

## **González Pastor, Diana (2018). *¿Cómo se traducen los culturemas del ámbito turístico? Análisis de estrategias de traducción (español-inglés)*. Granada: Comares, 132 pp.**

Natalia Campos Martín

Universitat de València

Esta monografía plantea el reto de la traducción y la cultura a través del análisis de los elementos lingüístico-culturales, comúnmente llamados «culturemas». Los referentes culturales poseen una serie de características que los distinguen dependiendo de la cultura y del país del que provengan, aunque algunas de estas culturas tienen un mayor grado de cercanía entre ellas y, por tanto, comparten más elementos. No obstante, las traducciones de referentes culturales suponen un problema para el traductor a la hora de traducir la carga ideológica y el sustrato cultural que contienen. Por estos motivos, el traductor debe conjugar pericia traductora con conocimiento de las lenguas y culturas de destino. Este trabajo supone una contribución en el estudio del fenómeno de la interculturalidad al analizar precisamente los condicionamientos y las variables que operan en la traducción de los culturemas en una serie de textos turísticos.

Así, la autora ha escogido un corpus de referentes culturales extraídos de una serie de guías de viaje de Lonely Planet escritas en inglés para hablantes anglófonos con el objetivo de llevar a cabo un estudio descriptivo de las técnicas de traducción utilizadas. La elección de esta editorial, argumenta su autora, “se debe al reconocido prestigio mundial que poseen sus publicaciones y al hecho de que sus mediadores son reconocidos internacionalmente como expertos en la cultura sobre la cual realizan la mediación” (p. 53). No podemos estar más de acuerdo con esta aseveración, puesto que Lonely Planet es hoy una de las plataformas online más consultadas y que genera mayores cifras de negocio en el sector de los viajes con una amplia oferta de guías de viajes en distintos formatos (libros electrónicos, de conversación, para niños, ilustrados...). La elección del corpus para los objetivos del estudio resulta ciertamente acertada, puesto que el texto turístico se presenta como un texto multilingüe y multicultural en el que el traductor debe saber cuáles de esos vocablos son universales y serán reconocidos por el lector como resultado de una determinada cultura y, además, debe conocer su significado e implicaciones culturales. En este sentido, lo que resulta realmente complejo es la interpretación que se hace de estas palabras en según qué latitudes. Así, con el objetivo de presentar un corpus homogéneo y que a la par representara la riqueza y variedad cultural española, la autora ha conformado el corpus a partir de las guías correspondientes

### Información

Correspondencia:  
Natalia Campos Martín  
natalia.campos@uv.es

de algunos de los destinos en España más visitados por los turistas internacionales como son Andalucía, Barcelona, Madrid, Mallorca y Valencia.

Los resultados del estudio, de doble naturaleza, cualitativa y cuantitativa, muestran que se tiende a exotizar el texto meta movilizándolo una gran cantidad de técnicas traductorales. Asimismo, del estudio se desprende que los culturemas son elementos que permean todo el discurso turístico y sus múltiples áreas temáticas, que entroncan con disciplinas tan diversas como el arte, la geografía, o la arquitectura, si bien existen ámbitos, como es el de la gastronomía y las fiestas y espectáculos, donde se produce una mayor frecuencia de aparición y un número mayor de culturemas relacionados entre sí dando lugar a los llamados «focos culturales». La autora expone que, debido al carácter enfático que suelen tener estos textos, suele ocurrir que se proporcione una imagen estereotipada de la cultura que se refuerza con los tópicos y elementos exóticos utilizados de modo consciente para captar la atención del lector-viajero. En este sentido, este tipo de trabajos nos ayudan a comprender mejor la complejidad de la traducción de este género textual. Nos encontramos, por tanto, frente a una obra necesaria para comprender la evolución de los estudios de traducción e interpretación aplicados al ámbito de la traducción de los referentes culturales dentro de la combinación lingüística español-inglés. Uno de los puntos fuertes de esta obra radica en el enfoque traductológico que ofrece, que resulta novedoso por cuanto el autor del texto en lengua inglesa es el mismo que ha de realizar la mediación de los elementos culturales que no le son propios. Así, los destinatarios de la mediación son individuos que comparten cultura y lengua con el autor-mediador, por lo que el lector-viajero observa la nueva cultura de llegada “a través de los ojos de un individuo con un universo cultural compartido en sus aspectos más generales” (p. 51). El hecho de que el mediador y el lector-viajero compartan lengua y cultura, pero la cultura de destino, española, sea foránea para ambos, permite a la autora, desde su propia visión cultural y su interpretación, describir y analizar de modo crítico la transmisión de los culturemas.

La estructura resultante de esta obra aparece organizada en torno a cinco capítulos y un anexo, precedidos de una introducción. El primer capítulo aborda la noción de equivalencia en traducción y la relación entre cultura y lengua. Así, se introduce la investigación en los campos principales en los que se desarrolla el estudio para situar la noción de equivalencia según su sentido más dinámico y funcional y con un carácter textual, contextual y funcional. En cuanto a la cuestión de la intraducibilidad de la cultura, se aborda esta cuestión desde la perspectiva de que la intraducibilidad es inherente al concepto de traducción. Por otro lado, se toma al receptor meta como el criterio último de aceptabilidad de las traducciones de este ámbito. El capítulo dos está dedicado a las clasificaciones y las distintas denominaciones que han recibido los referentes culturales en la traductología, así como la revisión de las estrategias y técnicas de traducción que se han utilizado. Para alcanzar este objetivo, el tercer capítulo lo dedica a la descripción teórica general del sector turístico en general y del texto turístico en particular. Asimismo, se exponen las diversas tipologías existentes, haciendo hincapié en el estado de la cuestión y profundizando acerca de este tipo de lenguaje. En el cuarto capítulo se realiza el análisis de los culturemas turísticos seleccionados y sus frecuencias, que precede a un análisis cualitativo de las técnicas de traducción, así como la discusión de los resultados. En el quinto capítulo se extraen las conclusiones y las posibles vías de estudio que se derivan de esta investigación, y que se centran en el estudio de la traducción de los culturemas globalizados, el estudio de los falsos amigos culturales y la estereotipia lingüística, perpetuada en

el texto turístico a través de las traducciones, así como la introducción de nuevas perspectivas en la didáctica de la traducción de los textos turísticos y concretamente de los culturemas, estrechamente vinculados al desarrollo de la competencia cultural del alumnado. Por último, se ofrece de modo práctico el catálogo de todos los culturemas estudiados en el anexo.

Esta obra responde a la necesidad comunicativa que tienen los traductores que se enfrentan a la ardua tarea de traducir un texto en el que se encuentran una serie de referentes culturales, por lo que este estudio resulta no solo de interés para los terminólogos, sino también para los traductores profesionales de textos turísticos. El análisis expuesto y razonado permite comprender de un modo más profundo la importancia del papel que desempeña el traductor en la traducción de textos turísticos, y, en concreto, dentro del ámbito del turismo cultural, una forma de turismo muy extendida en España desde hace unas décadas y que constituye un motor fundamental para el desarrollo económico de muchas ciudades y regiones de nuestro país. La monografía también denuncia la necesidad de la traducción de calidad de los textos turísticos, faltos de atención y de la adecuada revisión antes de su publicación. Como nos indica la autora, es necesario reivindicar la naturaleza especializada del texto turístico, que tiende a considerarse en ocasiones como “un texto rígido y prototípico, sencillo y fácil de traducir” (p. 40), cuando en realidad encierra múltiples trampas y dificultades. La autora insiste en el hecho de que la traducción de los textos turísticos es un acto comunicativo no exento de dificultades, pues combina elementos del lenguaje general y la traducción especializada que implican el trasvase de términos conceptuales culturales, el uso de metáforas, nombres propios, juegos de palabras y fraseología, terminología especializada, etc. y que requiere la especialización del traductor para reconocer las convenciones textuales y el estilo propios de los textos de un sector en el que existen enormes posibilidades de trabajo para los profesionales de la traducción. Del mismo modo, también conlleva necesariamente la concienciación de las instituciones públicas y las empresas privadas como iniciadores de la traducción para apostar por la elaboración de traducciones de calidad.

En resumen, entendemos que esta obra en la que confluyen lengua, cultura, turismo y traducción, resulta una referencia indispensable para conocer con detalle la evolución y el estado actual de este ámbito especializado de la traducción e interpretación de los referentes culturales desde un punto de vista académico y profesional, puesto que contribuye a cubrir el vacío académico existente en relación con el estudio de los textos del ámbito turístico y contribuye asimismo a paliar las necesidades terminológicas a las que se enfrenta el traductor.