Su uso está muy extendido en medios con una restricción de espacio muy limitada, como los folletos, y su aplicación práctica entorpece más de lo que ayuda a nuestro glosario, porque

deja a nuestros términos originales sin correspondientes meta. Sin embargo, su importancia en la traducción de *realia* bien merece al menos una mención.

La omisión de *realia* puede responder, como mencionábamos, a una cuestión de espacio, pero puede responder por igual a una necesidad comunicativa que sería insalvable e otro modo; claridad y concisión. Es decir, este método es particularmente útil cuando hay una enumeración de *realia* o cuando estos términos se concentran en un espacio reducido.

La omisión es un tipo de compensación que funciona igual que la generalización a la hora de mantener la carga cultural equilibrada. La generalización hace menos pesada la tarea de leer acerca de una cultura sobre la que no se tienen conocimientos profundos.

Cualquier adaptación, calco o préstamo exige al lector meta un pequeño esfuerzo de comprensión extra que el lector original no tiene que hacer. Acumular muchos *realia* en un párrafo hace que el esfuerzo se acumule exponencialmente y que el texto sea mucho más difícil de asimilar para el lector casual, sobre todo si no está familiarizado con los *realia* mencionados o con la cultura tratada (Kelly 1997: 35)

Sin embargo, la omisión suele ser una técnica más relacionada con la macro estructura, los párrafos o los textos en su conjunto. Nosotros nos centramos en el tratamiento de los términos mediante el glosario, por lo que la omisión no es tanto una técnica que se aplique a ellos, como algo que sucede en la oración y que afecta a los *realia* de forma secundaria.

Por ejemplo, en los textos que hemos tratado, Segovia y Palencia han hecho cambios en el orden y el número de párrafos. Segovia incluso hace cambios estructurales en la mecánica del sitio web para adaptarse al público extranjero. Se han eliminado, renombrado o movido páginas y se han recortado párrafos enteros que contenían información demasiado específica para un lector meta sin el conocimiento cultural presupuesto en el lector original.

Estos dos sitios han anulado muchos *realia* mediante omisión, pero al ser un tratamiento aplicado a párrafos enteros y no directamente a los *realia*, hemos decidido conservarlo únicamente como mención.

En este caso, en el sitio web del Ayuntamiento de Valladolid, es muy evidente que la omisión es consecuencia del *realia* y la omisión está lo bastante contenida como para que el ejemplo funcione con claridad:

“En Valladolid se celebra este festejo popular con desfiles, comparsas, mascaradas y disfraces y actos tan tradicionales como el entierro de la sardina.”

“Currently, the Carnival is a popular festival with parades, floats, masquerades and costumes.”

Entierro de la sardina → ∅

Es todo el último factor de la enumeración el que ha sido omitido, pero la carga semántica está en el *realia*, por lo que es lógico que con el término desaparezcan todos los elementos lingüísticos que dependían de él.

La última de las curiosidades que queremos destacar de este sitio tiene que ver con la traducción de *realia* de formas distintas en la misma página. Esto puede suceder por varias razones. Por una parte, puede deberse a un desdoblamiento del término; que un término haga referencia a dos conceptos en la lengua meta (aunque no es algo muy común en los *realia*, por ser términos culturales muy específicos).

Puede darse el caso de que se deba a razones estilísticas, es decir, que los dos términos estén ahí para evitar que en un texto se repita demasiado cierta palabra y se use un sinónimo en su lugar. Se elige hacer esto sobre todo cuando el idioma original es el inglés y el de destino es el español, porque en español consideramos la repetición una imperfección, un error o una característica negativa por implicar un vocabulario u originalidad escasos.

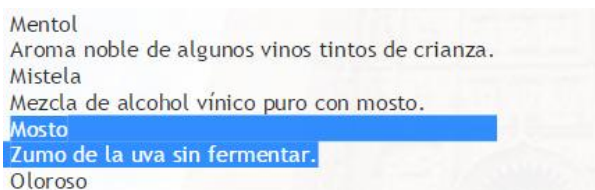
En inglés, la repetición de términos es una característica más neutra en los textos. Indica énfasis en el término y coherencia o cohesión, para dar uniformidad al texto. Solo se suele recomendar usar sinónimos en los ámbitos literarios. Por eso resultaría extraño que en los textos que estamos tratando, en los que la lengua meta es el inglés, se elija usar más términos en que en español.

Por último, el desdoblamiento puede ser resultado de un simple error de coherencia interna. Es el caso más probable y una consecuencia frecuente en las traducciones realizadas sin bases terminológicas, hechas por varios traductores sin contacto entre ellos o traducidas en distintos encargos en distintos momentos a distintos traductores.

El término desdoblado en este sitio web es “mosto”, que, por supuesto, forma parte del ya mencionado pilar cultural de Valladolid que es la enología. Los dos términos por los que se traduce son “*must*” y “*grape juice*”.

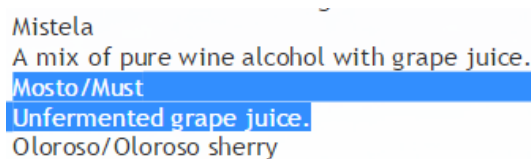
Podría darse el caso de que se emplease un término para referirse al derivado de la uva como paso previo a la fermentación y su sinónimo para referirse al producto completo y listo para su consumo, al margen del resto de pasos en el proceso de elaboración del vino.

Puede ser una referencia a los tipos de mosto, puesto que incluso en español, una búsqueda superficial nos demuestra que existe el “mosto apagado”, el “mosto concentrado” y el “mostillo”, que son términos especializados para definir diferencias entre ellos. Para averiguar qué es lo que ha causado la división del término, podemos visitar el glosario de enología que aparece en la sección de enoturismo:



Mentol  
Aroma noble de algunos vinos tintos de crianza.  
Mistela  
Mezcla de alcohol vínico puro con mosto.  
**Mosto**  
Zumo de la uva sin fermentar.  
Oloroso

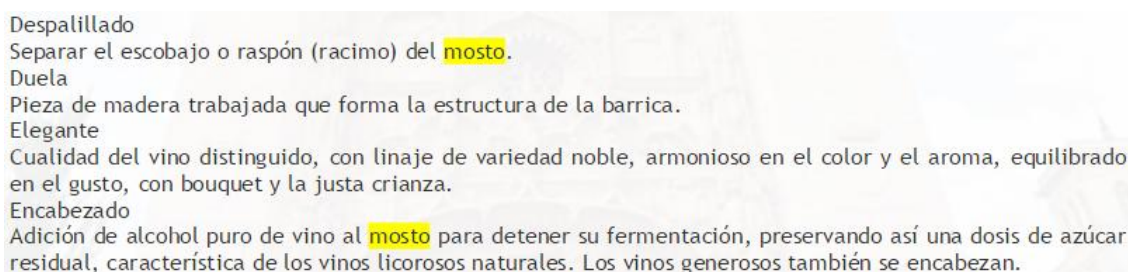
Fig. 17 Definición de “mosto” en el glosario de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)



Mistela  
A mix of pure wine alcohol with grape juice.  
**Mosto/Must**  
Unfermented grape juice.  
Oloroso/Oloroso sherry

Fig. 18 Definición de “mosto” en el glosario del sitio de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)

Podemos ver que han elegido el término “*must*” para traducir “mosto”, y lo han definido en español como “zumo de uva”, que se ha traducido como “*grape juice*”. Sería de esperar que se use “*must*” en todo el sitio web, pero no es así. Se puede considerar que “*must*” es el término que usa la traducción cuando hay un contexto más especializado y que “*grape juice*” es el término para el contexto más familiar o general. Sin embargo, vemos en las figuras 19 y 20 tres ejemplos en esa misma sección semi-especializada en los que se habla de mosto que se han traducido sistemáticamente como “*grape juice*”.



Despalillado  
Separar el escobajo o raspón (racimo) del **mosto**.  
Duela  
Pieza de madera trabajada que forma la estructura de la barrica.  
Elegante  
Cualidad del vino distinguido, con linaje de variedad noble, armonioso en el color y el aroma, equilibrado en el gusto, con bouquet y la justa crianza.  
Encabezado  
Adición de alcohol puro de vino al **mosto** para detener su fermentación, preservando así una dosis de azúcar residual, característica de los vinos licorosos naturales. Los vinos generosos también se encabezan.

Fig. 19 Ejemplos de uso de la palabra “mosto” (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)

Vemos que aunque en apariencia “*must*” es la traducción que ellos ofrecen en su glosario, el término no vuelve a aparecer en el resto de definiciones ni en la página, sin importar el grado de especialización. Finalmente no hemos incluido el término como “*must*” en el glosario. Sí hemos introducido, en cambio, el término como “*grape juice*”, porque es la traducción real que se usa frecuentemente en el resto del sitio web.

Descube  
 The process of emptying the container in order to separate the wine from the grape skins.  
 Despalillado  
 Separating the stalks from the **grape juice**.  
 Duela  
 Pieces of wood worked to form the shape of a barrel.  
 Elegante/Elegant  
 A wine of quality made from a top class grape variety, with a harmonious colour and aroma, a well balanced taste and a well-aged bouquet.  
 Encabezado  
 The addition of pure alcohol to the wine **grape juice** in order to stop the fermentation, thus preserving a residual amount of sugar, characteristic of natural fortified wines.

Fig. 20 Definición de “mosto” en el glosario del sitio de Valladolid (Ayuntamiento de Valladolid: s.f.)

Para resumir Valladolid, destaca su situación como capital como razón fundamental en la decisión de hacer la página más neutra, salvo en la gastronomía. Se ha seguido el mismo criterio en la traducción, aunque no se han evitado completamente los préstamos. Las excepciones han sido las más interesantes. La omisión que hemos analizado nos plantea cómo los *realia* no son un fenómeno aislado, sino que afectan al resto del texto y la traducción, aunque parezca que es un tema exclusivamente relativo a la terminología.

El desdoblamiento de la traducción de “mosto” y la enología nos permite recrearnos un poco en las diferencias y similitudes entre *realia* y terminología especializada. Además, a través del préstamo portugués reafirmamos lo dicho anteriormente sobre la división de culturas y con este sitio web confirmamos con claridad que el sustantivo es el tipo de palabra más frecuente entre los términos *realia*.

Por último, el glosario que incluye el sitio sobre enología es una adición interesante que, no se ha creado con la traducción en mente, pero plantea opciones para la traducción de páginas web, como la de añadir un diccionario en colaboración con el desarrollador.

### 3.3. Páginas traducidas en su totalidad

Las páginas que analizamos a continuación han supuesto problemas puntuales de traducción, e incluso algunas omisiones amplias, como en el caso de Palencia, pero a diferencia de las anteriores, no se han encontrado secciones importantes sin traducir o a medio traducir.

#### 3.3.1 Ávila:

##### 3.3.2. Introducción



Fig. 21 Página web del Ayuntamiento de Ávila (s.f.)



La página web del Ayuntamiento de Ávila es la que tiene más material enciclopédico tanto en inglés como en español. Es un sitio claramente organizado y que también presenta un inicio similar a un portal de servicios. El idioma se puede cambiar en la parte superior derecha y hay un mapa del sitio en la parte inferior.

En el cuerpo de la página tenemos el menú de navegación dividido en dos según importancia y el resto de la página está ocupada por enlaces dinámicos a otras secciones importantes.

La navegación del sitio es sencilla y tiene estructura de árbol, lo que facilita la búsqueda de información, y los enlaces de la página de inicio se corresponden con secciones concretas y accesibles a través del menú de navegación. Esto hace que la experiencia usando este sitio web resulte eficiente en los dos idiomas disponibles.

La página de Ávila tiene dos focos principales de atención: Su muralla y Santa Teresa de Jesús. Los personajes históricos y la arquitectura que rodean estos dos elementos están igualmente cuidados.

Incluidos a continuación una tabla con los datos extraídos de los *realia* de este sitio para su análisis:

| <i>Realia</i> por técnica de traducción |    | <i>Realia</i> por temas |    | <i>Realia</i> por tipo de palabra |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 16 | Gastronomía             | 12 | Sustantivos                       | 45 |
| Calcos                                  | 6  | Acontecimiento          | 0  | Adjetivos                         | 4  |
| Equivalencias                           | 22 | Historia                | 6  | Verbos                            | 1  |
| Generalizaciones                        | 3  | Tradiciones             | 0  | Total                             | 50 |
| Explicitaciones                         | 1  | Religión                | 17 |                                   |    |
| Explicaciones                           | 1  | Arquitectura            | 9  |                                   |    |
| Adaptación                              | 1  | Ubicación               | 4  |                                   |    |
| Omisión                                 | 0  | instrumento             | 0  |                                   |    |
| Modulación                              | 0  | ropa                    | 0  |                                   |    |
| Total                                   | 50 | ciudad                  | 2  |                                   |    |
|   |    | universidad             | 0  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 0  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 0  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 50 |                                   |    |

Fig. 22 Tabla con los resultados de Ávila

### 3.3.3. Cultura

El centro de la cultura de Ávila según la página de su ayuntamiento es su muralla, que está presente de forma continua a lo largo de todos los textos y vemos que el epíteto predilecto para esta ciudad es “La ciudad amurallada”.

No obstante, la traducción del epíteto es un calco en el que se puede perder la connotación cultural, el impacto que tiene en la vida de los abulenses. “*The walled town*” no tiene ninguna connotación para un público anglosajón, pero su repetición a lo largo del texto en 32 ocasiones hace hincapié en su relevancia.

Otro de los pilares de la cultura que nos ofrece este sitio web es la religión. En este caso, Ávila es un área en la que confluyen las tres culturas, aunque esas tres culturas se tratan de forma distinta. En ese ámbito encontramos términos poco relacionados con la cultura anglófona, pero más cercanos a la cultura árabe.

El cristianismo está muy extendido en el mundo, pero el “Camino Jacobeo” es un fenómeno esencialmente Español, que, a pesar de su carácter español, tiene el suficiente prestigio internacional como para tener una traducción oficial. Encontramos el Camino de Santiago en la mayor parte de páginas castellanoleonesas, aunque el camino no pase por la provincia en cuestión.

La cultura judaica que podemos encontrar en este sitio web está extendida por otros países y tiene traducciones muy arraigadas. Encontramos la salvedad del término “aljama” (que incluía las religiones no cristianas) que se traduce simplemente por “*jewish quarter*”, lo cual excluye a la comunidad árabe. La razón es que el término no está solo ligado a la religión en términos generales sino a la cultura, historia y sociedad española en un ámbito más cotidiano y menos propenso a aparecer en libros de historia general.

#### 3.3.4. *Realia* y traducción:

Tenemos en esta página muchas traducciones que se decantan por el préstamo, sin que a este le acompañe explicación alguna. La consecuencia de esta elección es la exotización del texto. No obstante, hay que recordar que un exceso de préstamos entorpece la lectura del texto.

#### Gastronomía

La gastronomía es el tema con más *realia* en este sitio web, y se usa el préstamo para traducirlos, aunque no es así siempre. La tendencia general en el tema de la gastronomía es traducir mediante préstamo salvo las excepciones que tengan un equivalente lo bastante parecido. Los platos mencionados abarcan tanto especialidades locales (“judía barcense”, “carilla” o “cuchifrito”), como platos castellanoleoneses (“cochinillo tostón” o “yemas”) o incluso recetas más extendidas como “mantecados”, “empiñonado”, o “torrija”.

Los únicos términos del glosario que no se han traducido mediante préstamos son “cochinillo tostón” y “judía barcense”, que en la versión inglesa son “*roast suckling pig*” y “*haricot bean from El Barco*” respectivamente. Curiosamente, los platos principales tienen mayor tendencia a tener algún tipo de traducción aproximada que los postres y dulces.

Podemos señalar brevemente el *realia* “jesuitas”, que en este contexto no se refiere a ninguna congregación religiosa, sino a unos dulces típicos de Ávila. Como ocurre con muchos de estos términos, es el contexto lo que le proporciona a la palabra la cualidad de *realia*, tal y como menciona Terestyényi (2011: 15).

### Arquitectura

La arquitectura es un tema muy extendido, muy estudiado y al que se dedica una rama distinta de especialización. Por ese motivo, es fácil encontrar equivalentes a muchos de los términos. Incluso si un estilo concreto es particular de la cultura española, es muy posible que ya se haya estudiado y traducido anteriormente. Aún así, podemos encontrar ejemplos de *realia* que no tienen traducción alguna o que ya se han traducido anteriormente con préstamos por pertenecer a una subcultura muy particular.

Los términos más conocidos son los de la arquitectura Románica. No es particularmente sorprendente que en una comunidad autónoma llamada “Castilla y León” en al menos una de sus provincias abunden los términos referentes a los castillos y su entorno. Lo que llama la atención en esta provincia son los términos “cubo” y “lienzo”, que se refieren a las partes de la muralla.

Estos dos términos se pueden encontrar fácilmente en los sitios web de ciudades que conservan su muralla en pie, pero no son términos tan comunes en ciudades sin muralla o que no consideran los restos de su muralla como una parte vital de su patrimonio.

### Historia

El tema de la historia, igual que ocurre con la arquitectura, tiene una rama propia del conocimiento. La historia tiene la peculiaridad de afectar a muchos países, por lo que su terminología suele estar muy extendida.

Hay varios términos históricos como “Siglo de Oro” que pertenecen principalmente a la cultura española. Sin embargo, dado que la historia pocas veces se desarrolla sin

afectar a otros países, es un campo propenso a generar con el tiempo términos equivalentes; mucho más que la gastronomía.

Estas traducciones pueden ser exactas; no se aprecia una pérdida de connotación cultural significativa como sí ocurre en el caso de “hidalgo”. La figura del “hidalgo” era “*nobleman*”, parte de la nobleza, pero el término original “hijo de algo” era una manifestación del bajo estatus al que pertenecían en aquella sociedad estamentaria. El término en inglés es una generalización que permite la comprensión del texto a nivel básico, pero un español puede intuir más al respecto que un extranjero. Esta capacidad para leer entre líneas se pierde con las generalizaciones, pero el texto resultante es más directo y claro.

Al contrario que en el caso de la gastronomía, el traductor ha elegido naturalizar los *realia* de este tipo y acercarlos a la cultura meta. De modo que podemos ver una división en la preferencia del traductor por una técnica o por otra en función del tema, lo que nos da una idea de la autonomía de decisión que tiene el traductor.

### 3.3.2. Palencia:

#### 3.3.2.1. Introducción



Fig. 23 Sitio web de la diputación de Palencia (s.f.)

El sitio web de la diputación de Palencia tiene los enlaces de navegación repartidos a la derecha (enlaces principales), a la izquierda (información del tipo de listados y planos) y en la parte superior (información más interna).

Los enlaces de la derecha contienen información enciclopédica y se extienden para mostrar submenús al hacer clic. Parte de los enlaces llevan a buscadores internos, otros

llevan a artículos directamente y otros se ramifican en varias opciones más específicas antes de mostrar el artículo. Las dos características más destacables de esta web son su uso de la omisión y su lenguaje poético. En esta página, la atención está en el río y los paisajes principalmente.

A continuación incluimos una tabla con los datos extraídos de los *realia* de este sitio web para su análisis.

| <i>Realia</i> por técnica de traducción |    | <i>Realia</i> por temas |    | <i>Realia</i> por tipo de palabra |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 10 | Gastronomía             | 2  | Sustantivos                       | 50 |
| Calcos                                  | 7  | Acontecimiento          | 6  | Adjetivos                         | 0  |
| Equivalencias                           | 24 | Historia                | 2  | Verbos                            | 0  |
| Generalizaciones                        | 2  | Tradiciones             | 0  | Total                             | 50 |
| Explicitaciones                         | 0  | Religión                | 9  |                                   |    |
| Explicaciones                           | 5  | Arquitectura            | 3  |                                   |    |
| Adaptación                              | 1  | Ubicación               | 16 |                                   |    |
| Omisión                                 | 0  | instrumento             | 6  |                                   |    |
| Modulación                              | 1  | ropa                    | 6  |                                   |    |
| Total                                   | 50 | ciudad                  | 0  |                                   |    |
|   |    | universidad             | 0  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 0  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 0  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 50 |                                   |    |

Fig. 24 Tabla con los resultados de Palencia

### 3.3.2.2. Cultura:

El análisis de los *realia* de Palencia nos lleva a la conclusión de que su cultura se desenvuelve en el contexto del río y sus exclusas, la naturaleza, sus pueblos y sus paisajes. Uno de sus reclamos turísticos es el Camino de Santiago, y aunque hay una extensa sección dedicada a distintas rutas Jacobeas y paradas en el camino, nos encontramos con que el sitio web en su versión inglesa solo contiene una mención sucinta sin detalles.

Nos encontramos con la misma solución en varios otros sitios web en los que información muy detallada sobre temas particulares como el Románico se traducen en una pequeña mención, un resumen o solo se incluyen los párrafos introductorios.

Analizando el texto original, hemos encontrado que quien ha desarrollado el sitio web de la Diputación de Palencia, tiene un estilo original, más poético de lo que es frecuente en turismo. La prevalente función poética en todo el sitio web y la simplificación de la versión inglesa han hecho que sea difícil encontrar *realia* en estos textos.

Canal Recorre Palencia

What To Visit

What To Do

Plan Your Trip

Multimedia

Channel Crosses Palencia

Username:

Password:

OK

REGISTER HERE

### Inland Cerrato

This route will allow us to visit less-known, yet equally interesting areas of inland Cerrato. Our journey starts in the monumental city of Palenzuela, where we can explore several monuments like the medieval Castle, the monumental churches of Saint Eulalia and St. John the Baptist, the Arch of Peace, the former convent of Saint Francis or the chapel devoted to the local patron Our Lady of Allende el Río.

In this occasion, we will depart from Palenzuela to travel along the route followed by Charles V, which includes Torquemada and Dueñas. We will cross the River Arlanza to leave Palenzuela behind, and continue our journey on the N-622 national road to Villahán and Tabanera. We will branch off to Antiguada and visit the church of Our Lady of the Assumption, before continuing towards Espinosa and Cobos to visit the Chapel of Our Lady of Garón.

After relaxing in the rest area close to Fuente Garón, we will continue to Cevico Navero. We will see the Hermitage of Vilela on the roadside before travelling through the high moorland through which the "Burgales" cattle trail runs. The remains of the Monastery of Saint Pelejo herald the proximity of Cevico Navero. In Cevico, we can explore a refined Rolo de Justicia, the remains of the medieval rampart with two gateways, and the Church of Nuestra Señora de la Paz, a 13th-century Romanesque building, which has been subsequently reformed.

The Hermitage of Our Lady of Eras (Site of Cultural Interest), a 10th-century monument that was subsequently reformed in the 15th-century, is situated only six kilometres from Cevico, at Hérmedes de Cerrato. From Cevico, we will continue to Villacanco to visit the magnificent Romanesque church of Saint Julian and Saint Basilia, graced with a beautiful tower and two Romanesque apses.

Our next stop is at Baltanás, designated by the Catholic Monarchs as the Head of the "Merindad" of Cerrato. The city's streets are strewn with excellent examples of 16th and 18th-century civil architecture, amongst the most important of which are the Hermitage of Our Lady of Revilla on a hillside and the Church of Saint Emilianus.

An optional walking tour of approximately 30 km to the Dehesa de Tablada, close to Villavieudas and the ancient Puento del Pisuega at Reinoso de Cerrato, can also be arranged.

The town of Hornillos de Cerrato is located close to Baltanás.

You can explore the remains of the formerly impregnable fortress Castle of the Enriquez, the Church of Saint Michael, or the hermitage of Our Lady of Belvis. After visiting the gypsum kiln at the top of the hillside, we will cross over the railroad tracks and branch off to Valdecañas de Cerrato on our way to Torquemada. Before we enter the village, we will once again see the "Burgales" cattle trail and an interesting shepherd hut. At Valdecañas, we will visit a house whose facade is adorned with the Franciscan knotted rope and the Church of Saint Nicholas de Bari. From here, we will travel towards Tabanera and Villahán, ending our long and interesting journey where it started in Palenzuela.

Fig. 25 El sitio web de la diputación de Palencia, resumen en inglés (Diputación de Palencia: s.f.)

Qué Visitar

Actividades, Eventos, Publicaciones.....

Organiza tu viaje

Multimedia

Canal Recorre Palencia

Usuario:

Contraseña:

OK

REGISTRATE AQUÍ

### Cerrato Interior

Esta ruta del Cerrato interior nos propone visitar una de las zonas menos conocidas del Cerrato, pero no por ello altamente interesante. Iniciamos nuestro recorrido en la monumental villa de Palenzuela, donde podremos ver varios monumentos como su Castillo medieval, las monumentales iglesias de Santa Eulalia y la de San Juan Bautista, el Arco de la Paz, lo que fuera el convento de San Francisco o la ermita de la patrona local dedicada a Nuestra Señora de Allende el Río.

El museo de Palenzuela, que se aloja en la Torre del Reloj de la localidad, adosada a su ayuntamiento, fue inaugurado el pasado sábado, 1 de diciembre. Este nuevo Museo, alberga cantidad de "secuelas" de la lustre historia de la villa, de su yacimiento arqueológico y del patrimonio que atesoró con motivo de la importancia que tuvo como Alfoz y cabeza de Merindad. Una importancia que puede sentirse paseando por sus empinadas calles u observando sus numerosos edificios en piedra de sillar, los arcos de entrada a la antigua fortaleza -por cierto, uno de ellos y principal puede observarse "embebido" en dicha Torre del Reloj, majestuoso y bien conservado. O acercándose a sus edificios religiosos, o visitando el barrio "extamuros" que fue un antiguo reducido judío -sus estrechas callecitas lo demuestran-, y también comprobando la cantidad de entradas trazadas un arco de medio punto, o sus frecuentes blasones, o esos palacetes de arquitectura civil, algunos de ellos de estructura defensiva.




En otra ocasión desde Palenzuela podremos realizar la Ruta de Carlos V, en la cual están incluidas Torquemada y Dueñas. Abandonamos Palenzuela tras cruzar el río Arlanza y atravesamos la carretera nacional 622 dirección Villahán y Tabanera llegando hasta Antiguada, donde tras visitar su iglesia de Nuestra Señora de la Asunción tomaremos el desvío a la entrada del pueblo que se dirige hacia Espinosa y Cobos, para acercarnos hasta la Ermita de Nuestra Señora de Garón.

Tras reposar en el área de descanso y recreo entorno a la Fuente Garón tomaremos de nuevo camino esta vez dirección Cevico Navero. En nuestro camino dejaremos aun lado la Ermita de Vilela antes de atravesar la paramera por la cual discurre la Cañada Real Burgalesa. La cercanía de Cevico Navero nos la anuncian las ruinas del Monasterio de San Pelejo. Una vez en Cevico podremos ver un elegante Rolo de Justicia, restos de su muralla medieval de la que aun se conservan dos puertas y la iglesia de Nuestra Señora de la Paz, inicialmente románica del siglo XIII, pero con varias reformas posteriores.

A seis kilómetros de Cevico, en Hérmedes de Cerrato se encuentra la Ermita de la Virgen de las Eras (B.I.C.) interesante monumento del s.X con reformas del s.XVIII. Volviendo a Cevico nos encaminamos hacia Villacanco donde contemplaremos la magnífica iglesia románica de San Julián y Santa Basilia, que posee una bella torre y dos magníficos ábsides románicos.

Nos dirigimos a Baltanás Cabeza de la Merindad de Cerrato por nombramiento de los Reyes Católicos. A lo largo de las calles de la villa podremos ver buenas muestras de arquitectura civil de los siglos XVI y XVIII, de entre las que sobresalen la Ermita de la Virgen de Revilla elevada en altozano y la iglesia de San Milán.

También en Baltanás visitaremos el Museo del Cerrato, ubicado en el antiguo hospital de Santo Tomás, un edificio barroco fechado en 1782. Este museo es una fuente agotada del Ayuntamiento de Baltanás para dotar a la extensa comarca del Cerrato Castellano, (que abarca poblaciones de las provincias de Palencia, Valladolid, Burgos), de un Centro de Interpretación, donde queda representada la singular personalidad e idiosincrasia de un territorio poco conocido, en el cual existen una gran variedad de modelos de paisaje, historia, patrimonio y formas de vida.



Una vista opcional es el paseo por el espacio de la Dehesa de Tablada, en las cercanías de Villavieudas y el antiguo Puento del Pisuega en Reinoso de Cerrato, en los que invertiremos unos 30 km. entre ida y vuelta.

Cercano a Baltanás se encuentra Hornillos de Cerrato.

Donde podremos ver los restos de la otrora poderosa fortaleza Castillo de los Enriquez, la iglesia de San Miguel o la ermita de Nuestra Señora de Belvis. Tras ver las yeseras de la parte alta del cerro, tomaremos dirección Torquemada, pero antes de cruzar las vías de ferrocarril por un desvío nos dirigimos hacia Valdecañas de Cerrato. Antes de entrar en la localidad de nuevo volveremos a ver la Cañada Real Burgalesa y un curioso chozo de pastor. Ya en Valdecañas veremos una casa con coron fronsicano en su fachada y la iglesia de San Nicolás de Bari. Desde esta población volveremos hacia Tabanera y Villahán para terminar este largo y rico recorrido en donde lo iniciamos, en Palenzuela.

Fig. 26 El sitio web de la Diputación de Palencia, contenido en español (Diputación de Palencia: s.f.)

### 3.3.2.3. *Realía* y traducción:

En lo referente a los *realía* y su traducción, la principal concentración de *realía* se ha dado en el campo de la ropa tradicional, las fiestas y los instrumentos, que junto con los elementos del paisaje y los pueblos y el río, son los ámbitos en los que más se ha cuidado la traducción de los *realía*.

#### Gastronomía

El tema de la gastronomía es inusualmente escaso; resulta curioso que en este sitio web apenas hemos encontrado dos términos referentes a la gastronomía, por lo que la muestra es insuficiente para sacar conclusiones. Uno de ellos se ha traducido con un préstamo (“amarguillos”) y el otro se ha traducido por partes, (“sopa albada” por “‘albada’ soup”) la parte del término con un equivalente se ha traducido, mientras que la parte con más contenido cultural usa un préstamo.

Sucede lo mismo en el campo de los instrumentos, cuando el traductor se enfrenta al término “órgano realejo”, que traduce como “‘realejo’ organ”. Con esto el traductor facilita la comprensión sin renunciar por completo a la exotización del texto.

#### Rivera y campo

Los términos referentes al río han encontrado equivalente, dado que se trata de un tipo de terminología que suele surgir en la mayor parte de ciudades con ríos caudalosos. No obstante, aunque algunos términos son bastante reconocibles, otros pueden ser muy herméticos.

El nombre de los ramales podría haber permanecido sin traducir sin demasiadas consecuencias, pero se ha traducido, lo que denota un esfuerzo de normalización por parte del traductor. Les ocurre lo mismo a los términos que hacen referencia al paisaje, la naturaleza y los pueblos. De hecho, veintiséis de los términos que hemos extraído se han traducido mediante equivalencia.

Este esfuerzo de normalización se hace más evidente cuando vemos que los términos relativos a campos como la religión se han traducido mediante equivalencia de forma sistemática salvo por uno: “Auto de los Reyes Magos”.

## Elementos tradicionales

El área con más *realia* es el de los elementos tradicionales; ropa, instrumentos musicales, nombres de fiestas y acontecimientos... esta parte es la que contiene términos más marcados, difíciles de traducir e incluso de difícil comprensión para españoles que no tienen el mismo acervo cultural que los Castellanoleonese.

A pesar de las expectativas, los *realia* en esta sección se han traducido mediante equivalencias en su mayoría. Hay excepciones como “encierros” y otras opciones mixtas, como conservar el préstamo añadiendo una explicación. Esta última opción no es muy frecuente en turismo, aunque suele ser por razones de espacio que no son pertinentes en el caso de los sitios web.

## Sobre las técnicas de traducción

El hecho de que el traductor haya considerado usar calcos y explicaciones delata un esfuerzo considerable con la intención de normalizar la traducción. De hecho, entre los *realia* extraídos del sitio web de la Diputación de Palencia, sin hacer diferencia entre clases de *realia*, encontramos solo cinco préstamos puros, sin explicaciones o calcos que los acompañen.

No sorprende encontrar entre esos préstamos un representante de la gastronomía y uno taurino. El Cerrato es una palabra común usada como nombre propio, lo que explica que no se haya traducido. La Danza de la Pata es un ejemplo de fiesta en honor a un patrón; se acaba de explicar en el mismo párrafo y se dan otros ejemplos que tampoco se traducen. La elección de mantener el “rollo de justicia” en español es la más sorprendente de los cinco términos.

Los tres préstamos con una explicación añadida no son simples calcos, porque en los tres casos que tenemos al menos una palabra siempre explica la naturaleza del *realia* (“*dance*”, “*drama*” e “*instrument*”), lo que nos señala de nuevo la intención de naturalización del traductor.

Hay otro tipo de traducción que resulta curiosa porque el término original “soportales” no se mantiene, pero tampoco se explica o se busca un equivalente en inglés, sino que el traductor ha decidido usar “*porticos*”, el término italiano que es más conocido en el mundo anglosajón.



En resumen, de los *realia* seleccionados, el ámbito gastronómico, que suele ser el más prolífico en *realia*, no tiene prácticamente préstamos y la sección con más *realia* del sitio web tampoco presenta una cantidad considerable de préstamos. Parte de los préstamos que sí aparecen están explicados. Podemos afirmar sin temor a equivocarnos que la persona responsable de esta traducción ha intentado hacer invisible el esfuerzo de traducción naturalizando el texto meta.

No podemos saber si la redacción original y la traducción han sido fruto de personas distintas, pero el traductor ha reproducido el estilo poético y accesible del texto original; la decisión de mantener el número mínimo imprescindible de *realia* forma parte de esa elección estilística.

Vemos la importancia del traductor al elegir el método de traducción y cómo afecta al resultado final. A pesar de lo cual, hay varios *realia* para los que no ha encontrado equivalencia posible. Teniendo en cuenta el enorme esfuerzo que el traductor ha hecho para naturalizar el texto, esos *realia* no pueden ser fruto de un cambio de parecer repentino, sino de una fuerza mayor.

Con esto, parece lógico deducir que aunque el traductor juega un papel trascendental, hay una parte de la traducción sobre la que el traductor ejerce menor control. Si se considera la naturaleza de los *realia* que se han conservado como préstamos, podemos pensar que la distancia cultural alcanza a ser, como mínimo, uno de los factores que escapan al control del traductor.

### 3.3.3. Salamanca:

#### 3.3.3.1 Introducción

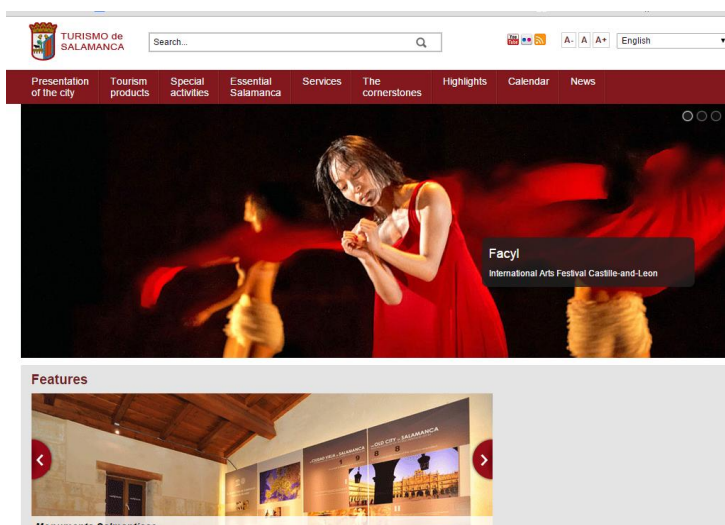


Fig. 27 Página del Patronato de Turismo de Salamanca (s.f.)

La página inicial del Patronato Provincial de Turismo de Salamanca tiene un menú de navegación en la parte superior, el cambio de idioma en la parte superior derecha, y una parte de promoción de los principales entretenimientos disponibles para el turista. En la parte inferior hay enlaces a distintos tipos de turismo, accesibles a través del menú.

El menú de navegación es desplegable y tiene estructura de árbol. La división que hace esta página es según tipos de turismo, por lo que el tipo de contenidos están menos definidos.

Está diseñada de forma que tanto en español como en inglés, no solo todo el contenido aparece en el idioma correcto (porque no hay sección para la agenda o las noticias sin traducir), sino que todos los enlaces llevan a páginas que están por completo traducidas. Es más, la sección de noticias, que en muchos casos se deja en español, aparece aquí traducida. Esta presentación es positiva para el turismo.

La página del Patronato de turismo de Salamanca cubre muchos temas distintos, aunque la universidad es exclusiva de esta provincia y tiene una sección propia.

A continuación incluimos los datos extraídos de esta página web a través del glosario para su análisis.

| <i>Realia por técnica de traducción</i> |    | <i>Realia por temas</i> |    | <i>Realia por tipo de palabra</i> |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 20 | Gastronomía             | 10 | Sustantivos                       | 44 |
| Calcos                                  | 6  | Acontecimiento          | 3  | Adjetivos                         | 3  |
| Equivalencias                           | 5  | Historia                | 7  | Verbos                            | 1  |
| Generalizaciones                        | 11 | Tradiciones             | 7  | Total                             | 48 |
| Explicitaciones                         | 1  | Religión                | 8  |                                   |    |
| Explicaciones                           | 4  | Arquitectura            | 5  |                                   |    |
| Adaptación                              | 1  | Ubicación               | 0  |                                   |    |
| Omisión                                 | 0  | instrumento             | 2  |                                   |    |
| Modulación                              | 0  | ropa                    | 1  |                                   |    |
| Total                                   | 48 | ciudad                  | 0  |                                   |    |
|   |    | universidad             | 2  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 3  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 0  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 48 |                                   |    |

Fig. 28 Tabla con los resultados de Salamanca

### 3.3.3.2. Cultura:

La cultura en Salamanca está muy ligada a su universidad, no solo en lo referente a la arquitectura y el lugar. La universidad es un edificio activo, que reúne un sector de la

población joven e igualmente activo; esta actividad se traduce en un turismo que promociona la vida nocturna y el contagio del ambiente universitario.

El contenido en las páginas de Salamanca es parco en temas religiosos y arquitectónicos, si se compara con los sitios del resto de provincias. Sin embargo, encontramos varios elementos literarios usados de forma cotidiana; no es una materia especialmente recurrente en sí misma, pero sí tiene un papel importante.

El tema de las tradiciones y los elementos que las componen forman una parte importante de la cultura salmantina junto con la gastronomía. La historia ocupa un puesto relevante, si bien suele hacer referencia o acompañar otros temas complementarios. Otros temas con mucha relevancia para la ciudad son la universidad, la literatura, la carne curada (como parte de la gastronomía).

### 3.3.3.3. *Realia* y traducción:

Bastantes de los *realia* de Salamanca han mantenido el préstamo en español en lugar de usar equivalencias. Esto no sorprende tanto como en el sitio web de la Diputación de Palencia. Al contrario que en esa provincia, el traductor aquí ha elegido conservar la mayor parte de los *realia* en español. Nuevamente, el mayor número de *realia* lo encontramos en la categoría temática de la gastronomía.

#### Gastronomía

De los diez *realia* gastronómicos, siete son una mezcla de calcos y préstamos que hacen obvia su condición de traducción. Tan solo tres de los términos se han traducido mediante generalización, haciéndolos, por tanto, más cercanos a la cultura meta. El inconveniente de las generalizaciones es la pérdida del referente cultural, sin embargo, uno de los calcos anteriormente mencionados, “*ham slicing*”, pone en evidencia que esa traducción tampoco logra hacer referencia al mismo concepto.

Jamón → *cured meat*

Embutido → *cold meats*

industria chacinera → *meat producing sector*

Una búsqueda rápida nos muestra que “*cured meats*” no se limita al jamón, sino que incluye los embutidos que aquí traduce como “*cold meats*”. Pero en el calco no usa ninguno de esos dos términos, sino “*ham*”, que aunque se refiere a la misma parte del cerdo, equivoca la forma de preparación.

Nuestro jamón es una carne curada, mientras que “*ham*” suele ser un plato cocido, por lo que incluso aunque la traducción se refiere a algo muy parecido, el referente cultural es completamente distinto.

#### Elementos tradicionales

La otra categoría temática con más *realia*, en la que contamos los elementos tradicionales tales como acontecimientos festivos, instrumentos, ropa o profesiones, tiene cinco préstamos, mientras que los otros tres *realia* seleccionados se han traducido mediante generalización, adaptación y explicación.

Los *realia* relativos a la universidad están ligados a la historia y la tradición, por lo que es difícil buscarles una categoría temática. Algunos de los *realia* relativos a la universidad son “tuna” y “vítores”; ambos se han conservado como préstamos en la traducción, siguiendo el estilo de traducción de la página en general.

#### Literatura

En literatura, se usan nombres propios de forma casual y esos nombres se han conservado. “*Celestina*” y “*Lazarillo*” mantienen el título popular por el que son conocidos a pesar de que sus títulos oficiales sean respectivamente *Tragicomedia de Calisto y Melibea* y *La vida de Lazarillo de Tormes y de sus fortunas y adversidades*. “*Lazarillo*” incluso mantiene la formación del diminutivo en u forma española.

#### Sobre las técnicas de traducción

Dejando al margen las categorías temáticas, el préstamo es la técnica de traducción más empleada en esta página. La vemos usada en veintidós ocasiones, aunque aparece en ocasiones con otras técnicas aclaratorias como las explicaciones. Además, la siguiente técnica más usada es la generalización, con nueve términos; hay siete calcos, tres equivalencias y una adaptación.

Con todo, podemos decir que la traducción de esta página es exotizante, aunque se centra más en exotizar las tradiciones, la literatura o la universidad que la gastronomía. De esta traducción se puede extraer la conclusión de que, a juicio del traductor, la distancia cultural en el tema gastronómico es inferior a la distancia entre tradiciones y, por tanto, merece más la pena conservar los términos cuya distancia es más insalvable.

Conservar el préstamo evita interpretaciones poco acertadas por el intento de aproximación, como ha ocurrido con el término “*ham slicing*” cuando se ha intentado traducir literalmente cada una de las palabras de “corte de jamón”.

Esta diferencia nos permite profundizar en las decisiones del traductor, porque con Palencia y Salamanca tenemos los dos extremos del espectro: Palencia naturalizante y Salamanca exotizante. A pesar de que la tendencia es obvia en ambos casos, los traductores de las dos páginas han mantenido con préstamos las palabras que percibían como las más arraigadas a la cultura.

### 3.3.4. Zamora:

#### 3.3.4.1. Introducción:

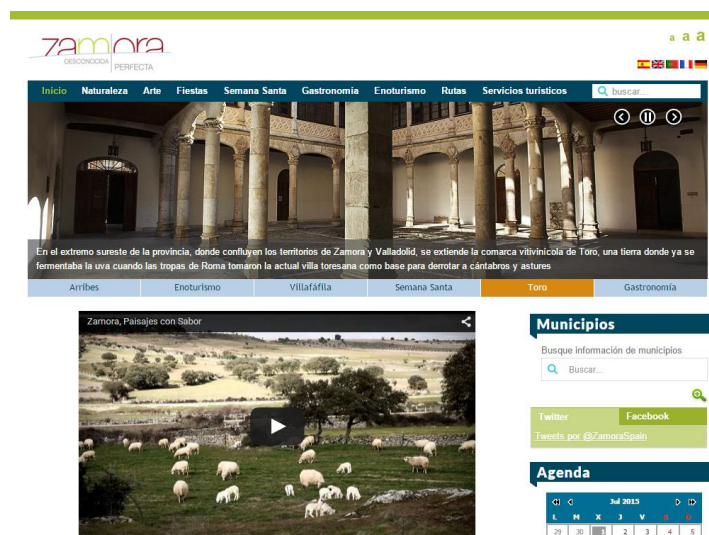


Fig. 29 Página web del Patronato de turismo de Zamora (s.f.)

La Página del Patronato de turismo de Zamora tiene el menú de navegación sobre un contenido flash que muestra ejemplos de turismo en Zamora. Debajo hay muestras de contenido dinámico; agenda, noticias, contenido destacado... y en el lateral aparecen los servicios como el calendario. El cambio de idioma está disponible en la parte superior derecha

El menú de navegación es desplegable, pero a diferencia de otras páginas, no está estructurado en forma de árbol, sino que cada enlace lleva a un único artículo, que puede tener varios epígrafes, pero se encuentra en una sola ubicación. Esto facilita la labor del traductor, aunque también puede hacer parecer que el contenido es monótono.

Zamora acumula el mayor número de préstamos de entre todas las provincias con veintiuno, seguida de cerca por Salamanca con veinte. La categoría temática más exclusiva

de Zamora es la referente a las tradiciones, aunque la página contiene secciones bastante amplias de gastronomía. A continuación añadimos una tabla con los datos de los *realia* extraídos de este sitio web para su análisis individual.

| <i>Realia</i> por técnica de traducción |    | <i>Realia</i> por temas |    | <i>Realia</i> por tipo de palabra |    |
|---|----|-------------------------|----|-----------------------------------|----|
| Préstamos                               | 21 | Gastronomía             | 17 | Sustantivos                       | 47 |
| Calcos                                  | 10 | Acontecimiento          | 1  | Adjetivos                         | 2  |
| Equivalencias                           | 10 | Historia                | 0  | Verbos                            | 1  |
| Generalizaciones                        | 5  | Tradiciones             | 25 | Total                             | 50 |
| Explicitaciones                         | 2  | Religión                | 6  |                                   |    |
| Explicaciones                           | 0  | Arquitectura            | 0  |                                   |    |
| Adaptación                              | 2  | Ubicación               | 1  |                                   |    |
| Omisión                                 | 0  | instrumento             | 0  |                                   |    |
| Modulación                              | 0  | ropa                    | 0  |                                   |    |
| Total                                   | 50 | ciudad                  | 0  |                                   |    |
|   |    | universidad             | 0  |                                   |    |
|   |    | Literatura              | 0  |                                   |    |
|   |    | Arte                    | 0  |                                   |    |
|   |    | Total                   | 50 |                                   |    |

Fig. 30 Tabla con los resultados de Zamora

#### 3.3.4.2 Cultura:

El tratamiento de la cultura de Zamora es diametralmente opuesto a Valladolid. Si antes veíamos que los vallisoletanos se enorgullecen de su cultura abierta e internacional, Zamora celebra y comparte sus fiestas locales, expone su cultura taurina y la diversidad rural. Incluso el tratamiento de la gastronomía es completamente distinto (aunque veremos lo que ocurre con su traducción); Valladolid apuesta por la enología, una cultura prestigiosa que atrae al turismo más sibarita; Zamora se sumerge en las raíces más castellanas y ofrece al público platos típicos pero arriesgados, menos conocidos entre los turistas internacionales.

Zamora está muy orgullosa de sus raíces castellanas; tanto en cocina como en tradiciones y religión. No obstante, el tema de la religión está lleno de contrastes a causa del choque entre la vertiente pagana y pre-cristiana de sus tradiciones y la vertiente cristiana, más armonizada con el resto de Castilla y León.

#### Tradición, costumbres (y religiones)

Zamora promociona su Semana Santa, sobria como la mayoría de procesiones de Castilla y León, y al mismo tiempo conserva vivas una gran cantidad de fiestas y tradiciones que tienen su origen en culturas prerromanas; principalmente celtas.

Las fiestas de primavera con los Mayos, los encierros y mascaradas de invierno y las celebraciones de carnavales son vestigios de esas culturas antiguas. Zamora muestra una amplia variedad y cuidado en su conservación (en comparación con la cultura cristiana, que necesita menos recursos para su conservación), incluso aunque algunas de estas fiestas se hayan intentado prohibir, antes y ahora, por su carácter satírico o por crueldad animal.

El carnaval es otro motivo de orgullo en Zamora. Seis términos son exclusivamente de sus carnavales, aunque las mascaradas de invierno tienen mucha relación y nos dejan varios *realia*. Más adelante veremos el caso del “entierro del pulpo”, que se celebra al final de las fiestas de carnaval y el de “la miaja” en la fiesta de las Águedas.

Los términos religiosos que hemos incluido son únicamente seis: “cofrade”, “cofradía”, “Juramento del Silencio”, “romería”, “desfile procesional” y “bastones de flores”. Todos los términos son parte de las fiestas tradicionales de Zamora, pero incluso si contásemos estos *realia* como únicamente religiosos, hay otros veintiséis *realia* sobre tradiciones y los elementos que las componen. Una sección entera del sitio está dedicada a recoger estas tradiciones rurales.

### Tauromaquia

Dentro del tema de las costumbres, hay que destacar el papel del toro. Muchas de las fiestas tienen toros, vacas, novillos, vaquillas... incluso cuando en algunos casos, el protagonista de la fiesta ha tenido que ser sustituido por un disfraz de toro.

El vocabulario del tema es variado; se mencionan cortes, encierros, rejoneos y corridas, además de otros términos incluso más específicos de cada fiesta local, como “Fuente del Vino”. Esta variedad complica mucho la labor de encontrar suficientes términos equivalentes en la lengua meta.

La tauromaquia es una cultura especializada, pero a diferencia de la enología, está menos extendida. Apenas España, parte de Sudamérica y Centroamérica, el sur de Francia y, en cierto modo, el norte del Mediterráneo conocen estas prácticas de primera mano. De modo que no solo las palabras, sino los conceptos no existen ni tienen terminología asociada; así como para traducir la enología se puede usar terminología especializada, la tauromaquia no os da esa opción. Es especialmente engorroso traducir tipos de corridas.

## Gastronomía

En lo tocante a la gastronomía, tenemos diecisiete términos. Algunos platos son completamente corrientes, salvo por la adición de un identificador introducido por “de” o “a la”, que le dan la peculiaridad local. Tenemos seis casos de ese tipo en el glosario. Otros platos pueden resultar muy chocantes e incluso desagradables a turistas poco familiarizados con la cultura, como es el caso del “jabalí al tinto de Toro” y los “pichones de Tierra de Campos”.

Se repiten *realia* que hemos visto en otros sitios web como por ejemplo “chorizo” o “tapa”. Estos *realia* tienen un alcance internacional y el uso de estas palabras como préstamos remite inmediatamente a la cultura española. Por otra parte, el plato más castellanoleonés que podemos encontrar es la sopa de ajo.

### 3.3.4.3. *Realia* y traducción:

La traducción de la página de Zamora sigue las mismas pautas que su redacción, es decir, llama la atención sobre los aspectos tradicionales de su cultura. Para ello vemos que su herramienta principal es el préstamo, del que hace uso veintiuna veces. No da explicaciones sobre el *realia* salvo en cuatro de las ocasiones en las que los usa.

En dos ocasiones traduce el elemento principal y conserva el préstamo en el elemento local (“Pichones de Tierra de Campos” y “Bacalao a la tranca”). En otra ocasión hace una explicación completa del plato (“dos y pingada”) y hay un préstamo que no explica en detalle, sino que ofrece una generalización (“aceitada”).

Emplea el calco en diez ocasiones, lo cual produce extrañeza en el lector meta, aunque en menor grado que el préstamo. Las técnicas de traducción usadas para dar naturalidad al texto solo se usan en diecinueve ocasiones: diez equivalencias, cinco generalizaciones, dos adaptaciones y dos explicitaciones.

La religión es el tema que acapara más técnicas para naturalizar el texto meta; cinco de los seis términos elegidos las usan (salvo el “Juramento del silencio”, que se ha traducido como “*Oath of Silence*”). Nuevamente, la religión no ejemplifica un tipo de cultura tan extendida que dispone de traducciones acuñadas. Sin embargo, en este tema nos sucede lo mismo que con el léxico del toreo.

Romería → *procession*

Desfile procesional → *procession*



Dos términos que en español solo tienen un parecido superficial, usan el mismo término en inglés. Con las corridas de toros el traductor ha logrado hacer la distinción entre “*bullfight*” y “*bull run*”, pero se ha quedado sin términos para diferenciar “encierro” y “rejones”.

Otro término que hay que mencionar es el del “entierro del pulpo”; este *realia* es una fiesta celebrada el último día de carnavales y que tiene lugar en lugar del entierro de la sardina que está popularizado en el resto del país. La sustitución de la sardina por el pulpo constituye un cambio exótico para el turista del país, no ocurre lo mismo con el turista extranjero.

Si el entierro de la sardina ya es una costumbre sin mucho seguimiento fuera de España, el entierro del pulpo va a ser un concepto que desconcierte incluso a los que sí conozcan algo de los carnavales españoles. Especialmente porque el término no va acompañado de nada que pueda dar más pistas sobre su naturaleza; palabras como “fiesta” o “celebración”.

Este es el tipo de *realia* que necesita de algún tipo de explicación, generalización u omisión incluso. Sin embargo, se ha usado un calco: (“Entierro del pulpo” → “*burial of the octopus*”).

De haber recurrido a un préstamo, el lector hubiese asumido con más facilidad que se trata de un concepto foráneo y le hubiese resultado más fácil aceptar la incompreensión. El punto intermedio del calco da al lector una información lingüística superficial que el lector comprende, pero que no está asociada al contexto. Esto produce un efecto “valle inquietante”.

El otro término con temática de tradiciones y traducción peculiar es “la miaja”. En español es parte de la fiesta de las Águedas, y es aquella contribución que se pide de puerta en puerta durante esta fiesta.

El origen del término no está completamente claro. “Miaja” puede proceder de la palabra “migaja” y que originalmente en las Águedas se contribuyese con un pedazo de pan. Sin embargo, es igualmente posible que la palabra proceda de “meaja”, que fue un tipo de moneda que circuló en Castilla; tiene sentido que se fuese de puerta en puerta pidiendo una contribución económica.

El traductor ha elegido la etimología de “migaja” y tampoco ha explicado más el concepto. El verdadero origen del término se desconoce y actualmente no se corresponde

con ninguna de las dos acepciones, por lo que la traducción que se ha elegido desconcierta al lector (“La miaja” → “a *tiny crumb*”).

En cuanto a la traducción gastronómica, ya hemos mencionado la abundancia de préstamos, algunos tipos de traducciones y la elección de conservar platos que pueden causar repulsión al visitante, pero tenemos un término más que queríamos destacar. En esta web el término no causa problemas: “mosto” solo usa la traducción “*must*” y no “*grape juice*”.

No quiere esto decir que “*must*” sea más correcto por aparecer en más páginas, pero sí es prueba de que las webs de Castilla y León podrían beneficiarse de una terminología común, para evitar confundir a los turistas.

En conclusión, Zamora es una provincia con unas profundas raíces castellanas y la traducción de su página web procura mantener ese estilo usando préstamos y exotizando el resultado. Esto supone un riesgo, como se ve con los ejemplos de “la miaja” y “el entierro del pulpo”, porque se puede confundir al lector meta o sobrecargarlo de información.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Consideraciones comparativas sobre el conjunto de Castilla y León

#### 4.1.1. Cultura:

Para valorar los *realia* en su conjunto, podemos empezar hablando de la cultura de Castilla y León. Existe una cultura colectiva, aunque no es uniforme, sino que cada provincia tiene particularidades y ciertas provincias comparten rasgos. Castilla y León tiene una gastronomía basada en sus legumbres y la carne, en especial el cochinillo (que aparece en cuatro de las seis provincias estudiadas). Hay varias provincias con industrias queseras o jamoneras y varias provincias que se promocionan a través del vino (con especial énfasis en Valladolid, cuyo espacio para enología es el más amplio). Por último, tenemos varios dulces compartidos, como las yemas o los amarguillos.

Es peculiar que en el campo de la gastronomía los términos “pincho” y “tapa”, procedentes del norte y del sur de España respectivamente, se han expandido por la península. Estos *realia* se han convertido casi en símbolos nacionales que se bastan con el préstamo para ser comprensibles en otros idiomas. A pesar de lo cual, nos encontramos con que no todos los sitios web hacen una distinción entre ambos términos, sino que los usan como sinónimos.

En cuanto a religión, Castilla y León es cristiana, conserva mucho románico y comparte una celebración austera de la Semana Santa. Compartimos igualmente el Camino de Santiago, en la mayor parte de provincias. Parte de nuestro acervo colectivo pasa por las tres culturas, que no están repartidas equitativamente; en las páginas de Soria y Zamora no hay casi ninguna mención, pero sí que abarca muchas de las otras provincias.

La cultura precristiana, aparece de forma menos acentuada en Valladolid, pero está muy presente en el resto de provincias. Los restos romanos y celtíberos se tienen muy en cuenta como patrimonio común. Además hay que hacer mención a costumbres que comparten las provincias del oeste y su relación con Portugal o aquellas por las que pasa en Camino de Santiago.

#### **4.1.2. *Realía* y traducción:**

La traducción incluye estrategias muy distintas en cada provincia. Manteniendo una visión global, vemos que las páginas tienen un estilo propio y poco cohesionado. Tres provincias usan principalmente la equivalencia: Ayuntamiento de Ávila, Diputación de Palencia y Ayuntamiento de Valladolid. Mientras tanto, tres provincias usan principalmente el préstamo: Patronato de Salamanca, Concejalía de Segovia y Patronato de Zamora. No siguen ningún patrón entre ellos salvo intentar ajustarse al estilo del texto original.

En total se emplea la equivalencia en 85 ocasiones, se podría asumir que es la técnica más usada en esta comunidad autónoma, pero la variedad de estilos de traducción y de culturas obliga a considerarlo con más detenimiento. En realidad las técnicas principales son dos: préstamo y equivalencia. Cada página atiende a unas necesidades de traducción diferentes; lo que vemos es que hay tendencias hacia una de las dos técnicas. Las otras técnicas que hemos visto empleadas son importantes, pero no tanto como estas dos.

Cuanto más hermética era la cultura original, más se han tenido que decantar los traductores por el préstamo. Por eso vemos que las provincias con más *realía* de gastronomía y tradiciones son los que más préstamos tienen (salvo por Valladolid, que es una anomalía por la enología, que es gastronomía, pero no una cultura hermética).

Por otra parte, hay una serie de *realía* que se repiten en varias provincias. Los términos repetidos ponen en relieve las características comunes de Castilla y León con mucha claridad, incluso aunque aparezcan pequeñas variaciones de provincia a provincia.

Estos términos paralelos no han tenido necesariamente el mismo trato en las distintas páginas.

Uno de los campos que tiene traducciones muy estandarizadas es el Camino de Santiago. Los términos del Camino Jacobeo están compartidos y repetidos a lo largo de toda la peregrinación, por lo que es imperativo que se mantenga una terminología reconocible tanto en español como en inglés.

En resumen, vemos que los *realia* que se han traducido de la misma forma (tanto si ha sido por una buena documentación, como si ha sido resultado de la elección del préstamo o si ha sido fruto de la casualidad) dan mejor resultado. Por una parte, dan una imagen uniforme, menos confusa, y permiten que un turista salte de una página a otra sin dar lugar a confusiones, haciendo que la lectura sea más agradable en general y permitiendo que ese turista se familiarice con esos *realia* antes de la visita. Ver los mismos términos en dos fuentes distintas produce en el lector una sensación positiva de validación y orden.

Por otra parte, y si asumimos que los términos iguales son fruto del esfuerzo del traductor y no de la casualidad, el traductor ha visto su trabajo reducido. El esfuerzo de documentación e inventiva es menor si contamos con traducciones ya establecidas; además, con un material de documentación se pueden evitar errores simples de terminología.

Con todo esto, es mera cuestión de lógica deducir que un glosario o un corpus bilingüe castellanoleonés beneficiaría tanto a los traductores como al turismo de la comunidad. Es el paso más sensato para internacionalizar esta cultura. Algunas de las culturas más extendidas que hemos visto durante el trabajo son la enología y el camino de Santiago (que son un tema que llega más allá de nuestras fronteras); esto es causa y consecuencia de una traducción estandarizada porque traducción y turismo son áreas simbióticas.

No obstante, la calidad heterogénea de los textos turísticos en general, y de los que hemos estado viendo en particular, hacen que cualquier glosario basado en dichos textos sea únicamente un instrumento de comparación y no de consulta.

Pero, ¿qué significa esto? Significa que no debemos estandarizar por completo las traducciones, a menos que queramos que pierdan todo su atractivo. Los traductores trabajan con un material original con elementos comunes, pero estructuras distintas.

Podríamos pedir que los traductores empleen únicamente elementos equivalencias para naturalizar el texto resultante al máximo, o podríamos pedir que hubiese un equilibrio entre todas las técnicas de traducción. Sin embargo pedir eso sería forzar al traductor a ajustar textos originales que son muy diferentes en traducciones estándar que perderían la individualidad del texto.

Del análisis de las páginas en su conjunto extraemos que hay tendencias de traducción. La gastronomía tiende a traducirse mediante el préstamo; la historia, la religión y las categorías temáticas que se cruzan con otras ramas de especialidad tienden a traducirse mediante equivalentes y las fiestas y tradiciones son el grupo de *realia* que con más frecuencia va acompañado por una explicación.

Además extrapolamos que la traducción de términos estandarizada mediante glosarios cuidados sería instrumental en la promoción de la cultura y que la misma estandarización no se puede aplicar a los textos completos, porque restringir las opciones del traductor puede resultar en traducciones carentes de atractivo.

## 4.2. Exposición de los resultados en tablas

Los resultados del trabajo se pueden condensar en las tablas que mostramos a continuación. Están elaboradas a partir del glosario, aunque hay que recordar que la traducción es una práctica compleja y que siempre actúa en función del contexto; los datos numéricos no se pueden considerar definitivos sin tener en cuenta el análisis y las excepciones.

|             | Avila | Salamanca | Segovia | Palencia | Valladolid | Zamora | Total |
|-------------|-------|-----------|---------|----------|------------|--------|-------|
| Sustantivos | 45    | 44        | 22      | 50       | 49         | 47     | 257   |
| Adjetivos   | 4     | 3         | 3       | 0        | 1          | 2      | 13    |
| Verbos      | 1     | 1         | 0       | 0        | 0          | 1      | 3     |
| Total       | 50    | 48        | 25      | 50       | 50         | 50     | 273   |

Fig. 31 Tabla con los tipos de palabras

Podemos afirmar rotundamente es que los sustantivos son el principal tipo de palabra de los *realia*. En total nos hemos encontrado con 257 ocasiones en los que el *realia* era un sustantivo. Solo en 13 ocasiones se trataba de un adjetivo y únicamente en tres era un verbo.

Esto se debe a que para la comprensión de la frase, es más sencillo entender un verbo conocido y un sustantivo extraño que lo contrario. Como se puede ver en los temas más populares, es más fácil que se creen nombres para objetos, tradiciones o platos que resultan desconocidos, pero los adjetivos que los describan suelen existir con anterioridad.

|                | Ávila | Salamanca | Segovia | Palencia | Valladolid | Zamora | Total |
|----------------|-------|-----------|---------|----------|------------|--------|-------|
| Préstamo       | 16    | 20        | 13      | 10       | 11         | 21     | 91    |
| Calco          | 6     | 6         | 1       | 7        | 9          | 10     | 39    |
| Equivalencia   | 22    | 5         | 6       | 24       | 19         | 10     | 86    |
| Generalización | 3     | 11        | 4       | 2        | 4          | 5      | 29    |
| Explicitación  | 1     | 1         | 1       | 0        | 1          | 2      | 6     |
| Explicación    | 1     | 4         | 0       | 5        | 4          | 0      | 14    |
| Adaptación     | 1     | 1         | 0       | 1        | 1          | 2      | 6     |
| Omisión        | 0     | 0         | 0       | 0        | 1          | 0      | 1     |
| Modulación     | 0     | 0         | 0       | 1        | 0          | 0      | 1     |
| Total          | 50    | 48        | 25      | 50       | 50         | 50     | 273   |

Fig. 32 Tabla de técnicas de traducción

En primer lugar podemos ver que, de los 273 *realia* que se han extraído en total, la técnica más usada es el préstamo, con 91 casos, y la equivalencia, con 86 casos, es la segunda técnica más usada. Vemos además que el calco y la generalización son las siguientes técnicas más usadas

No obstante, podemos dividir las técnicas en dos grandes grupos: el naturalizante (que incluye equivalencia, generalización, explicitación, explicación, adaptación, omisión y modulación) y el exotizante (que incluye préstamo y calco). Si hacemos esa división, nos encontramos con que en 143 casos los *realia* se han traducido mediante algún método de naturalización y en 130 de los casos se ha usado la exotización.

Esto quiere decir que aunque el préstamo sea la técnica más usada, los traductores de Castilla y León han usado diversas estrategias para acercar la cultura al turista extranjero. Tanto si el traductor ha usado más equivalencias (como en el caso del Ayuntamiento de Ávila, la Diputación de Palencia y el Ayuntamiento de Valladolid), como si ha usado más préstamos (como en el Patronato de Salamanca, la Concejalía de Segovia o el Patronato de Zamora), ninguno se ha limitado a una única técnica, sino que todas son necesarias para una traducción cultural adecuada.

|                | Ávila | Salamanca | Segovia | Palencia | Valladolid | Zamora | Total |
|----------------|-------|-----------|---------|----------|------------|--------|-------|
| Gastronomía    | 12    | 10        | 8       | 2        | 26         | 17     | 75    |
| Acontecimiento | 0     | 3         | 0       | 6        | 4          | 1      | 14    |
| Historia       | 6     | 7         | 4       | 2        | 2          | 0      | 21    |
| Tradiciones    | 0     | 7         | 0       | 0        | 5          | 25     | 36    |
| Religión       | 17    | 8         | 8       | 9        | 6          | 6      | 54    |
| Arquitectura   | 9     | 5         | 2       | 3        | 0          | 0      | 19    |
| Ubicación      | 4     | 0         | 1       | 16       | 5          | 1      | 27    |
| Instrumento    | 0     | 2         | 0       | 6        | 0          | 0      | 8     |

|             |    |    |    |    |    |    |     |
|-------------|----|----|----|----|----|----|-----|
| Ropa        | 0  | 1  | 0  | 6  | 0  | 0  | 7   |
| Ciudad      | 2  | 0  | 0  | 0  | 2  | 0  | 4   |
| Universidad | 0  | 2  | 0  | 0  | 0  | 0  | 3   |
| Literatura  | 0  | 3  | 0  | 0  | 0  | 0  | 3   |
| Arte        | 0  | 0  | 2  | 0  | 0  | 0  | 2   |
| Total       | 50 | 48 | 25 | 50 | 50 | 50 | 273 |

Fig. 33 Tabla de temas de los *realia*

Para la elaboración de esta tabla se han consultado clasificaciones teóricas de varios autores, pero no eran útiles en una situación práctica, por lo que hemos tenido que extraer unas categorías temáticas funcionales basadas en la forma de dividir la información que hemos encontrado en los propios sitios web.

Así, vemos que en Ávila las dos categorías más importantes son la religión y la gastronomía, en Salamanca y Segovia ocurre lo mismo, en Palencia el turismo está más centrado en el paisaje y por tanto no es de extrañar que los *realia* se centren en las ubicaciones, en Valladolid triunfa la gastronomía (gracias a la enología) y Zamora es la provincia que pone más peso en sus tradiciones. De forma conjunta, la gastronomía es la categoría temática con más número de *realia*, seguida por la religión.

Con la tabla de categorías temáticas solo podemos deducir que la situación es bastante caótica. No hay muchas reglas, y cada provincia habla de sus propios temas. Aunque la gastronomía es un tema que tiene muchos *realia*, pero tampoco es un absoluto.

La tendencia es a conservar préstamos de los *realia* de las subculturas más herméticas o más arraigadas en la región, pero los resultados de los análisis nos llevan a otra información más importante: las páginas están muy aisladas, tratan temas locales y eso requiere que la traducción sea individual en muchos casos.

Por lo tanto, uno de los principales resultados de este trabajo ha sido descubrir que, como suele ocurrir en la traducción turística, los textos se tratan con poca seriedad y coherencia (Durán, 2012a). El turismo es una especialización como cualquier otra, pero está considerado por debajo de otras especializaciones y el traductor de turismo se ve obligado a trabajar con textos redactados con escasa calidad (Durán, 2012b).

Podemos usar el eje que hemos propuesto en la teoría para situar las distintas traducciones que se han producido, pero siempre teniendo en cuenta el factor humano, estilístico y literario que permea las traducciones turísticas.

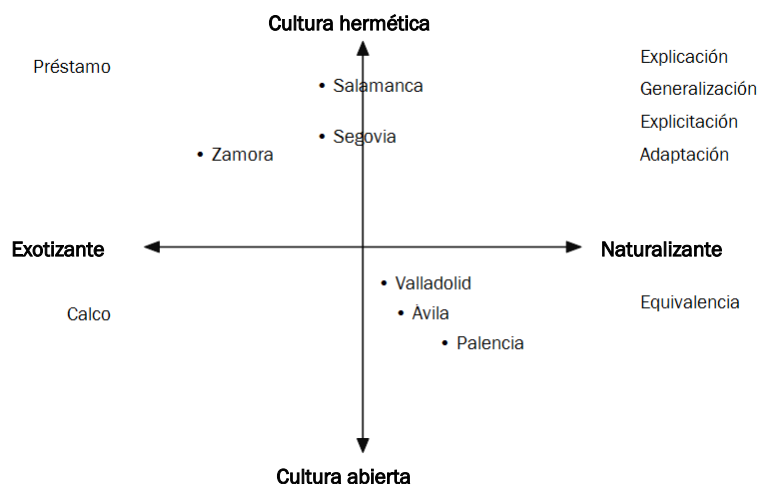


Fig. 34 Eje de clasificación con las páginas estudiadas

Este eje resulta interesante para comprobar gráficamente la diferencia entre provincias. El eje vertical representa lo hermética que es una cultura, la distancia cultural con la cultura meta, mientras que el eje horizontal representa el radio de acción y elección del traductor (siempre según ciertas tendencias y dentro de las expectativas del lector meta). Podemos extraer conclusiones dependiendo de dónde se sitúen con respecto a los ejes horizontal y vertical: el préstamo y el calco manifiestan una intención exotizante, la equivalencia, explicitación, generalización, explicación y adaptación manifiestan una intención de naturalizar.

Una traducción con muchos calcos y equivalencias implica una cultura original cercana a la meta, más fácil de traducir, que solo requiere una traducción literal para que se comprenda o que ya tiene una traducción acuñada. Las técnicas de adaptación y los préstamos implican una cultura con una traducción más complicada, los préstamos porque el traductor no ha hallado términos comunes entre las dos culturas y las otras técnicas porque exigen al traductor mucho más esfuerzo que una equivalencia o un calco.



## 5. CONCLUSIONES

Este trabajo ha distinguido efectivamente los principales métodos de traducción de los *realia*: equivalencia y calco. Igualmente, se han distinguido de otros métodos menos usados: equivalencia, generalización, explicitación, explicación, adaptación, omisión y modulación.

Otra conclusión que hemos obtenido es la abundancia de sustantivos entre las palabras *realia* tanto en español como en inglés y hemos observado que las distintas provincias siguen distintos métodos para traducirlas porque trabajan de forma individual.

Los métodos de medición empleados en las páginas son muy distintos; desde la omisión hasta la explicitación o la exotización. Esta medición permea toda la página y no solo la traducción de *realia*. El tratamiento de la cultura, por tanto, nos muestra los distintos enfoques de las provincias y nos han hecho ver que la relación entre cultura, traducción y *realia* no solo es simbiótica, sino esencial y única, aunque no se cuide tanto como se debería. Para todo ello hemos usado un glosario que hemos elaborado con nuestros objetivos en mente.

Entre los *realia* hemos encontrado términos que además pertenecen a los lenguajes de especialidad, aunque hemos visto que la coincidencia no se debe a una relación correlativa. Algunos campos de especialización se mezclan con ciertas culturas locales, lo cual no tiene nada que ver con el lenguaje especializado del campo del turismo.

El turismo es un campo de especialidad infravalorado en comparación con el resto de especialidades. La falta de seriedad es, en parte, consecuencia del carácter más lúdico-literario de los textos que se tratan, pero eso repercute de forma negativa en las traducciones.

El turismo tiene una relación simbiótica con la traducción; el triunfo o el fracaso de una marca en el extranjero depende, en gran medida, de la calidad de la traducción y localización del producto. Hemos visto que las traducciones de las páginas de Castilla y León contienen errores y no hay ninguna normalización, por lo que Castilla y León necesita dar mejor imagen, promoción y publicidad fomentando las buenas traducciones.

Castilla y León tiene una cultura común y una local vastas que se deben cuidar cuando se exportan al extranjero, pero hemos visto que la cultura común está tratada de forma muy aislante en las webs, lo cual da lugar a traducciones distintas y fomenta la

aparición de errores. La imagen que ofrecen estas páginas web se puede mejorar sistematizando una serie de traducciones, sobre todo en cuanto a terminología.

Para llegar a esa sistematización se pueden crear herramientas que minimicen el esfuerzo como corpus o glosarios exhaustivos. Las diversas instituciones de turismo y los propios traductores se podrían beneficiar de ello, puesto que unas herramientas simples y claras ahorrarían tiempo y esfuerzo en el proceso.

No obstante, la cultura castellanoleonesa en sí se beneficiaría de una base sólida en inglés para consolidarse como cultura de peso si tenemos en cuenta que las culturas más extendidas y conocidas están íntimamente ligadas con un proceso de traducción eficaz.

La cultura, además, abarca un conjunto de realidades mucho más amplio que lo que se muestra en las webs; en las páginas se muestra parte de esa cultura a través del filtro del turismo y el tratamiento oficial, por lo que se trata de una muestra parcial. Todo este proyecto trabaja con esa muestra parcial.

El tratamiento de los la cultura se puede agrupar en dos grandes grupos en Castilla y León, con Salamanca, Segovia y Zamora en el grupo exotizante y Ávila, Palencia y Valladolid en el grupo que más naturaliza su cultura. Este tratamiento se ve reflejado en la traducción de los *realia*.

Por ese motivo vemos que los *realia* no solo son palabras culturales aisladas, sino que son una forma interesante de distinguir qué temas y subculturas predominan en una cultura más general o en una región. Los *realia* pueden ser muy amplios o muy específicos y no se rigen por fronteras políticas, esto en ocasiones exige una traducción translectal que puede ayudar a la traducción entre idiomas.

A través del trabajo hemos visto que los *realia* más comunes en Castilla y León son los referentes a la gastronomía y las tradiciones; las técnicas de traducción más empleadas son la equivalencia y el préstamo, pero no es eso lo más interesante de los *realia*.

Los *realia* son elementos que destacan en el texto y que actúan como la carta de presentación de una cultura o un lugar, por lo que es de vital importancia que se traten con cuidado, tanto en la redacción como en la traducción de textos turísticos.

También concluimos que los traductores no tratan todos los *realia* del mismo modo, aunque parezca el razonamiento más lógico para que el texto sea coherente. En

lugar de someter todos los *realia* al mismo proceso, los traductores modifican la estrategia de traducción en función del tema del *realia*, el estilo y función del texto y la intención del traductor (principalmente naturalizar o exotizar).

Cuando hay que traducir un *realia*, se deben valorar la distancia entre culturas, la intención del texto original, el estilo de la página, las normas ligadas a la temática y algo que no se ha cuidado mucho en las páginas que hemos visto: la existencia de traducciones anteriores y textos paralelos.

Con el uso del eje hemos visto gráficamente que hay distintos tipos de traducciones dentro de un espectro y que aunque el traductor tiene cierta autonomía para elegir un estilo y decidir si prefiere exotizar o naturalizar, está muy restringido por la distancia cultural, las especificaciones del encargo, las tendencias hacia cierto tipo de traducciones dependiendo del tema del *realia* y las convenciones de los textos turísticos.

La autonomía que le queda al traductor no es lo que debería sacrificarse para homogeneizar los textos si se pretende dar una imagen más unificada de Castilla y León; lo que hay que homogeneizar es la terminología común, que en lo que nos concierne en este trabajo, son los *realia* comunes. El traductor debería ser libre para adaptar la página a las necesidades particulares de la región, como el tipo de turismo y la cultura individual.

No obstante, los textos de naturaleza digital son, cada vez con más frecuencia, un trabajo colectivo en el que debe establecerse un orden y una comunicación para que el resultado sea funcional. Desarrolladores, redactores y traductores deberían hallar cierta armonía para un buen funcionamiento del sitio web. La colaboración entre los equipos detrás de distintas páginas oficiales es únicamente el siguiente paso lógico hacia una traducción de calidad.

Pese a contratiempos como la inexistencia de traducción en algunas provincias, consideramos que los objetivos del trabajo, es decir, el estudio de los *realia* de Castilla y León y su traducción por un parte, y la búsqueda de *realia* únicos y comunes de las provincias, se ha cumplido.

La conclusión final del trabajo es que los *realia* de Castilla y León son parte de nuestro patrimonio cultural, tanto cuando están en español como cuando están en otros idiomas, y se convierten en un foco de atención cuando aparecen en un texto extranjero. Ese tipo de importancia requiere que se los maneje de forma profesional, colaborativa y con herramientas especializadas, porque está en juego la buena imagen de la región.

## 6. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Sería un gran logro si en un futuro se crease un glosario o un corpus específico para los *realia* de Castilla y León o si este trabajo motivase a otras personas a continuar con la labor. Castilla y León tiene más páginas que explorar, traducir y otros idiomas que aquí no hemos mencionado con los que se podría seguir investigando. Es posible que las páginas que hemos visto en construcción, a medio traducir o sin traducir en absoluto, sean próximamente material para continuar.

Sí aplicase alguna de las propuestas y se estudiase la traducción turística en más profundidad, sería posible tratar los textos con más seriedad y mejorar su calidad. En el mejor de los casos, se podría trabajar de forma interprovincial.

La búsqueda de soluciones comunes podría pasar por la adaptación a métodos modernos para la traducción y desarrollo de webs aplicando la tecnología a los textos (puesto que no hemos encontrado soluciones que recurran al hipertexto o al texto flotante).

Cualquier línea de investigación futura debería aspirar a encontrar soluciones para mejora de la marca Castilla y León en el ámbito de la traducción con una imagen más unificada y una presentación y vocabulario menos confusos.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

Bugnot, M. (2005), *Texto turístico y traducción especializada. Estudio crítico de un corpus español-francés sobre la Costa del Sol (1960-2004)*. Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16769697.pdf> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Calvi, M. (2003). “El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos”, en Antonio, V. de, Cuesta, R., van Hoof, A., Jorge, B. de, Robisco J. y Ruiz, M. (Eds.): *Actas del Segundo Congreso Internacional de Español para fines específicos, Ámsterdam*. Recuperado de [http://cvc.cervantes.es/obref/ciefe/pdf/02/cvc\\_ciefe\\_02\\_0010.pdf](http://cvc.cervantes.es/obref/ciefe/pdf/02/cvc_ciefe_02_0010.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Calvi, M. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco Libros. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=JulYTKccjeMC&lpq=PA2&hl=es&pg=PA17#v=onepage&q&f=false> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Calvi, M. (2010), “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación”, *Ibérica*, n°19, Recuperado de [http://www.aelfe.org/documents/01\\_19\\_Calvi.pdf](http://www.aelfe.org/documents/01_19_Calvi.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015] 9-32.

Cartagena, N. (1998). “Teoría y práctica de la traducción de nombres de referentes culturales específicos”. Bernal M. y Contreras C., (Eds.) 1998. *Por los caminos del lenguaje*. Temuco (Chile): Sociedad Chilena de Lingüística, Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación: 7-22.

Diccionario de la real academia de la lengua española, (1992). Madrid: Editorial Espasa Calpe S.A.

Durán, I. (2008), “El español y su dimensión mediadora en el ámbito turístico”, *Actas del IV Congreso Internacional ‘El Español, lengua de traducción para la cooperación y el diálogo’*, Toledo: Esletra. Recuperado de [http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/04/040\\_duran.pdf](http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/04/040_duran.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Durán, I. (2008), “La traducción turística y la evaluación de su calidad”, *Actas del VII Annual Conference of the European Association of Language for Specific Purposes*, La Manga: Universidad de Murcia. Recuperado de

[http://www.uma.es/hum892/Publicaciones/Duran\\_2008b.pdf](http://www.uma.es/hum892/Publicaciones/Duran_2008b.pdf) [Último acceso: 17 de junio de 2015]. 480-492

Durán, I. (2012a), “Caracterización de la traducción turística: Problemas, dificultades y posibles soluciones”, *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, Vol. 7.. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4778780.pdf> [Último acceso: 17 de junio de 2015]. 103-113

Durán, I. (2012b), “Necesidades de mejora y adecuación en la traducción de textos turísticos promocionales”, *Hermeneus: Revista de traducción*, nº14. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4089537> [Último acceso: 17 de junio de 2015]. 2-6

García V. (1994) *Traducción: historia y teoría* Madrid, Gredos, Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/221327670/Valentin-Garcia-Yebra-Traduccion-Historia-y-teoria-pdf#scribd> [Último acceso: 4 de junio de 2015]. 270- 286

Hurtado, A. (2001). *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra. 608

Hurtado, A. (Ed.) (1994): *Estudis sobre la traducció*. Castelló: Universitat Jaume I. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=DQmg-xcVx4MC&pg=PP6&ots=2hGldEoS-O&dq=Estudis%20sobre%20la%20traducci%C3%B3%201.%20Castell%C3%B3%3A%20Universitat%20Jaume%20I&hl=es&pg=PP11#v=onepage&q=Estudis%20sobre%20la%20traducci%C3%B3%201.%20Castell%C3%B3%20Universitat%20Jaume%20I&f=false> [Último acceso: 4 de junio de 2015].79

Kelly, D. (1997). “The Translation of Texts from the Tourist Sector: Textual Conventions, Cultural Distance and other Constraints”, *TRANS*, nº2. Recuperado de [http://www.trans.uma.es/Trans\\_2/t2\\_33-42\\_DKelly.pdf](http://www.trans.uma.es/Trans_2/t2_33-42_DKelly.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015]. 33-42.

La Orden, C., Maqueda E. y Mata M. (2015) “Introducción a la localización: Software, multimedia y videojuegos” (curso presencial del Centro Buendía) Álvarez S. (Coordinadora)

Luque J. de D. y Luque, L. (2009). “Cómo las metáforas recurren a conocimientos ontológicos y culturales. Fundamentos teóricos del Diccionario Intercultural e Interlingüístico”. Korhonen, J., Mieder, W., Piirainen, E., y Piñel, R. (Eds.), *Phraseologie global – areal – regional. Akten der Konferenz EUROPHRAS*. Helsinki, 2008 vol 13. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag. 259-366.

Luque, L. (2009). "Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?" *Language Design* 11 Recuperado de [http://elies.rediris.es/Language\\_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf](http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Mayoral, R. (1999). "La traducción de referencias culturales". *Sendebarr*, N° 10/11. 67-88. Recuperado de [http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Referencias\\_culturales.pdf](http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Referencias_culturales.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Molina, L. (2001). *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5263/lmm1de1.pdf?sequence=1> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Molina, L. (2006). *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. 78-79

Newmark, P. (1988). *A Textbook of translation*. New York: TiceHall Press. 94-103

Nida, E. (1975 [1945]). "Linguistics and ethnology in translation problems". En Nida, E. (Eds.), *Exploring Semantic Structures*. Munich: Wilhelm Fink Verlag. 194-208

Nord, C. (1997). *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome. Recuperado en <http://es.scribd.com/doc/72657527/Translation-as-a-Purposeful-Activity#scribd> [Último acceso: 22 de junio de 2015]. 34

Ramiro, M. (2014). "Campos geoculturales y pautas de intercomprensión y traducción translectal". *RECIAL -Revista del CIFYH Área Letras* n° 5. Recuperado en <http://www.revistas.unc.edu.ar/index.php/recial/article/view/9526/10295> [Último acceso: 22 de junio de 2015]. 24-25

Soto, J. (2013). "La traducción de culturemas en el ámbito del patrimonio cultural: análisis de folletos turísticos de la región de Murcia". *Tonos Digital* 1.1. Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum24/secciones/tritonos-3-culturemas.htm> [Último acceso: 4 de junio de 2015]

Terestyényi, E. (2011). "Translating Culture-specific Items in Tourism Brochures" *SKASE Journal of Translation and Interpretation* [online]. vol. 5, n° 2. Recuperado de [http://www.skase.sk/Volumes/JTI06/pdf\\_doc/02.pdf](http://www.skase.sk/Volumes/JTI06/pdf_doc/02.pdf) [Último acceso: 4 de junio de 2015]. 14-15

Vermeer, H. (1983). "Translation Theory and Linguistics" Roinila, P., Orfanos R. y Tirkonnen-Condit, S. (Eds.) *Näkökhtina Känämisen tuckimuksesta* Universidad de Joensuu: 1-10.

## Webgrafía:

Ayuntamiento de Ávila, (s.f.). *Página Oficial – Turismo de Ávila*. Recuperado de <http://www.avilaturismo.com/es/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Ayuntamiento de Valladolid, (s.f.). *Home - Areas de Cultura, Comercio y Turismo de Valladolid*. Recuperado de <http://www.info.valladolid.es/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Concejalía de turismo de Segovia, (s.f.). *Turismo de Segovia*. Recuperado de <http://www.turismodesegovia.com/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Diputación de León, (s.f.). *Turismo León|TurismoLeón.org* Recuperado de <http://www.turismoleon.org/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Diputación de Soria, (s.f.). *Turismo en Soria*. Recuperado de <http://www.sorianitelaimaginas.com/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Diputación Provincial de Burgos, (s.f.). *Turismo de Burgos*. Recuperado de <http://www.turismoburgos.org/es> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Patronato de turismo de Zamora, (s.f.). *Patronato de turismo de Zamora*. Recuperado de <http://www.turismoenzamora.es/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Patronato de Turismo de Salamanca, (s.f.). *Inicio* Recuperado de <http://www.salamanca.es/es/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].

Servicio de Turismo - Diputación de Palencia, (s.f.). *Portal de Turismo de Palencia*. Recuperado de <http://www.palenciaturismo.es/> [Último acceso: 4 de junio de 2015].