

EJERCICIO COMPARATIVO DE UN TEXTO TURÍSTICO ORIGINAL ESPAÑOL CON SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN COMO FUNDAMENTO METODOLÓGICO PARA ALUMNOS DE LOS PRIMEROS AÑOS DE TRADUCCIÓN

Nuria Ponce Márquez
Universidad Pablo de Olavide

Resumen

Los textos turísticos constituyen una fuente inagotable de inspiración traductológica, por lo que plantear la comparación de un texto turístico en dos lenguas diferentes con el fin de estudiar las diferentes estrategias utilizadas ante los diferentes problemas de traducción presentados supone un ejercicio sumamente enriquecedor. Para conseguir unos resultados realmente interesantes, estos ejercicios, que permiten a los alumnos comparar textos originales con sus correspondientes traducciones, deben plantearse a todos los niveles lingüísticos. De esta forma, el texto original y su correspondiente traducción deben analizarse teniendo en cuenta unos parámetros morfosintácticos, léxico-semánticos, pragmáticos, etc. Tal y como se irá describiendo a continuación, el ejercicio consiste en analizar las similitudes y diferencias que se constatan en ambas lenguas en cada uno de estos niveles, intentando analizar la estrategia utilizada por el traductor en cada uno de los casos.

Palabras clave: *textos turísticos, problemas de traducción, estrategias de traducción, niveles lingüísticos*

Abstract

Tourist texts are a never-ending source of inspiration within the field of Translation Studies, so that comparing an original tourist text and its translation with the aim of analysing the different strategies used to solve certain translation problems is a very enriching exercise. In order to obtain really interesting results, these exercises, which allow translation students to compare original texts with their translations, must include the analysis of all linguistic levels. The original text and its translation must be analysed according to morphosyntactic, semantic or pragmatic parameters. The exercise consists of analysing the similarities and differences appearing in each of the levels in both languages with the aim of describing the strategy used by the translator in each case.

Keywords: *tourist texts, translation problems, translation strategies, linguistic levels*

1. Introducción

Los textos turísticos constituyen una fuente inagotable de inspiración traductológica, por lo que plantear la comparación de un texto turístico en dos lenguas diferentes con el fin de estudiar las diferentes estrategias utilizadas ante los diferentes problemas de traducción presentados supone un ejercicio sumamente enriquecedor.

Con este ejercicio comparativo se pretende comparar el funcionamiento de dos sistemas lingüísticos diferentes en un caso concreto de texto turístico. La metodología simple aplicable al ejercicio que plantea este artículo pretende servir de modelo de análisis que ayude a los alumnos que dan sus primeros pasos en el terreno de la traducción a sentar las bases de un pensamiento lógico y analítico que les permita discernir con claridad las diferentes soluciones que se pueden aportar ante un problema y, sobre todo, debatir si están de acuerdo o no con las estrategias utilizadas.

Para el profesional de la traducción que se encuentra a diario con multitud de encargos en su mesa de trabajo, estos ejercicios comparativos se han convertido en una tarea de *deformación profesional*, ya que en su búsqueda diaria de documentación paralela se encuentra muy a menudo en la tesitura de realizar este tipo de análisis con textos multilingües en los que sustentar la elección de una determinada terminología o

Revista Electrónica de Lingüística Aplicada (ISSN 1885-9089)

2008, Número 7, páginas 55-78

Recibido: 22/06/2008

Aceptación comunicada: 21/07/2008

expresión. Yendo un poco más allá, sería interesante señalar que este tipo de análisis puede plantearse también como un ejercicio de *refresco* en aquellas ocasiones en las que el traductor esté un poco menos atareado, ya que analizar las soluciones propuestas por otros profesionales en determinados tipos de texto es un ejercicio verdaderamente enriquecedor que siempre puede aportar ideas nuevas.

Para conseguir unos resultados realmente interesantes, estos ejercicios comparativos deben plantearse a todos los niveles lingüísticos. De esta forma, el texto original y su correspondiente traducción deben analizarse teniendo en cuenta unos parámetros sintácticos, léxico-semánticos, pragmáticos, etc. Tal y como se irá describiendo a continuación, el ejercicio consiste en analizar las similitudes y diferencias que se constatan en ambas lenguas en cada uno de estos niveles, intentando analizar la estrategia utilizada por el traductor en cada uno de los casos.

La utilidad de este tipo de ejercicios en el desarrollo de la capacidad analítica de los estudiantes de los primeros cursos de Traducción e Interpretación nos ha llevado a unos profesores de asignaturas introductorias a la actividad traductora, tales como *Fundamentos de la Teoría y Práctica de la Traducción e Interpretación* o *Introducción a la Traducción*, a desarrollar una metodología simple y sistemática con la que ayudar a los alumnos a confrontarse de forma consciente con un texto origen (TO) y su correspondiente traducción (TM).

Con la metodología que se presenta en este artículo se plantea a los alumnos una situación artificial en la que se les obliga a actuar como lectores con capacidad crítica tanto de un TO como de un TM, presuponiéndose en cualquier caso que los alumnos cuentan con la suficiente capacidad lingüística para comprender la gran mayoría de mensajes expresados en su lengua no materna.

Para plasmar la metodología anteriormente mencionada, nos hemos decantado por el ejercicio comparativo de un texto turístico original español con su correspondiente traducción al alemán. Cabe destacar que con este artículo no se pretende presentar los resultados de un corpus de textos turísticos a través del que observar el funcionamiento comunicativo de este tipo de textos en la cultura española y alemana, sino más bien proponer un modelo de análisis universal, es decir, aplicable a cualquier tipología textual, para el cual hemos tomado como ejemplo la comparación del texto original con su correspondiente traducción. Obviamente, la creación de un corpus de textos turísticos en el que poder compilar un número considerable de textos originales con sus respectivas traducciones y evaluar la calidad de las mismas es un ejercicio muy enriquecedor en términos de la investigación traductológica, tal y como se puede desprender de las obras de Adrián Fuentes Luque (2005) y Marie-Louise Nobs (2006).¹

¹ En su obra titulada *La traducción de textos turísticos*, Fuentes recoge artículos sobre diferentes aspectos de la traducción en el sector turístico, convenciones textuales, expectativas de los usuarios, calidad, formación, etc., junto con estudios de tipos de texto específicos como son las campañas promocionales de Turespaña o las cartas de restaurantes. En cuanto a la obra de Nobs titulada *La traducción de folletos turísticos. ¿Qué calidad demandan los turistas?*, la autora trata el tema de la recepción por parte de usuarios reales de textos turísticos traducidos, analizando las expectativas que estos turistas tienen con respecto a un determinado texto turístico y describiendo los principios de evaluación de la calidad en la traducción de este tipo de textos. En este manual, la autora recaba las respuestas de 180 turistas germano-parlantes a los que se les presentaron dos traducciones de un mismo texto original, teniendo los turistas que responder a la cuestión sobre qué factor/factores les hacían pensar que se encontraban ante un texto turístico traducido. De esta forma, Nobs analiza las expectativas que turistas reales tienen en relación con un determinado folleto turístico. En el artículo que nos ocupa, sin embargo, el enfoque es diferente, puesto que no se pretende analizar la visión de un lector lego en términos de análisis lingüístico, sino la de

Los textos turísticos representan un marco muy adecuado para aplicar este tipo de análisis, ya que reúnen toda una serie de características comunes al resto de tipologías textuales y, a su vez, presentan unas características propias tales como una función eminentemente publicitaria. Tal y como Martin B. Fischer (2004) describió, el texto turístico se puede definir como de la siguiente forma:

“Todo escrito dirigido al público general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades de un lugar y sugiere su visita (...). Todos los textos turísticos son -en menor o mayor grado- textos publicitarios y como tales operativos (...)”.

Todo lector acostumbrado a enfrentarse con este tipo de textos es consciente de que todo texto turístico es una mezcla de texto divulgativo, literario y publicitario cuya finalidad es “vender” un determinado destino al lector.

A este respecto cabe recordar la teoría del *Skopos* (*Skopostheorie*) desarrollada por K. Reiss y H. Vermeer (1984) en su obra titulada *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* en la que se hace hincapié precisamente en el objetivo de la traducción. Según esta teoría, lo que el traductor debe perseguir es la adaptación o adecuación de la traducción a la finalidad que se persigue conseguir (*Adäquatheit*), es decir, que se traducirá de forma adecuada cuando la finalidad de la traducción sea el parámetro más importante para el traductor. Para Reiss y Vermeer, la equivalencia se corresponde con un tipo específico de adecuación, el cual tiene lugar entre dos textos cuya función permanece invariable.

De esta forma, lo que se pretende es que el lector no se percate de que se encuentra ante una traducción, para lo que el traductor habrá intentado conseguir un máximo de equivalencia textual de dicha traducción. Así, la equivalencia expresa la relación entre un texto final y un texto de partida que pueden cumplir de igual modo la misma función comunicativa en sus respectivas culturas (Reiss y Vermeer, 1984: 124). En el caso de los textos turísticos, su anteriormente citada finalidad de “venta” de un determinado destino turístico es también el objetivo primordial de la traducción. Desde el primer momento que el traductor recibe el encargo de traducir un texto turístico debe ser consciente de que, además de proceder al trasvase de determinadas unidades comunicativas, se está transmitiendo un mensaje en el que debe prevalecer la necesidad de hacer atractivo el destino turístico al lector que no es otro que un lector/turista real o potencial.

Siendo conscientes de esta premisa publicitaria, el traductor debe evocar toda una preparación previa de observación y análisis de textos turísticos tanto en la LO como en la LM, de forma que sea capaz de elegir las estrategias más utilizadas en los textos turísticos de la cultura a la que está previsto traducir. Es decir, en su fase de preparación el traductor ha observado, analizado y contrastado diferentes textos originales con sus respectivas traducciones y ha sido capaz de contrastar los resultados obtenidos, estableciendo así unas pautas o estrategias de traducción comunes a todos esos textos.

Este conjunto de estrategias debe tener un carácter funcional, es decir, dichas estrategias deben encajar dentro del patrón esperado por el lector meta, adecuándose, por tanto, a las expectativas del lector final acerca del tipo de texto que está leyendo. El objetivo final de este análisis de estrategias debe ser precisamente ése, es decir, que el

futuros traductores a los que se les empieza a formar para ser capaces de detectar problemas de traducción y sus posibles soluciones desde sus primeros pasos académicos.

texto no “suene” a traducción, aceptando el lector meta el documento como un texto más encuadrado dentro de su propia lengua y cultura.

2. Sistema metodológico propuesto para la clase de traducción

2.1. Finalidad y grupo objetivo

Tal y como se ha mencionado anteriormente, en este artículo se pretende presentar un modelo analítico universal y sencillo, capaz de ser aplicado a cualquier tipología textual. Con este análisis se pretende hacer una primera valoración independiente de los textos, encuadrando sus características más llamativas por niveles lingüísticos. Esta primera fase de observación y análisis se realiza tanto en el TO como en el TM de forma completamente individual. En la segunda fase de comparación de resultados, se pretende plantear una visualización clara de las características tanto comunes como diferenciadoras que se plantean en los dos documentos para pasar, posteriormente, a su aplicación a nivel traductológico con un análisis de los problemas que el TO ha planteado al traductor y las soluciones que dicho traductor ha propuesto.

Obviamente, este planteamiento presupone una situación artificial en la que el alumno se confronta de primera mano con una traducción elaborada por un traductor profesional que puede ser más o menos acertada, debiéndose establecer el debate en clase de posibles alternativas a las soluciones propuestas.

De esta forma, con este sistema metodológico establecemos un grupo objetivo muy concreto (estudiantes de traducción) al que pretendemos inculcar una capacidad analítica que va a resultar esencial en su posterior práctica profesional. El profesor, por su parte, debe ser capaz de realizar una labor tal de abstracción que le permita meterse en la piel del alumno de los primeros cursos de Traducción e Interpretación, con sus conocimientos y carencias, para poder analizar cuál es la capacidad de análisis que se le presupone a los alumnos y hasta dónde se pretende llegar con su metodología.

En este caso, los objetivos que se han pretendido conseguir con esta metodología son los siguientes:

1 Obligar al alumno a analizar concienzudamente los textos atendiendo a todos los niveles lingüísticos con el fin de poder identificar y encuadrar las determinadas características del texto en un determinado nivel.

2 Realizar un análisis exhaustivo de los problemas de traducción que se han presentado, así como de las soluciones propuestas, para proceder al debate en clase partiendo de la base de que, en la mayoría de los casos, no existe una única solución para un mismo problema.

Para poder llevar a cabo estos objetivos y haciendo especial hincapié en que el propio alumno se sienta traductor desde el primer momento, se plantea en la clase la situación artificial de analizar la versión original de un texto turístico, comparándola a la vez con su traducción, en este caso, al alemán, partiendo de la base de que los conocimientos de ambas lenguas por parte del alumno son lo suficientemente extensos como para comprender la inmensa mayoría del mensaje.

2.2. Método de tablas comparativas

Con el objetivo de poder plasmar el análisis anteriormente descrito de la forma más simple y sistemática posible, se procede a aplicar la siguiente tabla que incluye de forma esquemática todos los niveles lingüísticos, pudiéndose así ofrecer una visión de conjunto de dichos apartados:

	VERSIÓN ORIGINAL EN CASTELLANO (TO)	TRADUCCIÓN AL ALEMÁN (TM)
Nivel fonético		
Nivel ortográfico		
Puntuación		
Nivel morfo-sintáctico		
Nivel léxico-semántico		
Nivel pragmático		
Observaciones		
Conclusiones		

Figura 1: Análisis comparativo del TO y del TM

A la hora de aplicar estas tablas, el alumno debe ir analizando ambos textos e incluir los fenómenos más importantes que ha podido apreciar en ambas lenguas, prestando especial atención al nivel pragmático. En el apartado de observaciones el alumno puede incluir todos aquellos rasgos que, por un motivo u otro, pueden parecerle interesantes o curiosos. En el apartado de conclusiones, se incluirían el grado de similitud o diferencia que ambos textos presentan según la descripción de los niveles anteriores.

Una vez habiendo aclarado las características predominantes en cada uno de los textos, el alumno debe plantearse qué problemas cree que el texto origen planteó o debió haber planteado al traductor cuando éste comenzó con su traducción. Con el fin de poder organizar el debate en clase, el alumno debe aplicar sus ideas en una segunda tabla, que se presenta a continuación, en la que indique tanto los problemas que el traductor probablemente encontró a la hora de traducir así como las soluciones a modo de estrategias de traducción que se han aplicado a dichos problemas, planteándonos en todo momento por qué el traductor pudo haberse decantado por esa solución y si realmente hubiese sido viable aplicar otras estrategias de traducción para resolver el problema planteado.

PROBLEMAS PLANTEADOS A LA HORA DE TRADUCIR	Soluciones / Estrategias→ ¿POR QUÉ?
<p>CONCLUSIONES:</p> <p>-¿Consigue la estrategia utilizada adecuar al máximo el mensaje pragmático del texto original a la cultura meta?</p> <p>-En caso negativo, ¿qué otra estrategia se podía haber aplicado?</p>	

Figura 2: Problemas traductológicos y estrategias utilizadas a modo de solución

El objetivo final de todo este análisis sería plantearnos el grado de adecuación que se ha obtenido en la traducción de la LO a la LM partiendo de la base de que las marcas culturales que se adoptan en los textos turísticos conllevan una ardua labor de adecuación del mensaje.

Asimismo, con esta metodología se constata una vez más la importancia de todos los procesos mentales por los que debe pasar un traductor para decantarse por una serie de estrategias, siendo consciente de que dichas estrategias van a proporcionar al texto final un determinado grado de adecuación del mensaje pragmático expresado en el texto original, impregnado de una cultura origen, con respecto al resultado final en la lengua y cultura meta.

3. Ejercicio comparativo

Siguiendo esta metodología comparativa que busca la reflexión del alumno al convertirlo en analista de las estrategias utilizadas por un determinado traductor, planteamos el análisis de un texto turístico real y proceder al análisis tanto de este texto como de su traducción.

3.1. Presentación del texto objeto de análisis

Con el fin de visualizar el desarrollo de un ejercicio de comparación de esta índole, se ha optado por utilizar a modo de ejemplo la versión original castellana de una guía turística titulada “Granada, un continente turístico” con su correspondiente traducción al alemán (“Granada, ein touristischer Kontinent”), ambas publicadas por el Patronato Provincial de Turismo de Granada. La función de la guía, como cualquier texto turístico que se precie, consiste en informar sobre las cualidades de la provincia de Granada, presentando descripciones sumamente atractivas cuya finalidad consiste en sugerir la visita de un determinado lugar.

Además de su finalidad descriptivo-informativa, podría afirmarse que todos los textos turísticos son, en menor o mayor medida, textos publicitarios, cuya intención consiste en persuadir y convencer de las bondades y atractivos de los lugares descritos para lo que se utilizan una portada en la que se incluye el nombre del lugar con su correspondiente eslogan, información práctica (horarios de apertura de los diferentes monumentos, climatología...), ilustraciones que van acompañando al texto y que en

ocasiones ocupan más espacio que el propio texto, etc. Todo ello, además, con un gran colorido que pretende en todo momento apelar a la admiración del lector, tal y como se puede apreciar en la siguiente imagen de la guía que se ha sometido a análisis:

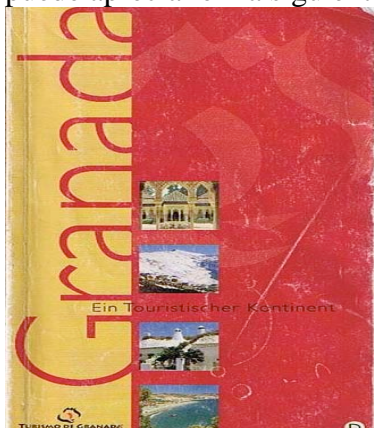


Figura 3: Portada del folleto en su versión traducida al alemán “Granada, ein touristischer Kontinent”. Tanto el original como su traducción presentan en todo momento un formato idéntico.

El folleto en cuestión mantiene exactamente el mismo formato tanto en castellano como en alemán. Se trata de un folleto rectangular con predominio de colores cálidos como el rojo y el amarillo en la portada, donde también aparece una letra a modo de símbolo con el que se indica el idioma en que se presenta al turista. El reverso, en el que aparecen los organismos colaboradores con el Patronato, es de color rojo degradado.

El folleto consta de 119 páginas en cuya antesala se encuentra un índice en el que se detallan las partes en que está estructurado, incluyéndose una introducción titulada “Entre dos aguas” y una sinopsis cronológica que abarca desde la Prehistoria hasta la Edad Contemporánea. El corpus del folleto se extiende desde la página 6 hasta la 89. En las páginas 90-91 se ofrece una muestra de la artesanía de la zona. En las páginas 92-93 se hace lo propio con los platos típicos del lugar y desde la página 94 hasta la 119 se ofrece información de interés para el visitante (direcciones de interés, alquiler de vehículos, museos, actividades culturales, alojamientos, restaurantes, balnearios y agencias de viajes). Por último, al final del folleto aparece representado un mapa de Andalucía en el que se incluye información sobre las diferentes provincias.

En lo que respecta a la tipografía, en la guía se hace uso de las letras en negrita para resaltar los nombres propios de las ciudades y pueblos (Alhama de Granada, Baza... –pág. 11–), de los edificios (Teatro Alhambra, Parque de las Ciencias... –págs. 10-11–) y de certámenes (Festival Internacional de Música y Danza –pág. 10–).

3.2. Niveles lingüísticos: predominio de un estilo nominal con tintes poéticos, redundancia de estructuras sintácticas al servicio de la descripción, aparición de realia, redundancias terminológicas y adecuación pragmático-cultural a la lengua y cultura meta

Dejando atrás estas curiosidades puramente formales y adentrándonos ya de lleno en el análisis lingüístico del texto, se pueden constatar muchas similitudes entre el estilo utilizado en la versión original en castellano y su correspondiente traducción al alemán. En estos apartados procederemos a analizar aquellos niveles en los que se plantea un mayor número de similitudes y/o diferencias entre el TO y el TM

3.2.1 Nivel morfo-sintáctico: predominio de un estilo nominal con tintes poéticos y redundancia de estructuras sintácticas al servicio de la descripción

Dentro del nivel morfo-sintáctico, resulta muy significativo el uso del mismo estilo nominal tanto en el TO como en el TM. Además de ser un recurso al servicio del aprovechamiento del reducido espacio con el que a menudo se cuenta en este tipo de textos, el estilo nominal es característico de la tipología turística, ya que suele ser el estilo al que se recurre con mayor frecuencia con el objetivo de provocar una sensación de impacto al lector y brindarle una visualización atractiva del destino que se le está describiendo. En este caso se puede afirmar que ambas culturas persiguen un mismo objetivo reflejado en una tipología textual que presenta grandes similitudes, por lo que la adecuación de dicha tipología textual a la lengua meta no debería mostrar muchas dificultades.

Tal y como se procede a analizar a continuación, este estilo nominal aparece representado en la guía de diferentes maneras que abarcan desde un estilo nominal absoluto con una ausencia total de cualquier forma verbal hasta la utilización de un estilo nominal reforzado sintácticamente con la aparición de participios. En la descripción de la Alpujarra-Valle de Lecrín, por ejemplo, se observa la utilización de un estilo nominal absoluto con la ausencia total de una forma verbal:

- (1) “Die letzte Naturfestung der granadinischen Mauren; ein lebendiges Beispiel für die Symbiose zwischen Mensch und Natur in der Kultur des Al-Andalus” (pág. 46).

La traducción al alemán respeta totalmente el estilo nominal usado en el original castellano, con la única salvedad de que, mientras en castellano se utiliza el signo ortográfico de la coma, en alemán se ha usado el signo del punto y coma para diferenciar un poco más ambos sintagmas nominales:

- (1') “El último reducto de los moriscos granadinos, muestra viva de la simbiosis entre el hombre y el medio alcanzada por la cultura andalusí” (pág. 46).

En la misma página se puede observar también la utilización de un estilo nominal reforzado mediante estructuras de participio de presente y de participio de pasado:

- (2) “Alpujarra – Valle de Lecrín, ein Landstrich, in dem es scheint, die Zeitwäre stehen geblieben: malerische, sich über die Bergabhänge erstreckende Dörfer, eine volkstümliche, von den früheren, maurischen Bewohnern übernommene Architektur, unbeschreiblich schöne Landschaften, Bewässerungsgräben und Terrassen, einfache und gastfreundliche Leute und im Hintergrund stets: die Sierra Nevada” (pág. 46).

En el sintagma nominal cuyo núcleo lo conforma el sustantivo plural *Dörfer*, el participio de presente *erstreckend* actúa como un mero premodificador más a favor del citado estilo nominal. También al servicio del estilo nominal aparece el participio de pasado *übernommen* en posición de premodificador del sintagma nominal liderado por el sustantivo *Architektur*.

En la versión del texto original en castellano al igual que en alemán se utilizan también dos participios al servicio del estilo nominal, aunque en el original se usan dos participios de pasado en posición postmodificadora y concordando en género y número con el sustantivo precedente (*tendidos* y *heredada*):

- (2') “Alpujarra – Valle de Lecrín, una comarca donde el tiempo parece haberse detenido: pintorescos pueblos tendidos en las laderas de las montañas, una arquitectura popular heredada de los antiguos pobladores musulmanes, paisajes de belleza indescriptible, acequias y cultivos en bancales, gentes sencillas y acogedoras, y Sierra Nevada siempre al fondo” (pág. 46).

Un caso más de paralelismo estructural entre el original castellano y su correspondiente traducción al alemán se constata en el recurrido uso de aposiciones, supeditado igualmente a la importancia del estilo nominal. Dichas aposiciones proporcionan unas descripciones directas de los lugares que se citan. Tres ejemplos claros del uso de estas aposiciones serían los siguientes:

- (3) “Lanjarón, die Stadt der Heilwässer, [...]” (pág. 46).
(4) “Laroles, ein typisches Dorf der Alpujarra, [...]” (pág. 49).
(5) “Die Sierra de la Contraviesa, das Herz der granadinischen Alpujarra [...]”(pág. 52).

En el original castellano se utilizan igualmente estas aposiciones:

- (3') “Lanjarón, la ciudad de aguas saludables, [...]” (pág. 46)
(4') “Laroles, un típico pueblo alpujarreño dominado por el campanario de la Iglesia del Rosario [...]” (pág. 49).
(5') “La Sierra de la Contraviesa, corazón de la Alpujarra granadina, [...]” (pág. 52).

Tal y como se puede apreciar en el segundo ejemplo, el original castellano incluye la construcción con el participio de pasado *dominado* dentro de la aposición, mientras que en la traducción al alemán se ha optado por separar la construcción de participio introducida por la forma verbal *überragt* por una coma:

- (4') “Laroles, ein typisches Dorf der Alpujarra, überragt vom Glockenturm der Kirche del Rosario” (pág. 49).

Este estilo nominal se encuentra en muchos casos entremezclado con un estilo literario repleto de metáforas que lo dotan de ciertos tintes poéticos, tal y como se puede observar en el siguiente ejemplo tanto en el original castellano como en su correspondiente traducción al alemán en el que se describe el paisaje que rodea a Salobreña:

- (6) “Entre un mar de cultivos tropicales y el Mediterráneo surge el inconfundible perfil de Salobreña [...]” (pág. 57).
- (6’) “Zwischen einem Ozean von Anbaugebieten für Tropenfrüchte und dem Mittelmeer erhebt sich das unverwechselbare Profil von Salobreña [...]” (pág. 57).

Cabe destacar como detalle curioso que mientras que en castellano la metáfora se encuentra ubicada en la expresión *un mar de cultivos tropicales*, con la que se pretende enfatizar el gran número de hectáreas en las que se han cultivado estos productos, en alemán se ha hiperbolizado la idea un poco más sustituyendo el término *mar* por el de *océano*, adecuando así el mensaje de la forma más idiomática posible a la lengua meta. Asimismo, resulta interesante observar que esta misma metáfora se utiliza también a la hora de retratar el paisaje igualmente diseñado de lugares cercanos a Salobreña. De esta forma, en un pie de foto con Castell de Ferro se puede leer esta misma expresión tanto en el original castellano como en su correspondiente traducción al alemán:

- (7) “Un mar de cultivos tropicales se extiende en Castell de Ferro con la alpujarreña Sierra de la Contraviesa como telón de fondo” (pág. 60).
- (7’) “In Castell de Ferro erstreckt sich ein Ozean von Anbaugebieten für Tropenfrüchte; im Hintergrund die zur Alpujarra gehörende Sierra de la Contraviesa” (pág. 60).

Entrelazando el plano sintáctico con el semántico, resulta importante señalar la aparición de determinadas expresiones que se van repitiendo a lo largo de toda la guía a la hora de describir los diferentes monumentos que impregnan las localidades que se van retratando. En este contexto, se utilizan diferentes recursos sintácticos que no siempre coinciden en el original castellano y su correspondiente traducción al alemán, aunque sí se respeta la carga semántica del original, buscándose el equivalente más adecuado en la lengua meta. Un claro ejemplo de este fenómeno es la utilización del verbo *destacar* en castellano para ensalzar determinados monumentos o elementos que se pueden encontrar dentro de esos monumentos. En el pie de foto de la Peña de los Gitanos ubicada en el Poniente Granadino, por ejemplo, aparece una construcción gerundiva de participio de presente introducida por el verbo *destacar*, mientras que en alemán se observa una construcción de infinitivo formada por la secuencia *sein+ zu Infinitivo (sind hervorzuheben)*:

- (8) “Peña de los Gitanos: paraje natural que alberga uno de los conjuntos arqueológicos más interesantes de la comarca, con restos de diferentes culturas, destacando los enterramientos megalíticos” (pág. 63).
- (8’) “Peña de los Gitanos: Naturlandschaft, die eines der interessantesten archäologischen Fundorte der Gegend beherbergt. Von den Resten der verschiedenen Kulturen sind die megalithischen Grabstätten hervorzuheben”(pág. 63).

Igualmente se utiliza esta dicotomía del original castellano *destacar* por el

alemán *sein+hervorzuheben* en la descripción de los monumentos más importantes de la ciudad de Guadix, dejándose así constancia de la predilección del alemán por la utilización de este tipo de estructuras de infinitivo mientras que en castellano se opta más por mantener una estructura no perifrástica en presente de indicativo:

- (9) “Una ciudad monumental donde destacan edificios como la Alcazaba y la Catedral, donde se fusionan los estilos gótico, renacentista y barroco” (pág. 78).
- (9’) “Es ist eine Stadt voller Denkmäler, von denen die Alcazaba und die Kathedrale hervorzuheben sind” (pág. 78).

En esta misma línea, en la descripción de un relieve que se encuentra en la Iglesia de San Gabriel situada en el Poniente Granadino se resalta dicha pieza con la utilización de la tercera persona del presente de indicativo del verbo *destacar* en castellano, mientras que en su traducción al alemán se ha decidido seguir optando por la misma construcción de *sein+zu Infinitivo* con el verbo *hervorheben*:

- (10) “Iglesia de San Gabriel: Declarada Bien de Interés Cultural, fue construida en el s. XVI en estilo renacentista. Destaca el relieve de la Anunciación de la fachada lateral” (pág. 67).
- (10’) “Iglesia de San Gabriel: Die zum Gut kulturellen Interesses erklärte Kirche wurde im 16. Jh. im Renaissancestil errichtet. Hervorzuheben ist das Relief der Verkündigung an der Seitenfassade” (pág. 67).

En este mismo contexto de descripciones de monumentos, podemos encontrar otra expresión sintáctica además muy recurrente en alemán que consiste en enlazar los diferentes monumentos con la estructura infinitiva *sein+zu sehen* (pág. 81). En castellano, por su parte, aparecen expresiones en presente de indicativo con la introducción de verbos como *conservar*, tal y como sucede, por ejemplo, en la descripción a pie de foto de la localidad de Lanteira.

- (11) “Lanteira aparece entre cauces de agua y arboledas. Además de la Iglesia de Santa María de la Anunciación, conserva restos de dos fortalezas y un aljibe árabe” (pág. 81).
- (11’) “Lanteira erhebt sich zwischen Flussbetten und Waldstücken. Neben der Kirche Iglesia de Santa María de la Anunciación sind hier noch Reste von zwei Festungen und einer maurischen Zisterne zu sehen” (pág. 81).

Otro recurso muy utilizado por el traductor para alentar al turista a visitar determinadas zonas lo conforman las expresiones pasivas de estructuras fijas con el participio del verbo *besichtigen* en primer lugar de la oración, es decir, la fórmula participio del verbo *besichtigen* (*besichtigt*)+*werden*+*Konjunktiv II* del verbo *sollen* (*sollte* en tercera persona del singular o *sollten* en tercera persona del plural)+nombre/s del/de los monumento/s. En castellano, se utiliza una expresión pasiva encabezada por el verbo *recomendar* seguida del sintagma nominal *la visita del...* Un claro ejemplo de esta estrategia de traducción se puede localizar en la descripción de los monumentos de

Orce:

- (12) “Se recomienda la visita del Palacio de los Belmonte, también llamado ‘Casa Grande’, situado en la Plaza, centro neurálgico de la población” (pág. 87).
- (12’) “Besichtigt werden sollte der Palacio de los Belmonte, der auch ‘Casa Grande’ (großes Haus) genannt wird und sich am Plaza Nueva, dem Zentrum der Ortschaft befindet” (pág. 87).

En la misma página se recurre a otra estrategia bastante extendida en este tipo de textos en alemán que consiste en incitar a la visita de los monumentos con la introducción del adjetivo *sehenswert* a principio de oración seguido de una estructura atributiva con el verbo *sein* y normalmente también con el adverbio *auch*. En la versión castellana, en este caso, se reduce todo a una mera enumeración sin ningún tipo de introducción estilística:

- (13) “[...] la Iglesia, del siglo XVII, y el Paseo de los Caños, agradable paseo jalonado por árboles y fuentes donde se encuentra la Posada de los Caños, de la que era propietaria la familia de los Segura” (pág. 87).
- (13’) “[...] Sehenswert sind auch die Kirche aus dem 17. Jh. und der Paseo de los Caños, eine angenehme von Bäumen und Brunnen gesäumte Promenade, an der die Herberge Posada de los Caños gelegen ist, die einst der Familie der Segura gehörte” (pág. 87).

También para enumerar monumentos se utiliza un sintagma nominal introductorio seguido de la enumeración de dichos monumentos separados por comas: en castellano se utiliza la expresión atributiva *testimonios de su larga historia son...* y en alemán, su fórmula paralela *Zeugen seiner langen Geschichte sind...* En ambos casos se utilizan dos construcciones absolutamente idénticas introducidas por un sustantivo usado con carácter de generalidad sin ningún tipo de artículo premodificador y una estructura atributiva con un sintagma verbal introducido por el verbo “ser” o, en el caso del alemán, *sein*.

- (14) “Testimonios de su larga historia son la Necrópolis fenicia de Puente de Noy, la Factoría de Salazones púnica-romana, edificaciones romanas como el Acueducto, Columbarios y las galerías conservadas en la Cueva de los Siete Palacios, actual sede del Museo Arqueológico, además de su Castillo islámico reconstruido por Carlos V” (pág. 58-59).
- (14’) “Zeugen seiner langen Geschichte sind die phönizische Nekropolis von Puente de Noy, die punisch-römische Pökelfabrik, römische Bauten wie das Aquädukt, Kolumbarien und die Galerien, die noch in der Höhle Cueva de los Siete Palacios, dem heutigen Sitz des Archäologischen Museums, erhalten sind, sowie die maurische Burg, die von Karl V. wieder aufgebaut wurde” (págs. 58-59).

El recurso anteriormente presentado se puede observar también en la

descripción de la Costa Tropical oriental en la que de nuevo se vuelve a utilizar el sintagma nominal introducido por el sustantivo en plural *testimonios*, mientras que en alemán se utiliza el sustantivo *Zeugen* también en plural:

- (15) “Castillos islámicos como el de Castell de Ferro, torres vigía como la de Cautor en La Mamola o la Torre de Melicena, son testimonios de la época en la que los musulmanes vigilaban las costas ante los posibles ataques de los cristianos” (pág. 60).
- (15’) “Maurische Burgen wie die von Castell de Ferro, Wachtürme wie der von Cautor in La Mamola oder der Turm von Melicena sind Zeugen einer Zeit, in der die Mauren die Küsten bewachten, um eventuelle Angriffe der Christen abzuwehren” (pág. 60).

3.2.2. Nivel léxico-semántico: aparición de *realia* y redundancias terminológicas

Dentro del nivel léxico-semántico, una de las características más típicas de este tipo de textos es la utilización de sustantivos intraducibles que no poseen ningún equivalente en la lengua meta, los llamados *realia*², ante los que se opta por ofrecer una explicación en la lengua meta con el fin de aclarar el término al lector / receptor.

Curiosamente, en toda esta guía sobre Granada cuando aparece uno de estos términos y se utiliza el mismo sustantivo del original castellano, éste no aparece en cursivas, lo que hubiese sido el recurso habitual de toda traducción para marcar que se trata de un término procedente de otra lengua que aparece en el texto traducido.

Así ocurre con el sustantivo *neveros* que según la RAE se define como 'vendedor de nieve o de refrescos helados' y que en este contexto adquiere la importancia de personaje característico de la zona cuya actividad comercial consistía en traer hielo de las cumbres nevadas de la Sierra para su posterior venta en la ciudad de Granada.

La ruta que seguían para subir y bajar a Sierra Nevada es la que hoy se conoce como el *camino de los neveros*. En alemán se sigue utilizando el mismo sustantivo sin marcarse en cursivas y se introduce una explicación entre paréntesis. En castellano, se ha optado por ofrecer una explicación directa introducida por una oración subordinada de relativo con la que se deja constancia de la actividad que desarrollaban estos

² En su ponencia titulada “El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos”, la profesora Maria Vittoria Calvi reconoce la dificultad de traducir las palabras y/o expresiones culturalmente marcadas en los textos turísticos y la necesidad de buscar diferentes estrategias de traducción según el caso:

“La traducción de términos culturales en el sector turístico plantea problemas de varios tipos, dada la abundancia tanto de *realia* como de palabras con equivalentes en otras lenguas pero culturalmente marcadas en la lengua de partida; habrá que tener en cuenta, en cada caso, el género del texto y sus características discursivas, para elegir la estrategia traductiva más apropiada.” (Calvi, 2000).

En su ponencia, Calvi aborda dos estrategias que se utilizan normalmente para la traducción de estos *realia* en textos turísticos. La primera consiste en ofrecer una explicación: “Las palabras del castellano están a veces acompañadas por una traducción o explicación [...]” (Calvi, 2000). La segunda alternativa a la que hace referencia consistiría en mantener las expresiones castellanas con el fin de otorgar cierto “exotismo” al texto traducido: “En resumidas cuentas, se recibe la impresión de que los términos culturales son exhibidos para crear una red de sugerencias y ‘exotismo’ en torno al producto turístico [...]” (Calvi, 2000).

neveros, sin que sea necesario ofrecer ninguna información adicional gracias a la evocación por similitud del público hispanoparlante del término *nevera* y del conocimiento por parte de estos lectores de Sierra Nevada como destino de turismo de nieve. En ambos casos, tanto en el original español como en su traducción al alemán, el nombre de la ruta aparece marcado en mayúsculas.

- (16) “El Camino de los Neveros desciende desde las cumbres nevadas hasta Granada; era utilizado antaño por los neveros que llevaban el hielo hasta la ciudad” (pág. 41).
- (16’) “Der Weg der Neveros streckt sich von den verschneiten Gipfeln bis Granada und wurde früher von den neveros (Eishändler) benutzt, um das Eis bis in die Stadt zu transportieren” (pág. 41).

En el caso de algunos nombres propios, y no siempre, se ofrece también la traducción del nombre propio castellano, lo cual podría resultar interesante siempre y cuando se mantuviese dicha estrategia a lo largo de todo el texto. Sin embargo, este requisito de homogeneización no se cumple, por lo que se puede considerar que la traducción del lugar denominado *Cueva de los Murciélagos* por *Höhle der Fledermäuse* tras haber indicado anteriormente la expresión en castellano quizás resulte excesiva. A no ser que la expresión del nombre propio castellano fuese decisiva para la comprensión del contenido, no parece relevante traducir dichos nombres propios. Se podría haber optado simplemente por introducir la palabra *Höhle* antes del nombre de la cueva para que no quedase duda alguna sobre el tipo de lugar que se le está presentando al turista. De hecho, este recurso de redundancia semántica aparece como una de las estrategias más usadas en la traducción al alemán de los nombres propios de determinados edificios.

- (17) “El término municipal de Albuñol alberga la Cueva de los Murciélagos, conocida por los restos neolíticos allí hallados” (pág. 52).
- (17’) “Im Gemeindegebiet von Albuñol befindet sich die Cueva de los Murciélagos (Höhle der Fledermäuse), die für die dort gefundenen neolithischen Reste berühmt ist” (pág. 52).

En la misma página, aparece la descripción del término municipal de Murtas como la *capital del trovo*, echándose quizás de menos algo más de explicación acerca del término *trovo*. En alemán se ha vuelto a optar por una explicación entre paréntesis definiendo al *trovo* como *altspanisches Liebeslied*:

- (18) “La Sierra de la Contraviesa, corazón de la Alpujarra granadina, es una tradicional zona de producción vitícola. Además de degustar el vino “costa”, pueblos como Murtas, la capital del `trovo´ o Albondón [...]” (pág. 52).
- (18’) “Die Sierra de la Contraviesa, das Herz der granadinischen Alpujarra, ist traditionsgemäß ein Weinbaugebiet. Hier kann man den `Costa-Wein´ genießen. Dörfer wie Murtas, die Hauptstadt des Trovo (altspanisches Liebeslied) oder Albondón [...]” (pág. 52).

En otro fragmento de la guía, se aprecia igualmente la ausencia de la definición del término castellano *tinaos*, lo que puede provocar cierto desconcierto en un lector no familiarizado con la arquitectura popular de ciertas zonas de Andalucía. Después de haber consultado el Diccionario de la RAE y el Diccionario Panhispánico de Dudas en busca del significado del término *tinao* sin obtener resultado alguno, se procedió a realizar una consulta directa a la RAE a través de su página Web www.rae.es, constatándose que dicho término no se encuentra recogido en ninguno de estos diccionarios.

En la RAE se nos remitió al término *tinado* con la acepción de 'cobertizo de ganado' que no guarda ninguna relación con el significado real de *tinao*, típicamente usado en Andalucía para designar los voladizos característicos de las calles de zonas como la Alpujarra Alta. Con el fin de poder localizar imágenes de estos *tinaos* de primera mano, se procedió a entrar en contacto con los ayuntamientos de Soportújar y Pampaneira, dos poblaciones situadas en la zona anteriormente mencionada. Estos últimos nos enviaron amablemente las siguientes fotos de algunos *tinaos* que se pueden ver en sus calles, en las que se observa claramente que estos elementos arquitectónicos forman parte de su fisonomía de pueblo alpujarreño cobijando al paseante del calor desasosegante del verano y de las inclemencias del clima en invierno.



Figura 4: dos fotografías de los típicos *tinaos* localizados en las calles de los pueblos de la Alpujarra granadina.

Después de habernos documentado convenientemente acerca de dicho término y volviendo de nuevo al texto, en el original castellano no se ofrece ningún tipo de definición para la palabra *tinao*, provocando la ansiada sensación de exotismo y extrañeza, mientras que en la versión alemana, con el fin de adecuar este *realia* de la forma más clara posible a la cultura alemana, se ha optado por brindarle al lector una explicación entre paréntesis muy acertada de los *tinaos* de la población de Soportújar (*überbaute Straßenpassagen*), tal y como se puede apreciar en el ejemplo siguiente en la descripción de las calles de dicho término municipal ubicado en la Alpujarra Alta:

(19) “En Soportújar sorprenden sus abundantes *tinaos*, empinadas calles y la blancura de sus casas” (pág. 46).

(19’) “In Soportújar überraschen die zahlreichen *Tinaos* (*überbaute*

Straßenpassagen), die steilen Gassen und das Weiß der Häuser” (pág. 46).

La misma tónica se mantiene también en la aclaración de palabras de origen árabe: en castellano no se ofrece ningún tipo de explicación y en alemán se opta por mantener el término original ofreciendo una explicación entre paréntesis con el fin de ofrecer el mayor grado de adecuación a la cultura meta. Esto es lo que sucede con términos como *tahá*, que la RAE define como 'comarca o distrito', tal y como se puede apreciar en la descripción a pie de foto de la Iglesia de Santa María de Gracia situada en el término municipal de Juviles en la Alpujarra Baja, en la que el término *tahá* aparece descrito en alemán con el compuesto *Verwaltungseinheit* entre paréntesis:

(20) “En Juviles, capital de tahá en época islámica, destaca la Iglesia de Santa María de Gracia, con su recia torre de piedra” (pág. 51).

(20’) “In Juviles, zu Zeiten der Mauren Hauptstadt einer Tahá (Verwaltungseinheit), ist die Kirche Santa María de Gracia mit ihrem massiven Steinturm hervorzuheben” (pág. 51).

Pasando ahora a analizar la traducción y/o explicitación de los nombres propios de los monumentos y, más concretamente, de las iglesias, resulta importante resaltar las diferentes estrategias usadas a lo largo de la guía. Tal y como se ha comentado anteriormente, una estrategia muy usada es la redundancia a la hora de utilizar la traducción del término *iglesia* (*Kirche*) junto con la denominación completa en castellano (*Iglesia de...*), lo que sucede, por ejemplo, con la iglesia de Montefrío:

(21) “Hier errichteten die Christen die Kirche Iglesia de la Villa” (pág. 63).

Estas explicaciones redundantes se aplican también a otros sustantivos como *Naturpark* o *Höhle*. En el primer caso, en la descripción del Parque Natural de la Sierra de Castril, se explicita el término *Naturpark* antes de indicar su nombre completo en castellano para que no quede ningún tipo de duda acerca de la clase de lugar del que se está hablando:

(22) “Castril, deren Häuser sich an den riesigen Felsen emporranken, auf dem sich die Reste der maurischen Burg erheben, bildet den Eingang zum Naturpark Parque Natural de la Sierra de Castril” (pág. 85).

Lo mismo sucede con la Cueva de Don Fernando también en Castril, en cuyo caso se explicita la palabra *Höhle* seguida de la denominación completa en castellano:

(23) “Dort befindet sich die Höhle Cueva de Don Fernando, die längste und tiefste der Provinz Granada” (pág. 85).

Este fenómeno de redundancia basado en la utilización de terminología absolutamente sinónima en las dos lenguas se aprecia también en la utilización en el mismo sintagma nominal de los términos *Herberge* y *Posada*. Tal es el caso de la descripción de la Posada de los Caños situada en el término municipal de Orce, en cuya aparición en la traducción al alemán se utiliza tanto el término alemán *Herberge* como

la denominación completa en castellano:

- (24) “Sehenswert sind auch die Kirche aus dem 17. Jh. und der Paseo de los Caños, eine angenehme von Bäumen und Brunnen gesäumte Promenade, an der Herberge Posada de los Caños gelegen ist, die einst der Familie der Segura gehörte” (pág. 87).

En la misma página, sin embargo, aparece otro ejemplo en el que no se aprecia tal redundancia y se opta por la utilización del término *Kirche* en alemán directamente unido al nombre de la iglesia en castellano, lo cual se puede observar, por ejemplo, en la denominación en alemán de la Iglesia de la Encarnación de Ílora, de estilo renacentista, que se traduce por

- (25) “Renaissancekirche de la Encarnación” (pág. 63).

El extremo opuesto a la redundancia anteriormente expuesta se encuentra compuesto por la utilización directamente del nombre de la iglesia en castellano sin ningún tipo de aclaración introducida por el artículo determinado femenino *die*, tal y como sucede en la descripción de la iglesia de Montefrío de la que se afirma lo siguiente:

- (26) “Heute befindet sich hier die Iglesia de la Villa, die nach der Wiedereroberung des Platzes im Jahre 1486 errichtet wurde” (pág. 65).

Esta ausencia de redundancia en los monumentos también hace acto de presencia en la descripción de palacios, en las que el término *Palast* no se repite, quizás por su parecido al término castellano *Palacio*. En la descripción de la localidad de Cúllar, por ejemplo, se habla del *Palacio de los Marqueses de Candino* cuya denominación se introduce directamente mediante la utilización del artículo determinado masculino *der*:

- (27) “Cúllar: von den Baudenkmalern dieser Ortschaft römischen Ursprungs sind die Renaissance-Kirche (16. Jh.), das Rathaus und der Palacio de los Marqueses Candino aus dem 17. Jh. hervorzuheben” (pág. 86).

En los casos en los que se utiliza un sobrenombre aplicado a los monumentos, ni siquiera se introduce la terminología castellana, que es, al fin y al cabo, con el término que los oriundos de la zona conocen el lugar, sino que directamente se adapta al alemán. Esto sucede, por ejemplo, con la descripción de la Iglesia de la Encarnación de Montefrío, de la que en castellano se afirma que *es conocida como la ‘redonda’* (pág. 65), mientras que en la versión alemana se utiliza una adaptación directa, afirmándose que *sie ist auch als die ‘Runde’ genannt* (pág. 65).

Un caso también bastante interesante, en el que cabe destacar las estrategias de traducción que se han utilizado, lo conforma la expresión *Vega granadina*. El sustantivo *vega* en castellano es totalmente transparente y su acepción recogida por la RAE como “*parte de tierra baja, llana y fértil*” es generalmente conocida por los hablantes. En el caso del alemán, obviamente, se ha tenido que optar por dar una explicación que, curiosamente, ha ido evolucionando a lo largo de todo el documento.

Dicho término aparece por primera vez en la página 14 donde en el original

castellano se puede leer que *las cumbres de Sierra Nevada se yerguen [...] sobre la Vega granadina*. En alemán, en primer lugar, se opta por introducir directamente la explicación empleando el término *Talebene* sin utilizar el término en castellano:

- (28) “Die Gipfel von Sierra Nevada erheben sich [...] über die granadinische Talebene”.

Más adelante, más concretamente en la página 38, al describirse la casa natal de Federico García Lorca se afirma que se encuentra *en plena Vega granadina*. En alemán, sin embargo, se utiliza el término en castellano *Vega* (en mayúsculas, tal y como aparece en el documento original) incluyéndose una explicación entre paréntesis:

- (29) “[...] inmitten der granadinischen Vega (Ebene) [...]”.

Justo en la página siguiente y por la pura lógica que otorga la cercanía de la explicación anterior se utiliza directamente en alemán el término castellano a la hora de describir la Casa de Valderrubio también perteneciente a la familia del ilustre poeta:

- (30) “[...] ebenfalls in der Vega von Granada trifft man auf Valderrubio [...]” (pág. 39).

A partir de este momento, la palabra *Vega* aparece directamente sin ningún tipo de explicación en la traducción al alemán, al considerarse innecesaria dicha explicación ya que ha aparecido anteriormente en dos ocasiones. De esta forma, se le aplica a dicho sustantivo el mismo género que ostenta el término en castellano, es decir, el femenino y se aplica directamente en toda la variedad posible de casos, tal y como se puede apreciar en el siguiente ejemplo en el que aparece el artículo definido femenino singular en caso dativo aplicado a la vega:

- (31) “[...] zwischen Sierra Nevada und der Vega [...]” (pág. 41).

En alguna ocasión también aparece precedida por el adjetivo *granadinisch* a modo de gentilicio, tal y como se puede observar en la descripción de la localidad de Cenes de la Vega, en la que, haciendo referencia al nombre tan sumamente evidente de dicho municipio, se afirma lo siguiente:

- (32) “Wie sein Name anzeigt, liegt dieses Dorf in der granadinischen Vega [...]” (pág. 42).

Curiosamente, en la última parte de la guía y, a su vez, en la última aparición de dicho sustantivo, se vuelve a optar por ofrecer la siguiente explicación sobre el significado de dicho término:

- (33) “In der Umgeung der Stadt Granada erstreckt sich die Vega, die fruchtbare Ebene, [...]” (pág. 92).

La razón por la que se vuelve a ofrecer una explicación sobre el término puede ser porque en la última parte, dedicada a la gastronomía, también se aprovecha para hacer un pequeño resumen de las zonas en las que se pueden degustar los diferentes platos típicos.

Dentro del nivel léxico-semántico, un apartado por sí solo merece el capítulo culinario al que se acaba de hacer referencia. No cabe la menor duda de que uno de los aspectos más difíciles de trasladar a otra lengua es precisamente el tema gastronómico. En primer lugar, porque, a veces, se necesita invertir un tiempo enorme en informarse sobre en qué consisten esos platos típicos que, también en muchas ocasiones, son totalmente desconocidos para el propio hispanohablante. En segundo lugar, porque en este tipo de textos el espacio está bastante delimitado y no se pueden explicar todos y cada uno de los platos, aunque lo ideal es mantener una homogeneidad de criterios y decidirse por una determinada estrategia para la traducción de dichas exquisiteces culinarias.

Las soluciones son variadas. Se puede optar por mantener la terminología original sin ofrecer ningún tipo de información adicional, tal y como sucede con multitud de platos en el apartado gastronómico, en las páginas 92-93, que aparecen marcados con comillas y en mayúsculas (*Gachas*, *Gachas de ajo quemao*, *Piononos*, *Migas*...). Se da la circunstancia de que estos platos típicos tampoco aparecen explicados en castellano, por lo que cualquier turista hispanoparlante de otra zona del país probablemente tampoco identificase en qué consisten exactamente esas delicias culinarias. En algunas ocasiones, este desconcierto se ve solapado con la presencia de aclaraciones previas que informan sobre el tipo de plato del que se está hablando, como sucede, por ejemplo, con la aparición en escena del *gazpacho andaluz* y del *ajo blanco* a los que se denomina *sopas frías* en castellano con su correspondiente traducción por *kalte Suppen* en alemán:

- (34) “Un plato exquisito de la capital granadina es la tortilla Sacromonte, sin olvidar sopas frías como el gazpacho andaluz o el ajo blanco” (pág. 92).
- (34’) “Ein vorzügliches Gericht der Provinzhauptstadt Granada ist das Omelette Tortilla Sacromonte, ohne darüber die kalten Suppen, wie das ‘Gazpacho andaluz’ oder den ‘Ajo blanco’ zu vergessen” (pág. 92).

El polo opuesto lo constituiría la traducción total de los platos, al no estar formados estos últimos por *realia* que dificulten su comprensión. Tal es el caso de la traducción directa de platos como *perdiz en escabeche* por *mariniertes Rebhuhn* (pág. 92) o *calamares rellenos o guisados* por *gefüllte oder gekochte Tintenfische* (pág. 93).

Una solución intermedia consistiría en añadir una explicación rápida entre paréntesis tal y como sucede con el término *Salazones* que aparece descrito como *getrockneter Fisch* (pág. 93). En otras ocasiones se ofrece también otro tipo de solución intermedia, quedando el nombre del plato típico en castellano precedido por su denominación en alemán, lo que incidiría de nuevo en el valor de redundancia al que se ha hecho referencia anteriormente. En este sentido, en el caso de la gastronomía de la zona de la vega granadina, por ejemplo, el plato *Tortilla Sacromonte* viene introducido por el término alemán *Omelette*, tal y como se puede apreciar en el ejemplo anteriormente citado. En este caso, el lector alemán recibe exactamente la misma información que el lector hispanoparlante, ya que realmente a ninguno de los dos se les proporciona más detalles acerca de los ingredientes de dicha tortilla. Obviamente, lo más correcto en términos pragmáticos sería poder ofrecer una explicación de cada uno de los platos pero, como se ha dicho anteriormente, la limitación de espacio de este tipo de textos no lo permite.

3.2.3. Nivel pragmático: adecuación pragmático-cultural a la lengua y cultura meta

Yendo un poco más allá y centrándonos en el plano puramente pragmático, es necesario volver a recordar que la importancia de un gran conocimiento de la lengua, así como del mundo extra-lingüístico de ambas culturas (la del texto original y de la lengua meta) y un competente análisis del texto en cuestión son factores fundamentales para conseguir una traducción lo más adecuada posible con respecto tanto al mensaje del texto origen como a la cultura meta.

Resulta obvio afirmar que un traductor no puede poseer conocimientos absolutos de todos los temas con los que trabaja, aunque sí puede lograr cierto grado de especialización si llega a lograr trabajar siempre con el mismo tipo de textos, lo cual quizás pueda llegar a restringir la heterogeneidad en su trabajo y quizás también su capacidad de reacción ante el desarrollo de nuevas estrategias de traducción que pueden aparecer en otro tipo de textos con los que no está acostumbrado a tratar.

De lo que tampoco cabe duda es de que para traducir textos sobre otros países y sus respectivas culturas son precisos amplios conocimientos del mundo, especialmente de la cultura extranjera a la que va destinada la traducción junto con una exquisita curiosidad siempre latente en la propia lengua materna, es decir, hay que estar bien informado sobre la propia cultura y sus características y, al mismo tiempo, lo suficientemente familiarizado con la cultura de la lengua meta. En dicha traducción, el traductor buscará siempre la solución más equivalente y lo más funcional posible a lo planteado en el texto original, teniendo siempre en cuenta las diferentes nacionalidades y mentalidades del lector origen y del lector meta respectivamente.

Dentro de los textos turísticos, un ejemplo claro de esta búsqueda de estrategias para lograr la solución más equivalente posible reside en la descripción de los platos típicos o fiestas del lugar tal y como se acaba de comentar en el apartado anterior, para los que el traductor buscará la solución más adecuada posible según la función del texto y el público al que va destinado, explicando costumbres y delicias culinarias desconocidas.

3.3. Diferentes estrategias de traducción: solución a debate

Una vez concluido el ejercicio comparativo atendiendo a los diferentes niveles y de haber analizado las soluciones que se presentan por parte del traductor, el siguiente paso de este sistema metodológico consistiría en cumplimentar la tabla II. Obviamente, lo que se pretende en esta fase del proceso es que los alumnos principiantes declaren si están a favor o en contra de las soluciones propuestas por el traductor, promoviendo la aparición de un debate en clase en el que sean los propios alumnos los que aporten soluciones diferentes a las que propone el traductor real en caso de estar en desacuerdo con las propuestas. El papel del profesor consistirá simplemente en moderar el debate y en rechazar aquellas propuestas que no sean viables en términos traductológicos.

A modo de ejemplo, se puede observar que, en el caso de los textos turísticos, uno de los problemas que mayor debate genera es el caso anteriormente descrito de la redundancia terminológica. En términos generales, los alumnos parecen estar en desacuerdo con la utilización de estas redundancias a no ser que su presencia esté absolutamente justificada con el fin de favorecer la comprensión del mensaje por parte del lector meta.

Con el fin de ejemplificar el debate al que hacemos referencia, procedemos a continuación a describir el planteamiento que se siguió en la clase de *Fundamentos de la Teoría y Práctica de la Traducción e Interpretación* en relación con el análisis del

folleto descrito en este artículo. Remitiéndonos de nuevo a ejemplos anteriormente mencionados y después de haberlos planteado en la clase, uno de los temas que generó mayor debate fue el uso de las redundancias terminológicas anteriormente descrito, ya que a la gran mayoría de los alumnos les resultaba poco práctico la opción de introducir el término alemán seguido del término castellano, tal y como sucedía en el ejemplo (21) *Hier errichteten die Christen die Kirche Iglesia de la Villa* (pág. 63), en el que, como se ha explicado anteriormente el término alemán *Kirche* precede a modo de explicación a la denominación castellana. Las soluciones a este caso de redundancia resultaron variopintas, resumiéndose a continuación aquéllas que generaron mayor debate:

a) Mantener el término alemán y eliminar la palabra española *Iglesia*, en cuyo caso la expresión final sería *Kirche de la Villa*, de forma que esta solución iría en la línea de otro ejemplo anteriormente mencionado en el que se describía el edificio denominado en alemán *Renaissancekirche de la Encarnación* (pág. 63). En esta caso, la cuestión que el profesor puede plantear a los alumnos puede ir encaminada a discernir cuál es el verdadero nombre de la iglesia, es decir, ¿se trata de la Iglesia La Encarnación, Iglesia Encarnación o Iglesia de la Encarnación? De esta forma, el debate que se plantea es si el sintagma preposicional iniciado por la preposición *de* pertenece o se identifica como parte del nombre propio del edificio en cuestión. Ante esta planteamiento, los alumnos generalmente tienden a preferir no usar esta solución debido al efecto de extrañeza que provoca que el nombre propio de un monumento comienzo introducido por una preposición.

b) Mantener únicamente la expresión española introducida por el artículo determinado alemán que corresponda, es decir, que nos encontraríamos *ante die Iglesia de la Villa*, en cuyo caso, algunos alumnos planteaban que esta solución no sería viable en caso de que no existiese ninguna foto del edificio o no se explicase en el texto de qué tipo de edificio se trata. En este tipo de textos turísticos, éste no suele ser caso, es decir, por regla general, aunque no aparezca la foto del edificio o monumento en cuestión, en el texto sí que se ofrece información sobre el tipo de construcción de que se trata.

La conclusión más importante a este planteamiento de posibles soluciones es que los alumnos fueron capaces por primera vez de reconocer que se encontraban ante un problema de traducción que, *a priori*, parecía nimio pero que requería una reflexión y, sobre todo, los alumnos fueron capaces de argumentar sus soluciones buscando en todo momento el mayor grado de comprensión del mensaje por parte del lector meta. La segunda conclusión a la que el grupo llegó es que, en cualquier caso, si se optaba por utilizar una solución, en el resto de casos en que se plantease el mismo problema se debería intentar seguir el mismo parámetro con el fin de homogeneizar el estilo de la traducción. Por otra parte, el profesor también hizo hincapié que, en ocasiones, la propia editorial ya cuenta con otros folletos traducidos y, en caso de contratación de nuevos traductores, es la propia editorial la que propone al nuevo traductor seguir con los criterios utilizados por sus compañeros anteriores e incluso se puede dar el caso de que sea la propia editorial la que deje claro su política de traducción de este tipo de expresiones.

En cualquier caso, se cumplió el objetivo del ejercicio de comparación, al conseguir generar un debate en la clase con soluciones propuestas en primera instancia por un traductor profesional, para después pasar a contemplar otras posibilidades propuestas por el propio alumnado.

4. Conclusiones

El ejercicio presentado en este artículo parte de la base de una situación artificial ya que se trata de confrontar al futuro traductor con un texto original y con su correspondiente traducción desde la perspectiva de un lector modelo que se detiene a realizar un análisis lingüístico completo en el que compara en todo momento el documento original con su correspondiente traducción, por lo que sería interesante volver a resaltar la importancia de este tipo de ejercicios en la clase de Traducción e Interpretación. De hecho, con este tipo de análisis no se pretende llegar a evaluar la calidad de las traducciones que se les plantea al alumnado, sino más bien que sean los propios estudiantes los que desarrollen una capacidad analítica en términos traductológicos gracias a la que poder detectar ciertos problemas de traducción que son, al fin y al cabo, a los que se van a tener que enfrentar en su futura práctica profesional. Por esta razón, dentro del contexto académico, éste puede ser un ejercicio muy interesante que sienta una serie de fundamentos traductológicos que servirán a los alumnos de base de aprendizaje, consolidación y pensamiento crítico ante las diferentes estrategias de traducción.

Remitiéndonos al profesor Martin B. Fischer, éste resume perfectamente la difícil labor de los profesores de las diferentes Facultades de Traducción e Interpretación que, según sus propias palabras, tienen que favorecer que los alumnos adquieran un sólido conocimiento del mundo apoyado en una curiosidad constante y unas enormes ansias de seguir aprendiendo. Fischer apoya sus argumentos de la siguiente forma:

“Enseñamos a nuestros estudiantes los mecanismos del oficio: leer atentamente, interpretar el contenido, usar de manera responsable e inteligente los diccionarios, reformular el contenido, respetar la función y el público, etc. Sin embargo, eso no es todo. Bien sabemos que traducir es un acto muy complejo en el cual intervienen diversos conocimientos y habilidades. Los traductores necesitan desarrollar una capacidad interpretadora fundada en la *Welterfahrung* de cada individuo. El oficio del traductor es, *per definitionem*, un aprendizaje continuo” (Fischer, 2004).

Sin embargo, esto no es suficiente, ya que se necesitan además grandes dosis de autoconcienciación y de sensibilidad lingüística, que es lo que diferencia a una buena traducción de una mediocre. Según Fischer, desarrollar ese *Sprachgefühl* o sensibilidad lingüística es realmente difícil, lo que, por otro lado, se puede contrarrestar con un entrenamiento continuado:

“Dentro del marco de una formación universitaria integral, un primer paso consiste en concienciar a los estudiantes sobre las dificultades, incitándolos a mejorar sus conocimientos y desarrollar una conciencia de sí mismo, imprescindible para enfrentarse con el mundo profesional [...]. Pero también hay que desarrollar el sentido común, *den gesunden Menschenverstand*, y no menospreciar el papel de la intuición [...]. Es precisamente aquí donde también entra en juego la sensibilidad lingüística (*Sprachgefühl*) necesaria para llegar de la artesanía al arte. Es muy difícil definir el *Sprachgefühl* y más aún enseñarlo. Podríamos decir que se trata de una cierta delicadeza, una gran sensibilidad, un sentimiento de (con) tacto íntimo con la lengua (también la materna) y el lenguaje, y que suele crecer con los años tanto de vida como de ejercicio profesional[...]. Como se puede ver en la clase de traducción y contrariamente a lo que se suele decir, esta sensibilidad no siempre se hereda, sino que se puede adquirir mediante ejercicio y práctica teniendo, eso sí, una mente abierta y buena voluntad” (Fischer, 2004).

Enlazando con las palabras de Fischer, dentro del ejercicio y la práctica traductológica se podrían encuadrar este tipo de ejercicios comparativos cuyo objetivo

debe consistir en resaltar la importancia de la búsqueda de la mayor adecuación posible de la traducción con respecto a su original, con el noble fin de poder trasladar al lector meta de la forma más clara posible los colores, sabores, costumbres, anhelos, sabidurías y decepciones de los textos originales. Si hablamos de textos turísticos, qué duda cabe de que la tarea se torna ardua y complicada al tener que traducir, desde el primer momento, marcas culturales muy arraigadas de un destino turístico que pretende *venderse* al usuario o turista.

Referencias bibliográficas

- Calvi, M.V. 2000. El componente cultural en la enseñanza del español para fines específicos, en el II Congreso Internacional de Español para Fines Específicos. [Disponible en: http://cvc.cervantes.es/obref/ciefe/pdf/02/cvc_ciefe_02_0010.pdf]
- Fuentes, A. 2005. *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrium.
- Fischer, M.B. 2004. Sprachgefühl und Welterfahrung — La traducción inversa de textos turísticos como ejercicio para fomentar la competencia lingüística, en *Especulo*. Universidad Complutense de Madrid. [Disponible en: http://www.ucm.es/info/especulo/ele/trad_cul.html]
- Nobs, M.L. 2006. *La traducción de folletos turísticos. ¿Qué calidad demandan los turistas?* Albolote: Comares.
- Reiss, K. y H. Vermeer. 1984. *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübinga: Niemeyer.

Texto analizado

Granada, un continente turístico / Granada, ein touristischer Kontinent. 2002., Turismo de Granada – Patronato de Granada (ed.).