

Nobs, Marie-Louise (2005): *La traducción de folletos turísticos: ¿Qué calidad demandan los turistas?* Granada: Comares, 158 pp.

M.^a Manuela Fernández Sánchez
Universidad de Granada

Puede sorprender que factores tan contundentes como que el sector turístico sea uno de los más determinantes desde el punto de vista económico en nuestro país, no hayan propiciado la investigación y el estudio de los textos turísticos destinados a promocionar la geografía y el patrimonio histórico y cultural españoles en otras lenguas. Por esta razón, aunque no es la única, resulta novedoso que se emprenda una investigación en este campo y que la perspectiva adoptada sea la de estudiar la calidad de los textos turísticos desde el punto de vista de los destinatarios, esto es, de los turistas. A esta doblemente arriesgada tarea se atreve la profesora Marie-Louise Nobs en el trabajo que reseñamos, con el objetivo último de contribuir al cambio de mentalidad tan necesario por parte de los iniciadores de traducciones y de otros responsables en el sector turístico, y así evitar que los textos que promocionan nuestro país dejen de producir extrañeza, irritación o incluso risa.

El punto de partida de la investigación que en el libro se recoge, fue la necesidad de comprobar empíricamente una hipótesis que había funcionado en la práctica profesional y docente de la autora y que ella misma formula así (p. 79): «Un TM sólo es percibido por parte de los usuarios reales del mismo como un texto aceptable, si tiene en cuenta las expectativas de los destinatarios, no sólo en relación con la corrección lingüística formal, sino también en relación con el contenido, su presentación visual y la interrelación entre ellos».

De manera más concreta, lo que se pretendía validar o rechazar era si las expectativas de un grupo de usuarios germanoparlantes en relación con un folleto turístico traducido al alemán variaban en función de las características socioculturales y sociodemográficas; y si le otorgaban mayor importancia a la calidad en el contenido frente a la presentación visual y formal.

Las dificultades que entraña una investigación empírica en traducción son numerosas —no siendo las menores las de orden práctico como la participación de los sujetos, las condiciones de realización, etc.—, y si el objeto de la investigación recae en expectativas de calidad, éstas se duplican puesto que la línea que separa el cumplimiento mayor o menor de unas expectativas y la existencia de un nivel óptimo de calidad es muy difícil de deslindar. Consciente de estos obstáculos, la autora diseña con mucha precaución su investigación, situándose en un marco teórico interdisciplinar —lo que le permite por ejemplo aplicar conceptos que se han revelado útiles en la investigación en interpretación, y que a la autora le dan bastante juego, como el de la comunicación exitosa o la importancia de la comunicación no verbal—, y recurriendo a instrumentos de observación y medición propios de las ciencias sociales como es el método de la encuesta por cuestionario. La discusión de resultados nos parece

excelente y de gran utilidad para el lector interesado puesto que no sólo se hace un balance bastante completo de las expectativas del grupo de usuarios reales objeto de la investigación, sino que se introducen consideraciones de mejora para investigaciones futuras; así como un conjunto de reflexiones orientadas a la práctica y a la docencia de la traducción de folletos turísticos y algunas recomendaciones sobre el papel responsable que deberían de jugar los iniciadores de traducciones de textos turísticos.

Para terminar, si los libros dicen mucho de quienes los escriben, en este caso habría que señalar el exquisito trato que se le da al lector no sólo por lo cuidado de la expresión y la claridad de las explicaciones, sino por la cantidad de esfuerzo que se le ahorra en cuanto a información sobre trabajos previos a la investigación que aquí se presenta y que le habrá supuesto a la autora un importante esfuerzo de síntesis. En resumen, se trata de un estupendo manual que no sólo sienta las bases de la investigación empírica sobre expectativas de calidad en traducción, sino que las prolonga para posteriores investigaciones en evaluación de la calidad en general. Asimismo, por ser un buen libro el alcance de utilidad que presenta es muy amplio dado que saca conclusiones prácticas que invitan a reflexionar a todos los agentes implicados en la traducción de material turístico. En este sentido, la única objeción que tenemos que hacer se refiere a este nivel de aprovechamiento de la publicación: mucho mayor si la autora hubiera proporcionado la traducción de las citas textuales en alemán, presentes sobre todo en los primeros capítulos.

Martín de León, Celia (2005): *Contenedores, recorridos y metas. Metáforas en la traductología funcionalista*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 280 pp.

M.^a Manuela Fernández Sánchez
Universidad de Granada

¿Nos hemos detenido a pensar alguna vez en la facilidad con la que hablamos normalmente de «traducciones que se pegan en exceso al texto origen», «que suenan a inglés traducido», «que reproducen la claridad y limpieza del inglés, o del francés...», «que tienen el mérito de que la barrera comunicativa haya desaparecido»... Valoraciones metafóricas todas ellas que documentan el concepto de traducción que predomina en nuestra cultura occidental y que se estructura a partir de unos esquemas abstractos, o metáforas conceptuales, que en este caso corresponde a la metáfora del TRASLADO —estrechamente relacionada con la que estructura el concepto de comunicación, la metáfora del CONDUCTO.

Hasta aquí no cabe, en principio, mayor discusión, dado que estas metáforas convencionales —por muy inexactas, incompletas o parciales que sean— las empleamos con toda naturalidad, y se justifican por una tradición en torno al lenguaje y a la comunicación que hemos heredado y que, de manera general, sigue vigente: la comunicación como transmisión de información. Lo que sí plantea más preguntas es