



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

## Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in  
Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale  
Classe LM-38

Tesi di Laurea

### *Los universales de la traducción: el análisis de un corpus de páginas web de promoción turística*

Relatore  
Prof. María Begoña Arbulu Barturen

Laureando  
Maddalena Mazzucato  
n° matr.1163564 / LMLCC

Anno Accademico 2019 / 2020

## Índice

Introducción	3
1. El marco teórico	5
1.1 El tercer código	5
1.2 Los universales en Baker	7
1.3 Toury: La ley de la estandarización creciente y la ley de la interferencia	11
1.4 Unique items y colocaciones atípicas	13
1.5 Críticas al concepto de universales de la traducción	15
2. La metodología	19
3. El análisis	23
3.1 La longitud del texto y de las oraciones	23
3.2 La coherencia	31
3.3 La ley de estandarización creciente y la ley de la interferencia	52
3.4 La normalización de la variedad lingüística	73
3.5 Las colocaciones	81
3.6 Los realia	89
3.7 Las repeticiones	98
Conclusión	107
Apéndice	115
Bibliografía	117
Riassunto	119



## Introducción

En 1993, Baker publica su ensayo “*Corpus Linguistics and Translation Studies: Implications and Applications*”<sup>1</sup>. En este artículo la investigadora teoriza algunos fenómenos distintivos que afectan a la lengua de las traducciones y que no dependen de la interferencia lingüística. Baker llama estos elementos “universales de la traducción”. A lo largo de los años otros investigadores han tratado este tema confirmando, suavizando o refutando estas hipótesis.

En mi tesis quise analizar estas teorías a través de un corpus paralelo, es decir, un corpus compuesto por textos en lengua original y sus traducciones en lengua meta, español-italiano formado por textos procedentes de cinco páginas web de promoción turística. Mi objetivo es investigar si, en los hipertextos de los portales web, los universales de la traducción están presentes y si actúan de modo constante según las primeras hipótesis de Baker o, en cambio, si se trata de tendencias como afirman las investigaciones más recientes.

Elegí un corpus de páginas web de promoción turística por dos razones principales: por un lado, cada uno, al menos en una ocasión, consultó un portal de este tipo. Hoy en día el turismo se ha convertido en uno de los aspectos fundamentales y más rentables de las economías de muchos países, tanto occidentales como orientales. Los distintos países, pero también los individuos para sus vacaciones, invierten cada vez más dinero para ofrecer al consumidor los servicios mejores. Por el otro lado, los textos procedentes de la web siguen reglas estilísticas y de redacción propias y, por lo tanto, muy diferentes con respecto a las normas de los textos en formato papel. Creo que es interesante analizar la manera en la que los universales de la traducción se presentan y actúan en los hipertextos.

---

1 Baker (1993)

En el primer capítulo, he examinado el concepto de “tercer código” y, a continuación, he presentado el marco teórico de los universales de la traducción. Esta introducción teórica empieza por las hipótesis de Baker y termina por las leyes de Toury, es decir, la ley de la estandarización creciente y de la interferencia, y por las investigaciones más recientes que tratan los temas de los *unique items* y del uso de las colocaciones. Además, he citado algunas de las críticas que el concepto de “universal de la traducción” recibió a lo largo de los años. En el segundo capítulo indico la metodología utilizada, precisando cuáles son las páginas web de promoción turística y cuál es el número de los textos y de las palabras que forman parte de mi corpus. Después, he mencionado los aspectos lingüísticos y estilísticos objetos del análisis. El tercer capítulo está dividido en siete partes, cada una de las cuales analiza un fenómeno diferente. De este modo, investigo la longitud del texto y de las oraciones (3.1), la coherencia tanto desde el punto de vista del diseño de las páginas como desde el punto de vista de los marcadores del discurso y de la puntuación (3.2) y, en el capítulo 3.3, las leyes de la estandarización creciente y de la interferencia. A continuación, examino el aspecto de la normalización de la variedad lingüística (3.4), las colocaciones (3.5), los *realia* (3.6) y, por último, el uso de las repeticiones (3.7).

De todos modos, mis observaciones son el resultado de la investigación de un corpus paralelo español-italiano realizada por una hablante nativa de italiano y a través del conocimiento de la lengua española como L2. Por lo demás, este análisis no pretende formular una hipótesis general válida para todos los hipertextos turísticos, sino examinar una posible tendencia ya que el corpus es limitado.

## Capítulo 1

### El marco teórico

Desde los años noventa, en el campo de estudio de los *Translation Studies* y, en particular en los CTS, apareció el concepto de *universales de la traducción*. Aunque algunas observaciones ya fueran enfatizadas por Toury desde los años ochenta, fue Mona Baker en su artículo “Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Applications”<sup>2</sup> la que definió por primera vez el concepto de universales. Ella afirma que son “features which typically occur in translated text rather than original utterances and which are not the result of interference from specific linguistic system.”<sup>3</sup>; y algunas líneas más adelante añade: “features which seem, intuitively, to be linked to the nature of the translation process itself rather than to the confrontation of specific linguistic system.”<sup>4</sup>

Desde aquel momento, se han realizado muchas investigaciones sobre el tema y el debate ha sido participativo e interesante.

#### *1.1 El tercer código*

Antes de analizar las diferentes opiniones que se han desarrollado durante los años, hay que aclarar qué es la traducción, cómo se percibe y cuáles son sus características.

A lo largo del tiempo las traducciones se trataron como textos de ningún valor para la investigación científica y se consideraron simplemente como copias en otra lengua de los escritos originales. En realidad, la traducción es uno de los géneros textuales más difundidos en la sociedad contemporánea. Hoy en día, nadie puede evitar leer traducciones. En la introducción de su ensayo sobre los universales de la traducción, Baker reivindica la importancia de las traducciones

---

2 Baker (1993)

3 Baker (1993: 243)

4 Baker (1993: 243)

como recursos para conocer el mundo en su integridad y también en su complejidad<sup>5</sup>. Hay que añadir, y muchos investigadores lo recuerdan, que ningún texto meta (TM) será una copia perfecta del texto de origen (TO). Al cambiar de las culturas, cambian también las maneras de percibir y ver el mundo y la sociedad, y por lo tanto, cambia el modo de expresarlo porque los idiomas son la transposición gráfica del pensamiento y del orden con el que cada sociedad clasifica la realidad. Por estas razones, la traducción tiene que ser considerada como un género literario autónomo y digno de consideración que tiene sus propias características y sus propios métodos.

The search for translation universals suggests that translations are texts of a particular, specific kind, which reflect the complex cognitive processes and the particular social context from which they arise, but which at the same time share features that distinguish them from other kinds of texts. [...] Thus, although in many ways it is an apt description to call translations hybrid texts, because they retain traits from their sources as well as their targets and yet possess something uniquely their own, it is clear that they constitute a natural and substantial part of any language that exists in the written mode<sup>6</sup>.

Entonces, la traducción se percibe como un texto híbrido, tanto por su condición intercultural como por su unicidad con respecto a los otros géneros textuales. Es un proceso complejo que exige por parte del traductor, no solo el conocimiento de las dos culturas implicadas en el acto de traducción, sino también un proceso cognitivo sofisticado para realizar una síntesis entre ellas a través de métodos y de estrategias. La tarea del traductor es encontrar el modo con el cual un lector pueda comprender un texto procedente de una cultura a veces muy lejana de la suya. Todo eso se traslada en un estilo propio de la traducción. El primer autor que trata ese tema es Frawley que nombra la lengua de la traducción “tercer código” (*thrid code*)<sup>7</sup>. Algunos años más tarde, Baker en un artículo en la revista *Meta* explica lo que se entiende con esa definición:

---

5 Baker (1993: 233)

6 Mauranen (2008: 45)

7 Frawley (1984: 159-175 cito a través de Baker, 1998: 481)

En d'autres mots, le code (ou la langue) qui évolue pendant la traduction, et dans lequel le texte cible est rédigé, serait unique. Il s'agit d'un compromis entre les normes ou structures de la langue source et ceux de la langue cible.<sup>8</sup>

Por lo tanto, cuando se analiza un texto traducido es importante recordar que la lengua utilizada, el tercer código, es una lengua autónoma y original. Se puede definir autónoma porque no sigue ni las normas de la lengua de origen (LO), ni las de la lengua meta (LM). Si por un lado, el traductor utiliza las formas más comunes de la LM, por el otro lado puede crear combinaciones nuevas e inéditas derivadas de la LO, sin rechazar las normas gramaticales de la LM. Entonces, el tercer código se perfila como un acto lingüístico propio a un género textual y la traducción como un verdadero acto comunicativo<sup>9</sup>.

Es en ese contexto que el concepto de universal de la traducción se sitúa. Las ideas de normalización, nivelación, explicitación y simplificación, para citar solo los fenómenos teorizados por Baker, son los rasgos que caracterizan el tercer código.

### *1.2 Los universales en Baker*

Desde el principio los CTS (Corpus-based Translation Studies) han intentado buscar las regularidades y las normas comunes a todas las lenguas. El objetivo es establecer los rasgos distintivos de la lengua de las traducciones para explicar y prever los principios que gobiernan su producción. Como se ha mencionado antes, la primera investigadora que propuso y utilizó el término “universal de la traducción” (*translation universal*) fue Mona Baker en su ensayo “Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Applications”<sup>10</sup>. En ese artículo define los universales como unos rasgos de los textos traducidos que no dependen ni de las lenguas utilizadas, ni de la interferencia, sino del proceso de

---

8 Baker (1998: 481)

9 Baker (1993: 234)

10 Baker (1993: 243)

traducción en sí mismo. Al principio Baker identifica cinco características distintas que, en otro ensayo publicado en 1996, serán reformuladas hasta teorizar cuatro universales.

En primer lugar, Baker explica la noción de explicitación como “a marked rise in the level of explicitness compared to specific source texts and to original texts in general”<sup>11</sup>. De hecho, lo que nota Baker es que en los TM los traductores son más explícitos con respecto a los autores originales. No hay que olvidar que las traducciones son textos que intentan mediar entre dos sistemas culturales diferentes que no siempre comparten las mismas estructuras y valores. Por lo tanto, el traductor tiene que ofrecer al lector todas las informaciones necesarias para comprender tanto el texto en sí mismo como la intención del autor. Por consiguiente, se explicitará todo lo que en el TO está implícito, pero fundamental para la comprensión. Eso se refleja tanto desde el punto de vista léxico como desde el punto de vista de la sintaxis y textual. Analizando unos corpus paralelos se puede notar que las traducciones son en general más largas con respecto a los TO, aunque hay que tener en cuenta que el aspecto morfológico de las lenguas puede influir en la longitud del texto<sup>12</sup>. Además, se afirma que en los TM se observa una mayor presencia de marcadores discursivos relativos a la coherencia e, incluso, un número mayor de conjunciones<sup>13</sup>. De este modo, las conexiones lógicas entre las diferentes partes de las oraciones y también del texto en su integridad están explicitadas, facilitando la comprensión por parte del lector.

El segundo universal de la traducción identificado ya en 1993 por Baker y muy relacionado con la explicitación es la simplificación. Tres años después la publicación de “Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Applications”, Baker define la simplificación como “the tendency to simplify the language used in translation”<sup>14</sup>. Si por un lado los traductores explicitan las conexiones subyacentes, por otro lado, intentan simplificar esas mismas

---

11 Baker (1993: 243)

12 Mahadi, Vaezian, Akbari (2010: 42)

13 Ondelli, Viale (2010: 4)

14 Baker (1996: 181 cito a través de Mahadi, Vaezian, Akbari 2010: 39)

relaciones. Para conseguir ese objetivo, en los TM se esperan medidas que actúen en la longitud media de la oración y en la variedad y densidad léxica<sup>15</sup>. Otros modos posibles para simplificar el texto traducido son aumentar o cambiar la puntuación. Aumentar los signos de puntuación puede ayudar al lector a organizar y comprender de manera más eficaz las relaciones sintácticas y textuales, así como puede ser útil y conveniente reemplazar una puntuación débil con otra más fuerte. Simplificar significa también elegir formas finitas de los verbos en cambio de las estructuras infinitas que requieren un esfuerzo mayor por parte del receptor. Resumiendo, simplificar la lengua de las traducciones significa recurrir a todas las herramientas que la LM ofrece para desambiguar el TO al fin de facilitar la comprensión por parte de un lector extranjero u originario de una cultura diferente.

Entre las varias observaciones propuestas por Baker en 1993 resultan otras características de las traducciones, esta vez desde un punto de vista gramatical. Ella afirma que en los TM se puede notar “a strong preference for conventional «grammaticality»”<sup>16</sup>. En particular, Baker explica que, sobre todo en el caso de la interpretación de un texto oral, ese asunto implica que el traductor/interprete elimine tanto las oraciones incompletas como las agramaticales y los falsos comienzos. Como en los casos ilustrados antes, también en esa circunstancia el traductor trabaja con el objetivo de mejorar la comprensión y reducir los esfuerzos necesarios al receptor de lengua meta. En el campo gramatical, algunas líneas más adelante Baker nota que en las traducciones escritas se observa “a tendency to avoid repetitions which occur in source texts”<sup>17</sup>. Esa observación es el resultado de la opinión, sobre todo con respecto a idiomas como el italiano, de que un buen estilo de escritura exige pocas repeticiones tanto léxica como gramaticales y que un buen escritor sabe siempre encontrar palabras nuevas para expresar el mismo concepto. En realidad, no hay que olvidar que algunos autores eligen deliberadamente un estilo que incluye muchas repeticiones. Entonces, es

---

15 Ondelli, Viale (2010: 3-4)

16 Baker (1993: 244)

17 Baker (1993: 244)

importante durante el proceso traductivo no ignorar, sino prestar mucha atención al tipo de estilo que caracteriza a cada autor. El último tema tratado por Baker y definido como uno de los elementos distintivos de las traducciones es “a general tendency to exaggerate features of the target language”<sup>18</sup>. En otras palabras, Baker afirma que en los textos traducidos es más fácil encontrar estructuras comunes y no marcadas típicas de la LM, así como clichés y léxico de uso común con respecto a soluciones más creativas que sean presentes en el TO.

Esos tres últimos aspectos de los textos traducidos se unen y toman el nombre de “normalización” en el artículo de 1996. Baker argumenta que se observa “a tendency to exaggerate features of the target language and to conform to its typical patterns”<sup>19</sup>. Como se nota la definición es casi igual a la hipótesis de 1993. En la idea de normalización se encuentran todos los elementos tratados antes: el uso de formas más estándar en la LM, el uso de un léxico común y clichés, una puntuación regular, pero también supone que el traductor prefiera recurrir a colocaciones más tradicionales y aceptadas. Si en los casos precedentes no resulta ninguna condición previa que pueda influir en la aplicación de los universales, en esa circunstancia Baker añade un elemento: “the higher the status of the source text and language, the less tendency to normalize”<sup>20</sup>. Es decir, que cuanto mayor es el prestigio que la lengua meta goza a nivel internacional, menor será la influencia de la normalización en el texto meta. Al mismo tiempo también es cierto lo contrario: si la LO tiene un estatus inferior con respecto a la LM, la traducción resultará más normalizada.

El último universal de la traducción teorizado por Baker es lo que ella llama “levelling out”. Este tipo de “nivelación” se define como “steering a middle course between any two extremes, converging towards the center, with the notion of center and periphery being defined from within the translation corpus itself”<sup>21</sup>. Además, Baker afirma que ese universal es independiente tanto de la LO como

---

18 Baker (1993: 244)

19 Baker (1996: 182 cito a través de Mahadi, Vaezian, Akbari 2010: 44)

20 Baker (1996: 182 cito a través de Mahadi, Vaezian, Akbari 2010: 44)

21 Baker (1996: 184 cito a través de Mahadi, Vaezian, Akbari 2010: 45)

de la LM. En otras palabras, “levelling out” significa que en un corpus comparable, que incluya diferentes traducciones procedentes de diferentes lenguas, se notarán diferencias menores en términos de densidad y variedad léxica y longitud media de la oración con respecto a un corpus de textos originales no traducidos<sup>22</sup>.

La teorización de esos cinco universales de la traducción por Baker, fue solo el principio de un número cada vez mayor de investigaciones sobre el tema que desde los años Noventa han llegado hasta ahora con resultados a veces realmente sorprendentes.

### *1.3 Toury: La ley de la estandarización creciente y la ley de la interferencia*

En 1995, Gideon Toury publica “Descriptive Translation Studies and beyond”, publicado de nuevo en 2012, donde describe la ley de la estandarización creciente y la ley de la interferencia.

Antes de todo, hay que aclarar que Toury nunca utiliza el término “universal” prefiriendo el concepto de “ley”. En su obra, afirma que en el campo de los Translation Studies, las leyes tienen que ser afirmadas a través de estructuras condicionales de modo que puedan asumir un carácter de probabilidad. Por lo demás, algunas líneas más adelante, insiste en la necesidad que esas leyes sean mejoradas añadiendo más informaciones e hipótesis hasta conferirles una forma multi-condicional. Toury cree que solo de esta manera es posible crear un grupo de hipótesis interconectadas entre sí y que pueden ofrecer una descripción y una explicación completas con un buen nivel de probabilidad<sup>23</sup>.

En ese contexto teórico, Toury define la ley de estandarización creciente. De alguna manera, esa ley se inscribe en el mismo ámbito de la normalización de Baker. Si la investigadora analizaba el lado gramatical de las traducciones, Toury

---

22 Ondelli, Viale (2010: 5)

23 Toury (2012: 301-302)

se enfoca en el lado semiótico. Su ley de la estandarización creciente afirma que “in translation, source-text textemes tend to be converted into target-language (or target-culture) repertoires”<sup>24</sup>. En otras palabras, el autor explica que “in translation, textual relations obtaining in the original are often modified, sometimes to the point of being totally ignored, in favour of [more] habitual options offered by a target repertoire”<sup>25</sup>. Exactamente como había notado Baker en 1993, la traducción intenta poner al centro de su proceso la comprensión por parte del lector de LM, utilizando elementos que sean más familiares al receptor. Además, Toury aclara que muchas más son las variables que pueden influir en el fenómeno de la estandarización creciente, como, por ejemplo, la edad y la experiencia previa del traductor, sin contar la intención durante el proceso de traducción en sí mismo<sup>26</sup>.

Por último, el autor introduce la ley de la interferencia que define como “in translation, phenomena pertaining to the make-up of the source text tend to force themselves on the translations and be transferred to the target text”<sup>27</sup>. En 1993, Baker había excluido de la definición misma de universal de la traducción el concepto de interferencia<sup>28</sup>; en cambio, Toury reclama su importancia y cree que en el campo de los DTS no es posible ignorarla. A lo largo de los años, y todavía se sigue haciendo, se ha considerado la interferencia como un fenómeno solamente negativo. En realidad el mismo Toury reconoce que existen dos tipos de interferencia: la negativa, cuando se trasladan en el TM las estructuras propias de la LO, pero ajenas a la LM, y la positiva, cuando se subrayan las estructuras que todavía existen en ambas las lenguas<sup>29</sup>. Como declara Eskola es fundamental considerar la interferencia como una característica importante de las traducciones y utilizar el término de modo neutral, sin una connotación positiva o negativa<sup>30</sup>.

---

24 Toury (2012: 303)

25 Toury (2012: 304)

26 Toury (2012: 306)

27 Toury (2012: 310)

28 Baker (1993: 243)

29 Toury (2012: 311)

30 Eskola (2004 cito a través de Mauranen 2008: 43)

En las últimas páginas de su obra<sup>31</sup>, Toury nota como la influencia que tiene la interferencia en las traducciones y el nivel de tolerancia a su aparición cambia al cambiar de las culturas. Ese cambio no es casual, sino que está condicionado por el prestigio que gozan las lenguas implicadas en el proceso traductivo.

#### *1.4 Unique items y colocaciones atípicas*

Desde la publicación de las ideas de Baker y Toury, se realizaron muchas investigaciones sobre el tema. Esos estudios empíricos por un lado han confirmado las afirmaciones de los dos autores, por el otro han creado nuevas dudas y preguntas. Además, se han propuestos nuevos universales.

Uno de los fenómenos que se analizó en esas investigaciones es la manera en la cual los elementos propios de una lengua que no tienen un equivalente en la LM se comportan y se trasladan en el TM. Esos elementos, tanto léxicos como sintácticos y pragmáticos, se nombran *unique items*. En sus estudios sobre las traducciones del inglés al finlandés, Eskola y Tirkkonen-Condit<sup>32</sup> descubrieron que había una escasa representación de esas características. Aunque en finlandés existan *unique items* adecuados, los traductores habían preferido utilizar estructuras más cercanas a la LO. Esas conclusiones parecen invalidar el universal de la normalización propuesto por Baker, por el cual en los textos traducidos se encontraría una presencia mayor de los elementos típicos de la LM. Eskola<sup>33</sup> sugiere algunas posibles explicaciones. En primer lugar, afirma que una presencia menor de *unique items* puede ser el resultado de la simplificación y una decisión deliberada por parte del traductor. En segundo lugar, afirma que otra motivación puede ser la influencia de la LO y, por lo tanto, la acción de la interferencia con una connotación neutral. En cambio, Tirkkonen-Condit<sup>34</sup> sugiere que ese fenómeno es por sí mismo una tendencia de las traducciones en

---

31 Toury (2012: 313-314)

32 Eskola y Tirkkonen-Condit (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 83-97, 177-183)

33 Eskola (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 96-97)

34 Tirkkonen-Condit (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 181-183)

general. Además, añade que una escasa representación de los *unique items* puede resultar como un efecto de una falta de equivalencia entre las expresiones en LO y LM en el vocabulario mental bilingüe del traductor mismo.

El segundo aspecto que parece desmentir algunas de las predicciones de Baker es la presencia de colocaciones atípicas en varias traducciones analizadas durante diferentes investigaciones. Jantunen en su estudio sobre la traducción en finlandés<sup>35</sup> examina tanto los textos originalmente escritos en finlandés como las traducciones procedentes de diferentes lenguas. Los resultados de la investigación describen dos escenarios: por un lado, el autor nota que las traducciones presentan colocaciones inusuales con respecto a los textos no traducidos, por otro lado, observa que esas colocaciones cambian al cambiar de la LO demostrando que podría existir una dependencia entre los dos factores. En otro artículo, Mauranen afirma:

Collocational preferences can be understood as reflections of a (native-speaker) sense of “naturalness” or perhaps conventionality in language. It seems that the translation process, as a bilingual processing situation, interferes with or upsets the spontaneous, or “ideally monolingual” processing of a native speaker. Since translators, as in fact most speakers in the world, are bi- or plurilingual, it is not surprising that their performance in a situation that demands activation of more than one of their languages differs from that in monolingual situations.<sup>36</sup>

Entonces, Mauranen también relaciona la presencia de colocaciones atípicas en los TM con los procesos mentales activados por la comunicación entre dos sistemas lingüísticos diferentes.

Lo que resulta cierto, y muchos investigadores lo siguen confirmando, es la necesidad de futuras investigaciones que puedan explicar con mayor detalle los dos fenómenos y las razones de su presencia.

---

35 Jantunen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 101-123)

36 Mauranen (2008: 44)

### 1.5 Críticas al concepto de universales de la traducción

Durante los años, los investigadores han seguido indagando los universales de la traducción a través del estudio tanto de los corpus paralelos, es decir, los corpus formados por los TO y los equivalentes TM, como de los corpus comparables, la combinación de textos traducidos y textos originales escritos en LM. Como se mencionó antes, los resultados son contradictorios: algunas de las afirmaciones de Baker han sido confirmadas, mientras otras no. También el universal de la traducción más aceptado como tal, la explicitación, ha creado dudas en algunas investigaciones. En su estudio sobre la explicitación de los conectores causales en un corpus comparable finlandés de textos procedentes de la literatura infantil<sup>37</sup>, Puurtinen nota cómo los datos no apoyan totalmente esa hipótesis, pero al mismo tiempo no la niegan tampoco<sup>38</sup>. Algunas investigaciones de especial interés son las realizadas en las clases de traducción. En esos lugares el investigador puede analizar la influencia de los universales en un contexto particular: de hecho, los estudiantes no tienen ninguna experiencia profesional entorno a la traducción y, por eso, sus decisiones durante el proceso traductivo serán el resultado de operaciones subconscientes o, de todo modo, de lo que ellos creen que significa traducir. Kujamäki estudió los *unique items*<sup>39</sup>, mientras Jääskeläinen la tendencia a eliminar las repeticiones<sup>40</sup>. En el primer caso, Kujamäki nota cómo los *unique items* son menos utilizados en las traducciones y justifica esa ausencia como un resultado de la ley de la interferencia de Toury<sup>41</sup>. La interferencia, contrariamente a lo que había afirmado Baker, resulta un elemento fundamental en las traducciones tanto que muchos investigadores lo consideran un aspecto esencial, que no puede ser excluido durante el análisis y, por lo tanto, un verdadero universal. En el segundo caso, Jääskeläinen observa que los datos resultan incoherentes. Si por un lado los estudiantes prefieren evitar

---

37 Puurtinen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 165-176)

38 Puurtinen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 174)

39 Kujamäki (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 187-204)

40 Jääskeläinen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 205-214)

41 Kujamäki (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 198)

las repeticiones, por el otro lado algunos elijen mantenerse más fieles al TO. Jääskeläinen cree que esa diversidad puede ser el resultado del contexto del estudio: los estudiantes no tienen experiencia profesional y, por eso, no conocen las “normas” tácitas compartidas por los traductores profesionales<sup>42</sup>.

Todos esos estudios demuestran que los elementos que Baker nombra “universales de la traducción” no pueden ser analizados sin olvidar el contexto en el cual las traducciones nacen. Sara Laviosa, citando a la misma Baker afirma:

With this investigation, Baker outlines a framework within which the linguistic choices made by the translator are linked to extralinguistic aspects of the process of translation such as the relative status of source and target language, the distance between source and target culture, the translator's choices regarding themes and literary genres as well as the professional status of the translator.<sup>43</sup>

En otras palabras, el proceso traductivo es una operación compleja en la cual participan diferentes aspectos, no solo únicamente lingüísticos, sino también extralingüísticos. Las lenguas implicadas y sus prestigios, así como la consideración que la traducción tiene en las culturas son elementos que hay que tener en cuenta. Además, un papel fundamental es el del traductor. Analizar un texto traducido por un traductor humano o por un programa informático de traducción automática implica resultados diferentes. El traductor humano estará siempre afectado por influencias externas que a veces puede corregir y a veces no. Su edad, su experiencia profesional, pero también su nivel de bilingüismo y su comprensión de la cultura de origen y de la lengua meta son factores que hay que considerar. Todos esos aspectos pueden influir sobre las decisiones lingüísticas tomada durante el proceso traductivo. Otro elemento que influye en la tracción es el receptor. Como ya se ha dicho, la traducción es un acto comunicativo al que participan un autor/traductor y un lector. Según el tipo de público al que se destina el TM, el traductor tomará decisiones distintas desde el punto de vista lingüístico.

---

42 Jääskeläinen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 213)

43 Sara Laviosa (2011: 23)

Por todas estas razones, muchos investigadores rechazan el término de “universal”. Sin duda es importante, en el campo de los *Translation Studies*, buscar las normas y las regularidades que podrían caracterizar a la traducción.

Regularities can be found on every level, from the individual act of translation (or translated text), up the ladder leading to the overall notion of translation, which should be applicable to all existing and possible forms of translational behavior. It is therefore not only justified, but also beneficial, to look for regularities, trying to understand not only what translation *may* involve (in general), or *does* involve (in any particular case), but also what is it, more or less, *likely* to involve, under different sets of conditions.<sup>44</sup>

Como escribe Toury la cuestión no es si existen las regularidades en traducción, sino entender lo que puede ser previsible en traducción. Toury, y muchos otros investigadores, no ponen en duda la presencia de fenómenos que se repiten en todos los textos traducidos, por el contrario, ellos se ponen en contra al término “universal” porque excluye por definición las excepciones. Como se ha mencionado antes, Toury prefiere utilizar la palabra “ley” y justifica su elección afirmando que “it should always be possible to explain away [seeming] exceptions to a law with the help of *another* law, operating on *another* level”<sup>45</sup>. Por un lado, la traducción es un proceso cumplido por un ser humano y no se puede excluir la posibilidad de excepciones con respecto a las normas al interior de los corpus, por el otro Toury cree que cada una de esas excepciones se pueden explicar a través de “leyes” que cada vez son más precisas. El investigador adopta un modelo basado en la probabilidad<sup>46</sup> más que la fatalidad. Hoy en día, la mayoría de los investigadores utilizan el concepto de ley de Toury en lugar de “universal” teorizado por Baker. Además, Eskola rechaza tanto el término “universal” como “norma” y divide las leyes que rigen el proceso traductivo en leyes locales y leyes globales. Las primeras, declara, son las regularidades que se pueden encontrar en condiciones particulares (por ejemplo, entre dos lenguas precisas o entre dos géneros textuales específicos); las segundas son tendencias

44 Toury (eds.) Mauranen, Kujamäki (2004: 28)

45 Toury (eds.) Mauranen, Kujamäki (2004: 29)

46 Toury (2012: 301-302)

que se pueden encontrar en todos los tipos de traducción. Por lo demás, afirma que esas leyes universales o globales no tienen que ser absolutas, sino tendencias estadísticamente muy probables<sup>47</sup>.

Otra crítica, procedente de la historia de la traducción, es la de Tymoczko, el cual afirma que estudiar los universales de la traducción no es posible porque no existe la posibilidad de analizar las traducciones de todas las épocas históricas y en todas las lenguas<sup>48</sup>.

Más allá de todas las críticas, lo que es cierto es que la búsqueda de los universales, o mejor dicho, de las leyes y de las tendencias que regulan el proceso traductivo es un tema que ha fascinado a los investigadores desde los años noventa hasta hoy. Solo entendiendo cuáles pueden ser los factores que gobiernan la producción de las traducciones será posible llegar a un conocimiento profundo del asunto.

---

47 Eskola (eds.) Mauranen, Kujamäki (2004: 85-86)

48 Tymoczko (1998 cito a través de Mauranen 2008: 35)

## Capítulo 2

### La metodología

Con el objetivo de averiguar la presencia o la ausencia de los universales de la traducción, decidí analizar un corpus de textos turísticos formado por algunas páginas web dedicadas al sector.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), hasta agosto de 2019 los turistas internacionales que eligieron España como destino de sus vacaciones fueron más de diez millones<sup>49</sup>. Además, Internet representa una herramienta fundamental al fin de obtener todas las informaciones necesarias para organizar un viaje. Al día de hoy, todos los países y todas las ciudades, aunque con algunas diferencias, tienen sus propias páginas web reservadas a la promoción turística. Por lo demás, cada uno de nosotros utiliza y está acostumbrado a esos recursos. Por todas estas razones decidí tratar ese corpus. Seleccioné las páginas web oficiales de promoción turística de tres ciudades, Madrid, Sevilla y Santiago de Compostela; la página web de la isla de Gran Canaria y, por último, la de la comunidad autónoma de Galicia<sup>50</sup>. Los textos analizados tratan todos temas históricos y culturales, pero también, en el caso de Gran Canaria y de Galicia, se ocupan de la promoción de las actividades y de los itinerarios recomendados a los viajeros. En particular, en lo que concierne a la ciudad de Madrid examiné veintiséis artículos, en el caso Sevilla trece, por lo que respecta a Santiago de Compostela nueve, en el portal de Gran Canaria elegí ocho artículos y, al final, en la web de Galicia analicé los itinerarios de ocho rutas. Cada texto tiene una longitud diferente, algunos son muy breves, otros mucho más largos. Además, tienen una organización a nivel textual y de hipertexto distinta. En su totalidad el corpus español está formado por 31.078 palabras (divididas en el siguiente modo: 10.533 Madrid, 4.556 Sevilla, 2.074 Santiago de Compostela, 3.812 Gran

---

49 Datos de INE: [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

[c=Estadistica\\_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

50 Descargué los textos el 4 de noviembre de 2019. De ese momento los portales de promoción turística han introducido algunas modificaciones en los textos.

Canaria, 10.103 Galicia). Al fin de comparar los textos escritos en lengua española, utilicé como TM las traducciones correspondientes en lengua italiana disponibles en las mismas páginas web. Entre los temas tratados en las páginas web, elegí solo los textos de los que existen las traducciones al italiano. En su totalidad el corpus italiano está compuesto por 28.749 palabras (9.191 Madrid, 4.265 Sevilla, 1.924 Santiago de Compostela, 3.636 Gran Canaria, 9.733 Galicia).

El texto turístico es un género textual que tiene sus propias características. A diferencia de las otras formas textuales, esos textos no sirven simplemente para proporcionar informaciones, tanto culturales como logísticas, sino su finalidad principal es ofrecer y vender un viaje, o mejor dicho, la idea de un viaje ideal, es decir un producto comercial. Para alcanzar su objetivo, los portales de promoción turística utilizan una terminología muy precisa y de algún modo estandarizada que pueda llamar la atención del consumidor y guiar sus opciones de consumo. Por lo tanto, los términos tienen un valor connotativo muy fuerte. En el momento en el que nos enfrentamos a un texto de ese tipo, tenemos que recordar que:

El patrimonio histórico, artístico y paisajístico constituye un potente atractivo del turismo, lo cual explica la importancia estratégica que asumen en la descripción de los destinos turísticos los términos vinculados a la cultura y a las tradiciones locales.

Se trata de los llamados *términos culturales*, que pueden ser vocablos exclusivos de una lengua determinada (los llamados *realia*), o, en todos casos, palabras cargadas de fuertes implicaciones territoriales.<sup>51</sup>

Unos de los elementos que analicé durante mi análisis, son los *realia* para averiguar como esos *unique items* se comportan durante el proceso traductivo y si se cumplen las predicciones efectuadas por los investigadores.

Otro factor que examiné es la cohesión del texto. En su ensayo, Calvi explica que en un texto turístico los principales elementos de cohesión textual son los marcadores temporales y las formas locativas<sup>52</sup>. Entonces, esos dos aspectos

---

51 Calvi (2010: 204)

52 Calvi (2010: 213)

llamaron mi atención. Además, en las páginas web que tratan el tema del turismo se nota “una mayor implicación del interlocutor, mediante estrategias de todo tipo: formas exhortativas, abundancia de verbos en la segunda persona, posesivos, elementos gráficos, fotos, etc”<sup>53</sup>. Creo que es interesante investigar el modo en el que esa mayor implicación del lector se traslada en el TM.

Por último, decidí adoptar la hipótesis de Chesterman. El investigador divide los universales de la traducción en *S-universal* y *T-universal*. Los primeros son los aspectos que diferencian las traducciones de sus textos de origen; en cambio, los segundos son los universales que se observan en las traducciones y en los textos no traducidos comparables<sup>54</sup>. Para mi análisis elegí los *S-universal*, es decir: la longitud del texto y de las oraciones, la ley de la interferencia y de la estandarización de Toury, la normalización de la variedad lingüística, la explicitación, el uso de las colocaciones más usuales de la LM y, por último, la reducción de las repeticiones<sup>55</sup>.

---

53 Calvi (2010: 216)

54 Chesterman (eds) Mauranen, Kujamäki (2004:39)

55 Chesterman (eds) Mauranen, Kujamäki (2004:40)



## Capítulo 3

### El análisis

#### *3.1 La longitud del texto y de las oraciones*

Según la teoría de los universales de la traducción, las traducciones son textos más largos con respecto a su versión original porque están afectados por el universal de la explicitación. En otras palabras, las traducciones resultan más largas porque el traductor explicita elementos que en el texto original están implícitos, a través de la abundancia de la coordinación, del uso de los marcadores del discurso relativos a la coherencia, del uso mayor del vocabulario explicativo y de las conjunciones.

En los textos que analicé esa hipótesis no parece confirmada. De hecho, las traducciones son más cortas con respecto a los textos españoles. Si se excluyen todos los titulares, las palabras totales, en las páginas web analizadas en lengua española, son 30.041, en cambio en la sección italiana son 27.716. Eso no es el único dato interesante: en cuatro de los cinco portales de promoción turística tratados se observa que la longitud media de las oraciones es menor en las traducciones. Solo en la web en lengua italiana de la isla de Gran Canaria, aunque el total de las palabras es menor, la longitud media de las oraciones es mayor con respecto al texto original. En el cuadro siguiente se muestran los resultados de la evaluación.

<b>Longitud media de las oraciones</b>		
	Español	Italiano
		Madrid
Palabras totales	10 299	9 163
Oraciones totales	355	337
Longitud media de la oración	29,01 palabras	24,96 palabras
		Sevilla
Palabras totales	4 203	3 932
Oraciones totales	215	209
Longitud media de la oración	19,54 palabras	18,81 palabras
		Santiago de Compostela

Palabras totales	2 036	1 888
Oraciones totales	64	63
Longitud media de la oración	31,81 palabras	29,96 palabras
Gran Canaria		
Palabras totales	3 745	3 565
Oraciones totales	210	174
Longitud media de la oración	17,83 palabras	20,48 palabras
Galicia		
Palabras totales	9 758	9 354
Oraciones totales	371	374
Longitud media de la oración	26,3 palabras	25,01 palabras
<b>Corpus total</b>		
Palabras totales	30 041	27 902
Oraciones totales	1 215	1 157
Longitud media de la oración	24,72 palabras	24,11 palabras

Se puede notar que el número de las palabras por cada oración es menor en las traducciones y que el número de las oraciones totales por cada página web disminuye en los textos italianos. Solo los portales de Gran Canaria y de Galicia constituyen una excepción. En el primer caso la longitud media de las oraciones es menor en la versión original, en cambio, en el segundo caso aumentan las oraciones totales en la traducción.

De todos modos, aunque los datos parecen desmentir la hipótesis de la explicitación, en el corpus se pueden observar algunos ejemplos en los que la longitud de las oraciones aumenta en el texto traducido. Ese aumento tiene muchas explicaciones distintas: tanto las reglas gramaticales y morfológicas de las dos lenguas como las decisiones del traductor.

<i>Sevilla: La Tapa: el perfecto concepto de "Foodie" (ES-SE2)</i>	<i>Siviglia: Le tapas, perfetta espressione del concetto di "foodie" (IT-SE2)</i>
Descubrirás <b>auténtica alta cocina</b> en pequeño formato, descubrirás bares y restaurantes en enclaves históricos, lugares increíbles que te transmitirán una energía única.	Scoprirete <b>una cucina autentica e di alto livello</b> in piccolo formato, scoprirete bar e ristoranti in siti storici, luoghi incredibili che vi trasmetteranno un'energia unica.

En este ejemplo, el texto original en lengua española está formado por 22 palabras, en cambio, la traducción en italiano está compuesta por 25 palabras. Ese aumento de la longitud de la oración es el resultado de las reglas gramaticales de las dos lenguas. De hecho, una traducción literal no sería posible. A pesar de que en italiano es posible y se utiliza mucho el adjetivo antepuesto al sustantivo al que se refiere, en ese caso es mejor el uso pospuesto para facilitar la comprensión del tema, así como la explicitación del artículo indeterminado.

Los casos más frecuentes de explicitación son las mediaciones del traductor. En los textos de promoción turística se utilizan muchos elementos que pertenecen a la cultura de origen y que no todos los lectores de la cultura meta comprenden. Esos elementos culturales, llamados *culturemas* o *realia*, desempeñan una función importante desde el punto de vista de la comercialización y de la publicidad: ellos transmiten imágenes, sensaciones y garantizan un fuerte valor connotativo. Por lo tanto, los traductores tienen que mediar entre esos dos aspectos. Para conseguir eso utilizan algunas estrategias.

<i>Sevilla: El adobo y el "pescaíto" frito (ES-SE9)</i>	<i>Siviglia: L'adobo e il "pescaíto" fritto (IT-SE9)</i>
Normalmente el pescado que <b>más se adoba</b> es el cazón (una especie de tiburón pequeño), pero también podrás disfrutar, por ejemplo, de mero o boquerones en adobo.	Normalmente il pesce <b>che viene più marinato (adobado per l'appunto)</b> è la canesca (una specie di piccolo squalo), ma è possibile gustare <i>adobo</i> di cernia o di acciughe.

El pescado en adobo es una de las especialidades culinarias de Sevilla. Si un lector español puede comprender qué es esa comida, un turista italiano no. El traductor quiso preservar el término en español que aparece muchas veces a lo largo del texto. Por esta razón, al lado de la traducción en italiano de la palabra *adobo* añadió entre paréntesis el término en español. De ese modo, cada vez que el término “adobo” aparece en el texto de llegada el lector de lengua meta puede

comprender su significado y al mismo tiempo está condicionado por su carácter connotativo.

<i>Galicia: El viaje de los tres deseos (ES-GA2)</i>	<i>Galizia: Il viaggio dei tre desideri (IT-GA2)</i>
De camino, veremos la capilla de San Xiao de Trebo y, <b>ya en</b> el puerto, podremos disfrutar de una experiencia gastronómica de lo más succulenta saboreando una <b>caldeirada de raya o un revuelto de erizos e algas</b> , platos típicos que hablan de esta tierra.	Durante il tragitto, vedremo la cappella di San Xiao de Trebo e, <b>una volta giunti al porto</b> , potremo godere di un'esperienza gastronomica delle più succulente, assaporando una <b>caldeirada de raya (razza in pentola, cucinata con patate, olio, aceto e paprika) o un revuelto de erizos y algas (ricci e alghe saltati)</b> , piatti tipici che parlano di queste terre.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
Entre bosques, cascadas y <b>pazos, nos detenemos</b> para descubrir la riqueza prerrománica del monasterio de Camanzo y sus bien conservados frescos.	Tra boschi, cascate e <b>pazos, (palazzi signorili tipici galiziani), facciamo una sosta</b> per scoprire la ricchezza preromanica del monastero di Camanzo e i suoi affreschi ben conservati.

También en esas dos oraciones, el traductor mantuvo los *culturemas*. El uso de paréntesis para explicitar el significado de esos términos es una estrategia muy común. En los textos de promoción turística es importante que el lector se acostumbre a esos *realia*, sobre todo si pertenecen al campo semántico de la cocina, uno de los aspectos más explorados por los turistas durante sus viajes. Sin duda, en esos casos la explicitación tiene también un papel fundamental desde el punto de vista de la comunicación publicitaria. En cambio, en el segundo ejemplo, la explicitación desempeña un papel únicamente informativo. En la cultura italiana los “pazos” no existen y no tiene un correspondiente en la

arquitectura de la cultura meta. Explicitando el significado del término, el viajero italiano puede comprender lo que va a visitar durante su viaje en Galicia.

Además, notamos un error en el texto italiano. De hecho, el término “revuelto” no es equivalente a la palabra “saltati”.

<i>Gran Canaria: Los antiguos canarios (ES-GC7)</i>	<i>Gran Canaria: Cultura aborigena (IT-GC7)</i>
Trabajaban la cestería, la cantería y la madera. Hacían cuchillos, trabajaban el hilado y decoraban con figuras geométricas las paredes de las cuevas o <b>las llamadas pintaderas.</b>	Inoltre, costruivano ceste, oggetti in pietra e legno, coltelli e decoravano le pareti delle grotte con figure geometriche o con le <b>“pintaderas” (N.d.T. Timbri realizzati in terracotta o legno raffiguranti decorazioni geometriche).</b>

Lo que sorprende en este caso es el uso de una nota del traductor para explicitar el significado del *culturema*. Las notas del traductor son una estrategia muy común en los textos literarios, pero es mucho más difícil encontrarlas en las páginas web de promoción turística. En este caso el traductor llama la atención del lector de manera directa, a través de la explicitación de la sigla “N.d.t”, presentado él mismo y subrayando su intervención en el texto.

Otro caso en el que se observa el aumento de la longitud de la oración es cuando dos oraciones del texto de origen se unen en el texto meta.

<i>Madrid: El Madrid de los Austrias (ES-MA2)</i>	<i>Madrid: La Madrid degli Austrias (IT-MA2)</i>
No <b>era</b> una ciudad grandiosa. La humildad de sus edificios, la falta <b>de</b> coherencia urbanística y el gran número de iglesias sorprendía <b>a</b> los embajadores y cronistas extranjeros.	Non <b>si trattava</b> di una città grandiosa: l’umiltà dei suoi edifici, la scarsa coerenza urbanistica ed il grande numero di chiese sorpredevano gli ambasciatori e i cronisti stranieri.

Si originariamente las dos oraciones estaban separadas por un punto, en la traducción ese signo ortográfico se reemplazó por los dos puntos. Creo que el uso de los dos puntos en el texto italiano es muy eficaz para subrayar, y sobre todo explicitar, la relación causa-efecto que existe entre las dos oraciones yuxtapuestas. Entonces, se nota cómo el uso inteligente y correcto de la puntuación puede favorecer y facilitar la comprensión de las relaciones semánticas que se encuentran a lo largo del texto.

<i>Madrid: Palacio Real (ES-MA21)</i>	<i>Madrid: Palazzo Reale (IT-MA21)</i>
Majestuosa residencia real de los monarcas españoles.	Maestosa residenza reale dei monarchi spagnoli, <b>oggi visita obbligatoria per gli appassionati di storia.</b>

<i>Madrid: Museo del Prado (ES-MA6)</i>	<i>Madrid: Museo del Prado (IT-MA6)</i>
Celebra el Bicentenario del museo con las fantásticas exposiciones que te han preparado para 2019. ¡Velázquez y Goya te esperan!	Una delle principali pinacoteche del mondo, include opere di Velázquez, Goya, El Greco, Tiziano, Rubens, El Bosco...

En estos dos ejemplos se nota el modo en el que la explicitación puede transformar no solo la estructura de la oración, sino también el enunciado en sí mismo. En el primer caso, la frase en español que presenta el Palacio Real explica en muy pocas palabras lo que es el Palacio y su función de residencia real. En cambio, la traducción al italiano añade un elemento a la oración cuyo objetivo comercial es evidente. Si por un lado, el traductor, en la primera parte de la oración, es fiel al texto original, por el otro lado añade un comentario en la segunda parte. Esa estrategia permite llamar la atención de los viajeros interesados en la historia creando una sensación de participación e inclusión. Lo mismo pasa en el segundo ejemplo. En el texto español se subraya la celebración del Bicentenario, mientras en el texto en italiano se prefiere explicar qué es el Museo del Prado y cuáles son los artistas que están representados. Aunque en los

dos casos la intención publicitaria está clara, es interesante notar cómo las traducciones italianas prefieren señalar también el aspecto informativo y cultural. Durante mi análisis noté que en muchos casos la longitud de las oraciones era menor en los textos traducidos. Como ya se ha afirmado antes, esa observación parece desmentir el universal de la explicitación y en particular la hipótesis que sostiene que la longitud de los enunciados es mayor en las traducciones.

<i>Santiago de Compostela: La fundación de la ciudad (ES-SC3)</i>	<i>Santiago de Compostela: La fondazione della città (IT-SC3)</i>
<b>En los</b> primeros años del siglo IX (el año 813 es el más probable) el obispo de Iria Flavia, Teodomiro, por indicación de un eremita llamado Pelagio, examina el mausoleo que reconoce como el del Apóstol Santiago, basándose <b>en la</b> tradición oral según <b>la cual</b> Santiago había predicado <b>en el</b> "finis terrae" hispano y sufrido martirio <b>tras su</b> regreso a Palestina.	<b>Nei</b> primi anni del secolo XIX (l'anno 813 è quello più probabile) il vescovo di Iria Flavia, Teodomiro, su indicazione di un eremita chiamato Pelagio, esamina il mausoleo che riconosce come quello dell'Apóstolo Giacomo, basandosi <b>sulla</b> tradizione orale secondo <b>cui</b> San Giacomo aveva predicato <b>nel</b> "finis terrae" ispano e sofferto martirio <b>dopo il suo</b> ritorno in Palestina.

Uno de los elementos que tenemos que considerar durante el análisis de la longitud de las oraciones es la morfología de las lenguas. En el caso de un corpus paralelo formado por el español y el italiano una de las características que distingue las dos lenguas es la morfología de las preposiciones. Si en español las únicas preposiciones que se pueden contraer con el artículo son "a" y "de", en italiano las preposiciones "a", "da", "di" e "in" se unen a los artículos determinados y forman una palabra sola, las llamadas *preposizioni articolate*. El resultado de todo eso es un aumento en el número total de las palabras por cada oración en los textos en lengua española.

La última circunstancia en la que se observa una disminución en la longitud total del texto traducido al italiano es la omisión, en el texto meta, de algunos enunciados.

<i>Gran Canaria: Maspalomas bajo el Faro (ES-GC3)</i>	<i>Gran Canaria: Dune sotto il faro (IT-GC3)</i>
Maspalomas, Playa del Inglés y Meloneras ofrecen gran número de hoteles y apartamentos, muchísimas opciones de ocio durante el día y una atractiva vida nocturna alrededor de las playas. <b>Paseantes, surferos y nudistas se mezclan en una playa que cuenta también con tramos solitarios y aislados en los que practicar nudismo.</b> Pero Maspalomas no es sólo conocida por su enorme campo de dunas o por su buen clima.	Maspalomas, Playa del Inglés e Meloneras offrono un ampio numero di hotel ed appartamenti, moltissime opportunità di svago per il giorno ed un'attraente vita notturna intorno alle spiagge.  Tuttavia Maspalomas non è solo conosciuta per il suo enorme campo di dune vicino al mare o per l'ottimo clima [...]

<i>Madrid: Fuente de Cibeles (ES-MA26)</i>	<i>Madrid: Fontana di Cibeles (IT-MA26)</i>
Del pilón bebían las caballerías. <b>La diosa también es un icono para los seguidores del equipo de fútbol Real Madrid, ya que en ella se celebran los títulos del equipo madrileño, al igual que los éxitos de la selección española de fútbol.</b>	Era previsto anche un abbeveratoio per i cavalli.

Tanto en las páginas web de Madrid y de Gran Canaria como en las otras tres se observa que algunas informaciones y algunas curiosidades culturales se omiten completamente en la traducción italiana. Creo que una de las motivaciones posibles para explicar esa falta es el género textual que analicé. El objetivo de los textos turísticos es por un lado atraer consumidores, por el otro proporcionar informaciones útiles para un modelo de viajero específico. Incluir informaciones

no necesarias en una página web de promoción turística puede desviar la atención del posible turista causando también un perjuicio económico.

### 3.2 La coherencia

Uno de los elementos que señala la presencia de la explicitación en las traducciones es el aumento del nivel de coherencia en el texto traducido. Esto es, como se ha dicho antes, una de las causas del incremento de la longitud de las oraciones en las traducciones.

En las páginas web la coherencia se consigue no solo a través de los marcadores del discurso, sino también a través de los marcadores temporales, de las formas locativas y, sobre todo, de las imágenes y del diseño de la página misma<sup>56</sup>. Las fotografías y la organización de las informaciones a lo largo del texto son unos elementos fundamentales para atraer al posible turista, pero al mismo tiempo para que el viajero consiga encontrar las informaciones que necesita en poco tiempo. Las imágenes pueden llamar la atención del lector, así como pueden relacionar dos párrafos o enseñar, a través de las fotos, el significado de un *culturema*. De la misma manera dividir el texto en párrafos, y en algunos casos poner de relieve algunas palabras o algunas oraciones, puede facilitar la búsqueda de las informaciones y su comprensión por parte del lector.

Sin duda, el diseño de la página es el primer aspecto con el que el internauta se enfrenta. Una página web tiene que ser no solo atractiva, sino también comprensible y fácil de navegar. Para lograr todos estos objetivos el factor clave es la coherencia. En mi análisis cada portal de promoción turística utiliza estrategias diferentes con respecto a la organización del texto. Los textos de la web de promoción turística de Madrid que analicé proceden de tres secciones diferentes: “Historia de Madrid”, “Clima de Madrid” y, por último, “Top 10 Madrid”. Si los dos primeros enlaces envían a páginas muy simples donde se encuentran todas las informaciones, el tercero nos envía a una página más compleja donde cada hiperenlace presenta un tema distinto.

---

<sup>56</sup> Calvi (2010: 210-213)

## Clima de Madrid



### AL MAL TIEMPO

#### Madrid con lluvia



Dos rutas y muchas maneras de disfrutar de Madrid au

De Madrid te sorprenderán sus cielos azules, intensos y rotundos. Con un **clima seco** y sin demasiadas precipitaciones a lo largo del año, los veranos son calurosos y los inviernos fríos, pero sea cual sea el momento que elijas para venir, tienes muchas probabilidades de disfrutar in vivo de uno de los famosos cielos pintados por Velázquez.

### Primavera



Encontrarás la ciudad en pleno apogeo de sus jardines y arbolado urbano.

Los primeros meses suelen traer **lluvias**, con una temperatura media en abril –según estudios realizados sobre la evolución de las últimas décadas– de 12 °C, pero a medida que avanza mayo el tiempo

### Información tu

Zona Turística ▾

Tipo ▾

Página web de Madrid “Clima de Madrid”

**Palazzo Reale**  
Maestosa residenza reale dei monarchi spagnoli, oggi visita obbligatoria per gli appassionati di storia.

**Parco del Retiro**  
La visita a Madrid non si può certo dire completa senza una passeggiata nel parco di El Retiro, polmone verde della città.

**Stadio Santiago Bernabéu**  
Gli spogliatoi, la sala dei trofei... il Tour Bernabéu consente di scoprire tutti i segreti del mitico stadio.

**Plaza Mayor**  
Questa piazza con loggiato, ubicata nel centro storico della città, è il cuore del rinomato quartiere di Madrid de los Austrias.

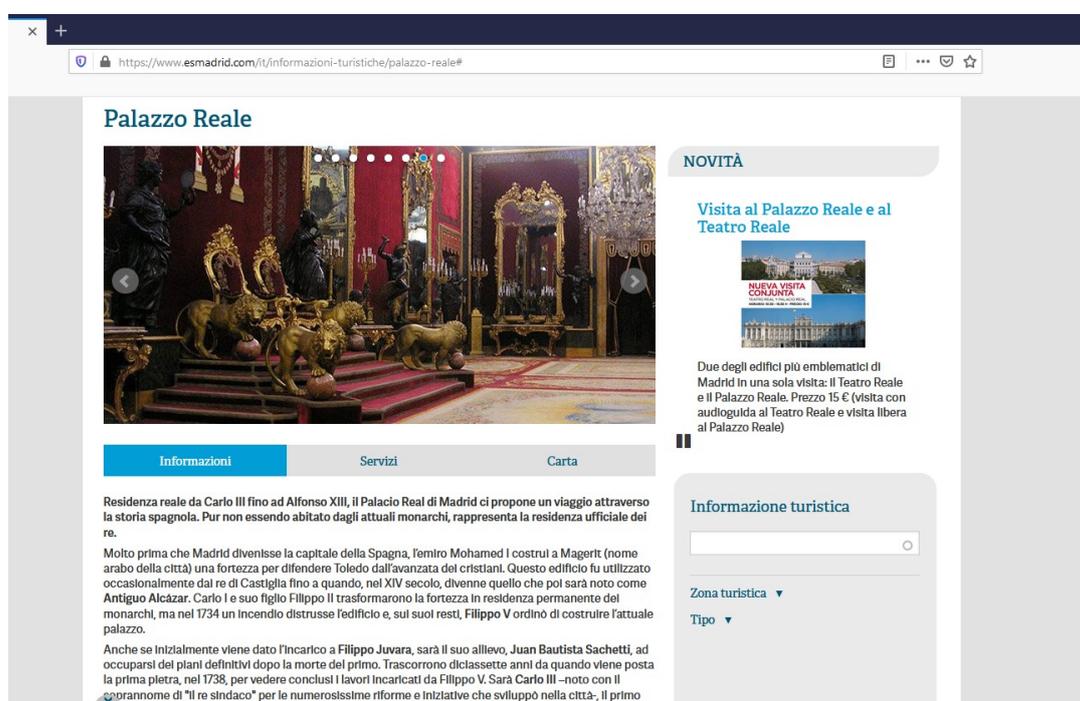
Una selezione di dieci statue della città che aspettano di essere scoperte dai visitatori.

**Cose che si possono fare solo a Madrid**  
Una selezione di momenti ed esperienze uniche offerte in esclusiva dalla città di Madrid: venite a condividerle con noi!

Pubblicità  
RUMOURS OF FLEETWOOD MAC 50th ANNIVERSARY TOUR

Páginas web de Madrid “Top 10 Madrid”

La sección “Top 10 Madrid” está formada por diez enlaces, cada uno compuesto por una foto y una pequeña introducción cuyo objetivo es atraer al lector (en mi análisis analicé nueve de ellos porque el último, “Mercados y espacios gastronómicos”, no se tradujo al italiano). Cuando hicimos clic en uno de estos enlaces, encontramos las informaciones deseadas. Cada texto tiene una longitud diferente y, además, está dividido en párrafos precedidos por un titular. Las salas de los museos están presentadas en el orden con el que el turista las encuentra reproduciendo, de este modo, un itinerario virtual.



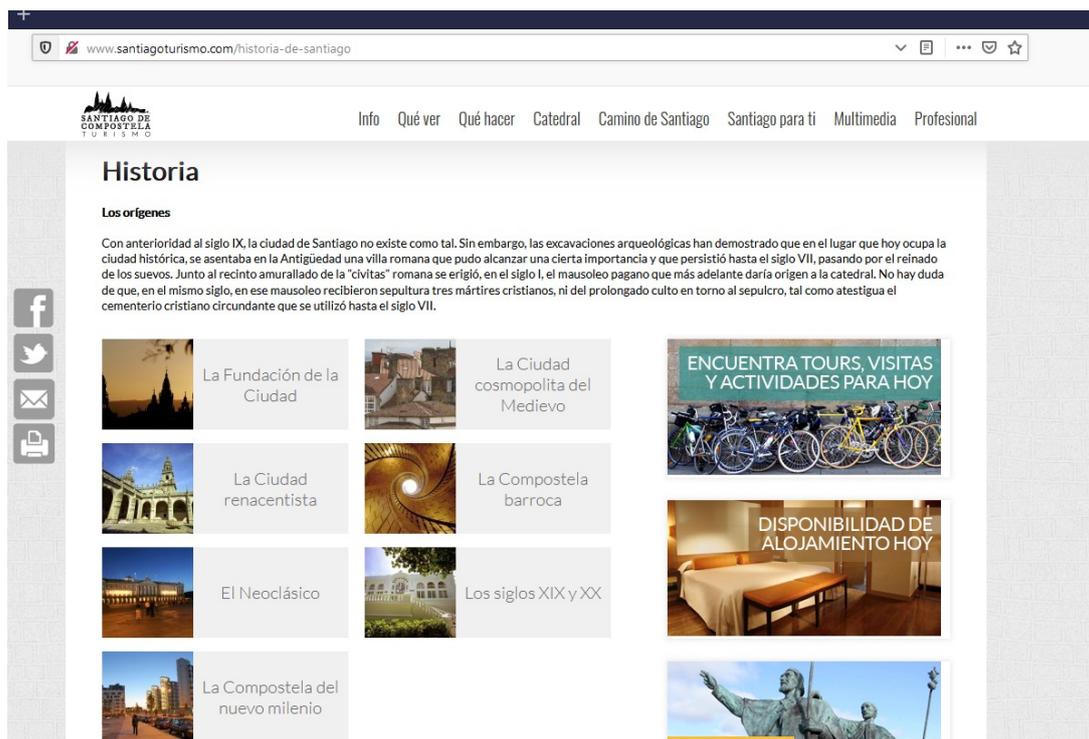
*Página web de Madrid “Palazzo Reale”*

El portal en su versión italiana mantiene esta organización hipertextual y no se notan diferencias relevantes, aunque observamos algunas diferencias en los párrafos introductorios y en la omisión de algunas informaciones o curiosidades en los textos. Las omisiones de los enunciados pueden tener muchas explicaciones distintas: las frases que celebran los aniversarios, en particular en los casos del bicentenario del Museo del Prado o de los veinte años de la construcción del estadio Santiago Bernabéu, se pueden omitir para no asumir

costes adicionales al encargar una nueva traducción; pero también una falta de interés en el tema tratado por el internauta de la cultura meta puede ser otra razón que justifica la omisión.

En “Clima de Madrid” y “Una mañana en El Rastro” los dos textos tienen la forma de un catálogo. En el primer caso, a través de los titulares que introducen párrafos muy breves; en el segundo caso, a través de una lista de diez puntos de interés. Las listas son una estrategia muy fácil, pero al mismo tiempo muy eficaz para satisfacer las necesidades de los lectores que piden rapidez de lectura y accesibilidad a la información.

El diseño del portal turístico de Santiago de Compostela en su sección dedicada a la historia de la ciudad es muy similar a el de Madrid. En este caso también se observa que la página se divide en varios enlaces, cada uno de los cuales envía a un texto distinto.



*Página web de Santiago de Compostela “Historia”*

The screenshot shows a web browser displaying the website 'www.santiagoturismo.com/historia-de-santiago/a-ciudad-cosmopolita-do-medievo'. The page features a navigation menu with links for 'Info', 'Qué ver', 'Qué hacer', 'Catedral', 'Camino de Santiago', 'Santiago para ti', 'Multimedia', and 'Profesional'. The main content area is titled 'La Ciudad cosmopolita del Medioevo' with a sub-header 'Etiquetas: Ciudad histórica, Catedral de Santiago, Camino de Santiago, Románico'. The article text is in Spanish and discusses the city's history from the 10th to the 13th century. On the right side, there is a section titled 'Otras entradas' (Other entries) with three sub-articles: 'El Neoclásico', 'La Ciudad renacentista', and 'La Compostela barroca', each accompanied by a small image. A social media sidebar on the left includes icons for Facebook, Twitter, Email, Print, and a document icon.

*Página web de Santiago de Compostela “La Ciudad cosmopolita del Medioevo”*

Cada texto se divide en párrafos y esta organización se mantiene en la traducción al italiano. Además, se nota que el texto italiano de la página web de Santiago de Compostela es mucho más fiel al texto original con respecto a las otras traducciones analizadas.

Sin embargo, la web de promoción turística de la ciudad de Sevilla es muy diferente con respecto al diseño y al modo de tratar los temas. Las informaciones históricas se mezclan en los textos a las curiosidades y a las anécdotas. Los titulares que introducen los artículos o las noticias tienen un valor connotativo muy alto y muchas referencias a la cultura pop que se trasladan también al texto meta. Cada artículo empieza con una foto muy grande y un titular atractivo.

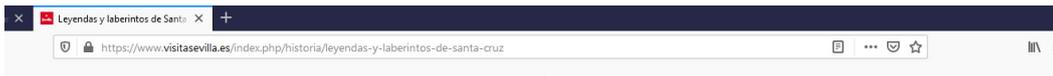


## La Sevilla del amor

Pocos personajes como Gustavo Adolfo Bécquer han sabido comunicar de manera tan bella la Sevilla que no se ve. Porque sí, Sevilla es un espectáculo para los sentidos, pero también es un mundo de sensaciones sobre el que muchos personajes universales han deseado escribir.

*Página web de Sevilla "Bécquer, poesía y misterio"*

Desplazándonos por la página notamos que cada párrafo va precedido de un subtítulo y de una imagen que lo explica y completa. Como ya se ha dicho, esta mezcla y relación entre la palabra escrita y la imagen es una estrategia para aumentar el nivel de cohesión del texto y, al mismo tiempo, es útil para reducir la distancia que puede existir entre dos códigos culturales distintos.



## Un barrio único

Adéntrate en su trazado imposible, explora sus historias y rincones legendarios, descubre uno de los barrios más singulares del mundo.

### El esplendor oculto

En Sevilla se encuentra uno de los barrios más fascinantes del mundo: el Barrio de Santa Cruz, un entramado de calles, plazas y pasajes donde sentirás que el tiempo se detiene, y a la vez crearás que te transportas a otro tiempo.

En pleno corazón del Barrio de Sta.Cruz se esconde una joya mundial del Barroco: El Convento de Los Venerables.



*Página web de Sevilla “Leyendas y laberintos de Santa Cruz”*

Al final de cada uno de estos textos se indican anécdotas y curiosidades en el panel “Para tener en cuenta...” traducido al italiano por “Curiosità...”, “Lo sapevi?” o por “Da prendere in considerazione..”.

Para tener en cuenta...

01	02	03
El precio de una caña de cerveza suele oscilar entre 1€ y 1,30€.	Aceitunas y altramuces son muy buenos acompañantes de la cerveza.	...Y claro, también las gambas la acompañan de manera fantástica.

*Página web de Sevilla “La mejor cerveza para tomar al sol”*

Dividir las informaciones principales de las curiosidades de modo tan explícito es una manera de facilitar la consulta del texto por parte de los viajeros.

Esta relación entre imágenes y escritura se encuentra también en el portal turístico de Gran Canaria. Además de los dos titulares, uno principal y el

subtítulo, podemos encontrar, en algunos casos, un pequeño vídeo que resume el texto.

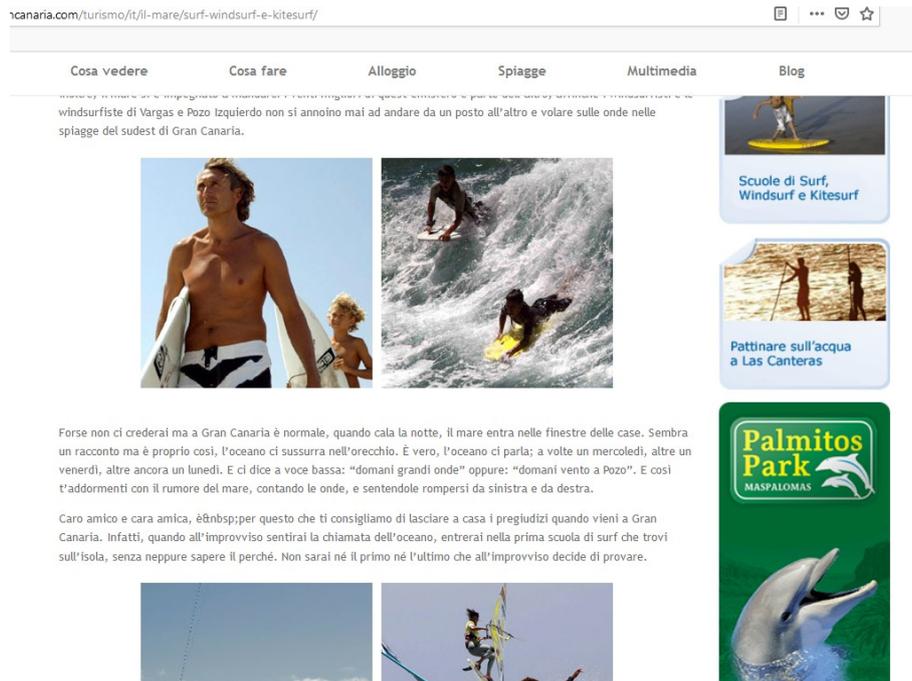
The screenshot shows a web browser displaying the page [www.grancanaria.com/turismo/it/it-mare/surf-windsurf-e-kitesurf/](http://www.grancanaria.com/turismo/it/it-mare/surf-windsurf-e-kitesurf/). The navigation menu includes 'Cosa vedere', 'Cosa fare', 'Alloggio', 'Spiagge', 'Multimedia', and 'Blog'. The main content area is titled 'Surf, Windsurf e Kitesurf' and features a sub-header 'L'adrenalina è uno sport nazionale'. Below this is a paragraph of text in Italian. A video player is embedded, showing a windsurfer with a red sail. The video player has controls for 'Guarda più tardi' and 'Condividi'. To the right of the video is a sidebar with several links and images, including 'Web cam, video, foto', 'Patronato di Turismo', 'Alloggi e Gran Canaria', and 'Corsi di surf per bambini'.

Per colpa di questa congiura oceanica, le onde buone non abbandonano mai Gran Canaria. Così ogni giorno ci sono onde buone, di grandezza media per i principianti, nelle spiagge dove è facile o addirittura facilissimo imparare. Ed allo stesso tempo ci sono anche onde buone ed alte per i veterani, onde che si nascondono in luoghi isolati, dove gli esperti preferiscono surfare tranquilli, soli, senza parlare con nessuno.

Inoltre, il mare si è impegnato a mandarci i venti migliori di quest'emisfero e parte dell'altro, affinché i windsurfisti e le windsurfiste di Vargas e Pozo Izquierdo non si annoino mai ad andare da un posto all'altro e volare sulle onde nelle

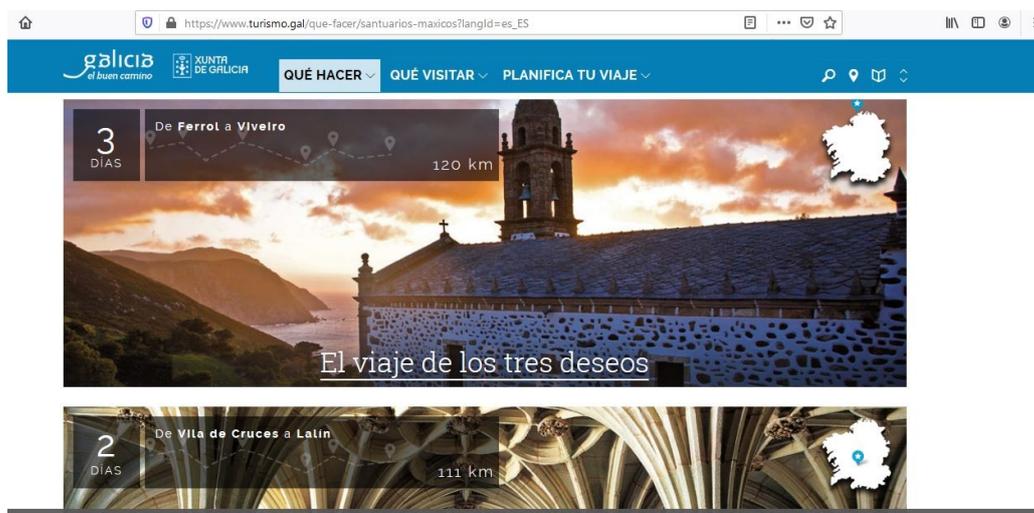
*Página web de Gran Canaria “Surf, Windsurf e Kitesurf”*

Los párrafos son muy breves y se alternan a las fotos. Estas fotografías tienen un valor connotativo muy fuerte. Su objetivo principal no es explicar lo que el turista lee, sino que es convencer al viajero a elegir la isla como destino de sus vacaciones.



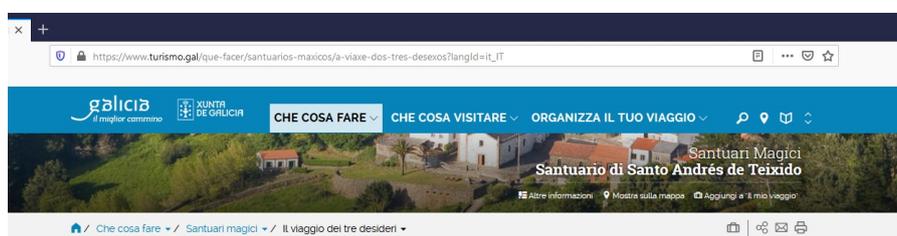
*Página web de Gran Canaria “Surf, Windsurf, Kitesurf”*

Por último, es muy interesante el diseño de la página web de Galicia. En este caso, elegí analizar las páginas que comentan algunos posibles itinerarios turísticos. En particular los que el portal llama “Santuarios mágicos”. Las siete rutas se presentan a través de un catálogo que indica el nombre del camino, los días necesarios para recorrerlo, la ciudad de partida y la de llegada y, por último, los kilómetros entre las dos.



*Página web de Galicia “Santuarios mágicos”*

Cada enlace envía a otra página donde observamos la descripción de la ruta. Los siete textos están organizados todos de la misma manera. Al principio, notamos una pequeña galería de imágenes que resume los principales lugares de interés que el turista encontrará a lo largo de su camino. Después, se encuentra el titular, una introducción muy breve y una cita de un poema o de una obra literaria. Las informaciones relativas a las etapas del itinerario están divididas en “días”. Esta separación es una estrategia muy común en los textos turísticos para alcanzar un buen nivel de cohesión, pero también para facilitar al viajero durante su peregrinación.



## ☰ Il viaggio dei tre desideri

Questo viaggio sulla frastagliata costa settentrionale delle province di La Coruña e Lugo porterà a scoprire santuari magici eretti laddove la terra si congiunge con il mare.

Di piccole dimensioni, ma grandi in quanto alla devozione professata nei loro confronti, in ognuno di essi rispetteremo la tradizione e seguiremo i rituali per far avverare i tre desideri che esprimeremo lungo questo spettacolare cammino.

“Chi non va da vivo  
a San Andrés,  
ci va tre volte da morto”

“Che il santo che ti ha dato la malattia  
ti dia la salute,  
per il potere di dio,  
e san Andresiño, amen”

*Página web de Galicia “Il viaggio dei tre desideri”*



## 1º Giorno

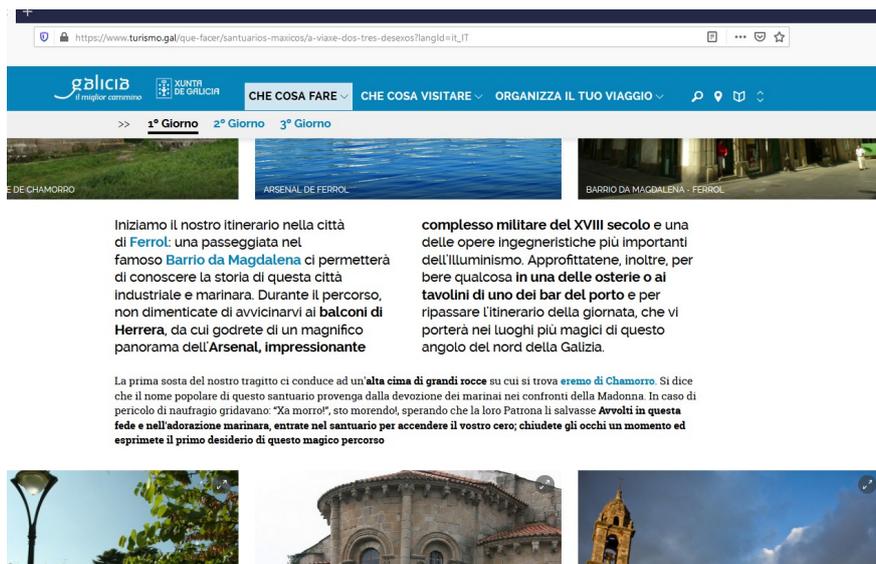


Iniziamo il nostro itinerario nella città di **Ferrol**: una passeggiata nel famoso **Barrio da Magdalena** ci permetterà di conoscere la storia di questa città

complesso militare del XVIII secolo e una delle opere ingegneristiche più importanti dell'Illuminismo. Approfittatene, inoltre, per bere qualcosa in una delle osterie o ai

*Página web de Galicia “Il viaggio dei tre desideri”*

También en este caso las imágenes son muy importantes y tienen un papel determinante. Las fotos se encuentran en grupos de tres, enmarcan el primer párrafo de cada “día” y representan los lugares más interesantes y atractivos que se comentarán a lo largo del texto. Además, los párrafos son muchos más largos con respecto a los otros portales analizados. Tenemos que tener en cuenta que en este caso el portal no solo describe los puntos de interés turístico más importantes de su territorio, sino su finalidad es proporcionar al viajero todas las informaciones necesarias para que llegue a su destino sin preocupaciones.



*Página web de Galicia “Il viaggio dei tre desideri”*

Otra característica que influye en la cohesión de los hipertextos son las palabras en negrita que permiten subrayar conceptos, ideas, lugares, puntos de interés, etc. En el corpus analizado este aspecto se mantiene fielmente en casi todas las traducciones. Si las páginas web de Madrid y Galicia utilizan mucho esta estrategia, el número de palabras en negrita disminuye en la web de turismo de Sevilla y desaparece por completo en la de Santiago de Compostela y de Gran Canaria. Las diferencias más claras en el uso de las letras en negrita se observan en el portal turístico de Galicia.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
En la temporada estival, podréis reponeros de la caminata parando a medio camino del sendero para zambulliros en la playa fluvial de la Carixa.	Nella stagione estiva, potrete riprendervi dalla camminata sostando a metà strada per <b>immergervi nelle acque della spiaggia fluviale della Carixa.</b>

En este ejemplo, además de la amplificación que introduce una precisión (“zambullir” se tradujo por “immergervi nelle acque”) y de la omisión de la palabra “sendero” en el texto meta, las palabras en negrita no aparecen en el texto original. En la traducción se eligió subrayar la imagen idílica y bucólica de la playa fluvial de Carixa con el objetivo de atraer a los turistas.

<i>Galicia: Milagros de agua...y aceite (ES-GA4)</i>	<i>Galizia: Miracoli d'acqua...e olio (IT-GA4)</i>
Y para finalizar este itinerario mágico y milagroso, nos encaminamos hacia el santuario de Nosa Señora da Lanzada, situado en el turístico municipio de Sanxenxo.	E per concludere questo itinerario magico e miracoloso, ci dirigiamo al <b>santuario di Nosa Señora da Lanzada</b> , situato nel turistico comune di <b>Sanxenxo</b> .
El principal ritual ligado a este templo habla de la esperanza de conseguir	Il rituale principale legato a questo tempio parla della speranza di <b>avere</b>

descendencia o de concebir a un hijo que no llega.	<b>discendenza o di concepire un figlio che non arriva.</b>
--	---

Al final de la descripción del itinerario “Milagros de agua...y aceite” notamos que no todos los nombres de los lugares de interés se escriben en negrita. El santuario de *Nosa Señora da Lanzada* está subrayado solo en la traducción al italiano, así como el municipio en el que se encuentra y los motivos por los cuales es famoso y destino de peregrinación de los creyentes.

Lo que es interesante es que encontramos muchos otros casos en los cuales en la traducción se subrayan las palabras en negrita, pero nunca observamos un ejemplo en el que pasa lo contrario. En otras palabras, nunca podemos encontrar palabras o enunciados que se escriben en negrita en el texto original y que se trasladan en el texto meta con un tamaño estándar. Es decir, que en la página web de promoción turística de Galicia en lengua italiana encontramos un nivel más alto de cohesión con respecto al uso de la negrita.

En algunos casos se observa que la posición de los párrafos en el texto traducido es diferente con respecto al texto original.

<i>Madrid: Museo Nacional Thyssen-Bornemisza (ES-MA7)</i>	<i>Madrid: Museo Nazionale Thyssen-Bornemisza (IT-MA7)</i>
Los primitivos italianos, el Renacimiento alemán, la pintura americana del XIX, el impresionismo, el expresionismo alemán y el constructivismo ruso son las escuelas y los movimientos más ampliamente representados en el museo.	Data la varietà e la ricchezza dei suoi fondi, con oltre 1.000 opere d'arte, si consiglia di iniziare la visita dalla parte della collezione che più ci interessa. Gli artisti primitivi italiani, il Rinascimento tedesco, la pittura americana del XIX secolo, l'impresionismo, l'espressionismo tedesco e il costruttivismo russo sono le scuole e i movimenti più diffusamente rappresentati nel museo.
Dada la variedad y riqueza de sus fondos, con más de 1.000 obras de arte, es recomendable comenzar la visita por la parte de la colección que más nos interese.	

Las dos oraciones analizadas no solo se encuentran en dos párrafos diferentes, sino que están invertidas también. En el texto original en lengua española se prefiere comentar antes la variedad de las obras expuestas en el museo, y después aconsejar al turista; en la traducción al italiano, el traductor toma otra decisión anteponiendo las necesidades del viajero a las informaciones didascálicas.

<i>Gran Canaria: Maspalomas bajo el Faro (ES-GC3)</i>	<i>Gran Canaria: Dune sotto il faro (IT-GC3)</i>
Servía de guía a los barcos que cubrían las rutas entre Europa y América. Era la única construcción al final de una larga línea de arena que comenzaba en lo que ahora es Playa del Inglés y se cerraba en las cercanías del Oasis de Maspalomas.	Il faro era l'unica costruzione alla fine della vasta distesa di spiaggia che cominciava con quella che attualmente si chiama Playa del Inglés e terminava nelle vicinanze dell'Oasi di Maspalomas. Fu costruito al fine di orientare le navi a vapore che viaggiavano tra Africa, Oceania ed America.

También en este ejemplo los dos enunciados se encuentran invertidos en el texto meta. En la traducción se eligió describir el ambiente en el que se construyó el faro de Maspalomas, a través de un léxico muy evocador, antes de informar al internauta del objetivo de su construcción. Además, en la traducción se notan unas amplificaciones (“il faro” al principio de la oración explicita el sujeto, así como se explicita la relación de finalidad a través de la construcción sintáctica “fu costruito al fine di” y el complemento preposicional “a vapore”) y una omisión (se quita el complemento directo “las rutas”).

Tanto los marcadores temporales como las formas locativas y los marcadores del discurso en términos generales influyen en el nivel de cohesión de un texto.

<i>Madrid: La Movida madrileña (ES-MA4)</i>	<i>Madrid: La Movida madrileña (IT-MA4)</i>
Todo comenzó el 9 de febrero de 1980.	Tutto ebbe inizio il 9 febbraio 1980.

<p><b>Esa tarde</b> la Escuela de Caminos de Madrid acogió el concierto homenaje a Canito, el batería del grupo Tos (conocido <b>después</b> por ser integrante de Los Secretos) que había fallecido en un accidente de tráfico la Nochevieja anterior.</p>	<p><b>Nel pomeriggio</b> la Scuola di Ingegneria Civile di Madrid ospitò il concerto in omaggio a Canito, il batterista del gruppo Tos (conosciuto come componente dei Los Secretos) che era deceduto in un incidente stradale durante il precedente capodanno.</p>
---	---

En las dos oraciones ambos marcadores se omiten en la traducción. El adjetivo demostrativo “esa” conecta la oración a la frase anterior de modo explícito, en cambio en italiano su omisión convierte la relación temporal entre los dos enunciados en una relación implícita. Lo mismo pasa con la omisión del adverbio “después” que marca la temporalidad de la acción con respecto a la oración principal. En este último caso, la relación temporal en el texto meta no solo está implícita, sino se elimina completamente.

<p><i>Madrid: Museo Arqueológico Nacional (ES-MA9)</i></p>	<p><i>Madrid: Museo Archeologico Nazionale (IT-MA9)</i></p>
<p>En contra de lo que venía pensándose, algunos historiadores sugieren que se trataba de una escultura sedente de cuerpo entero que fue reconvertida en busto.</p>	<p>Al contrario di ciò che si riteneva, alcuni storici ipotizzano che si trattava di una scultura seduta con il corpo intero che è stata <b>successivamente</b> trasformata in busto.</p>

A diferencia del ejemplo anterior, en el texto que comenta la escultura de la Dama de Elche el marcador temporal no está presente en el original, mientras que se añade el adverbio “successivamente” en la traducción al italiano aumentando, de este modo, la cohesión y el nivel de explicitación.

<i>Gran Canaria: Jugar al Golf todo el año (ES-GC6)</i>	<i>Gran Canaria: Giocare a golf tutto l'anno (IT-GC6)</i>
Un campo utilizado por los turistas británicos que viajaban a Gran Canaria atraídos por el invierno cálido de la isla.	<b>All'inizio questo campo</b> era utilizzato dai turisti britannici che viaggiavano a Gran Canaria in inverno, <b>attratti dalle calde temperature dell'isola.</b>

Este es un ejemplo perfecto de lo que significa explicitación. El traductor explicitó todas las relaciones y los detalles que en el texto original quedaban implícitos. De hecho, en la traducción al italiano se inserta al principio de la oración un marcador temporal y, además, se utiliza el adjetivo demostrativo “questo” en lugar del artículo indeterminado que permite conectar el sujeto de este enunciado con el enunciado anterior. Por fin, se observa en italiano el uso diferente de la puntuación (se introduce una coma) y de la amplificación.

<i>Galicia: Santuarios atlánticos (ES-GA8)</i>	<i>Galizia: Santuari atlantici (IT-GA8)</i>
El final de este itinerario no puede ser más perfecto: ver desaparecer el sol en el fin del mundo no tiene precio.	La fine di questo itinerario non può essere più perfetta <b>di così</b> : vedere scomparire il sole <b>nel punto in cui</b> finisce il mondo non ha prezzo.

En los textos turístico las formas locativas tienen un papel fundamental porque ofrecen a los turistas algunos puntos de referencia y, por lo demás contribuyen a la cohesión del texto. Aunque una traducción más literal y fiel era posible en este caso, el traductor tradujo utilizando una amplificación y, de esta manera, convirtió el estilo de la oración en un estilo más formal con respecto al original.

<i>Sevilla: Una ciudad para las bicis (ES-SE4)</i>	<i>Siviglia: Una città per le bici (IT-SE4)</i>
Y no paramos, la red de carril bici se va ampliando, el uso <b>de este transporte</b>	E non ci fermiamo <b>qui</b> , la nostra rete di piste ciclabili è in continua espansione,

se generaliza <b>cada día más</b> , y el ritmo de la ciudad se adapta <b>al de una urbe</b> moderna y sostenible que apuesta por un desarrollo a escala humana.	l'uso <b>della bicicletta come mezzo di trasporto quotidiano</b> si diffonde <b>sempre più</b> e il ritmo della città diventa quello <b>di una città</b> moderna e sostenibile impegnata in uno sviluppo a misura d'uomo.
---	---

Ante todo, observamos que en la traducción al italiano se inserta el adverbio de lugar “qui”. Este adverbio resume lo que leemos antes en el texto relacionando entre sí los diferentes párrafos. Una vez más se nota que en el texto en lengua italiana encontramos algunas ampliaciones que confirman la hipótesis de la explicitación de Baker, aunque está presente también una generalización (“cada día más” se traduce de modo más general a través de la expresión “sempre più”). Un elemento interesante, y que más adelante analizaré más detalladamente, es el uso y la traducción del sustantivo “urbe” utilizado en el corpus en español.

<i>Madrid: Real Observatorio de Madrid (ES-MA17)</i>	<i>Madrid: Osservatorio Reale di Madrid (IT-MA17)</i>
Entre los instrumentos destacan un círculo meridiano, una colección de relojes de precisión y un espejo de bronce pulido por W. Herschel.	Tra gli strumenti conservati <b>qui</b> , si segnalano un circolo meridiano, una raccolta di orologi di precisione e uno specchio di bronzo levigato fabbricato da W. Herschel.

Así como el ejemplo anterior, también en este caso, en la traducción al italiano, se añade a la oración un adverbio de lugar, pero en este caso su función es diferente. Si en el enunciado mencionado antes el “qui” indicaba el párrafo precedente, en esta frase el referente es el Real Observatorio. De este modo el traductor mantuvo un buen nivel de cohesión textual sin el uso de demasiadas repeticiones que pueden ralentizar la lectura.

<i>Madrid: Parque de El Retiro (ES-MA22)</i>	<i>Madrid: Parco del Retiro (IT-MA22)</i>
<b>Especial atención merecen algunos de sus jardines:</b> el jardín de Vivaces, los jardines de Cecilio Rodríguez (jardines clasicistas con aires andaluces), los jardines del Arquitecto Herrero Palacios, la Rosaleda (colección de rosas) y el Parterre Francés con el Ciprés Calvo, el árbol más antiguo de Madrid, del que se dice que podría tener alrededor de 400 años.	<b>Dal punto di vista botanico, alcuni dei suoi giardini sono di notevole interesse: per esempio</b> il Jardín de Vivaces, i Jardines de Cecilio Rodríguez (giardini classicisti con un tocco andaluso), i Jardines del Arquitecto Herrero Palacios, la Rosaleda (collezione di rose) e il Parterre Francés con il Cipresso calvo, <b>l'albero più antico della città</b> , del quale si dice che potrebbe avere 400 anni.

El marcador del discurso que encontramos al principio de la oración permite llamar la atención de lector y explicitar el tema tratado en las líneas siguiente. De este modo se guía la lectura y, si el lector no está interesado en el tema, se le permite seleccionar los párrafos. No tenemos que olvidar que los internautas que utilizan la web quieren que los contenidos web sean fáciles y rápidos de consultar. Observamos también una amplificación y un cambio en el estilo de la oración; de hecho, la traducción es más formal y utiliza una estructura de la frase más estándar con respecto al texto original.

<i>Sevilla: Bécquer poesía y misterio (ES-SE3)</i>	<i>Siviglia: Bécquer poesia e mistero (IT-SE3)</i>
<b>De hecho, murió a temprana edad (cuando tenía 34 años) y en vida no</b> obtuvo el reconocimiento que merecía, <b>permaneciendo</b> desconocido para las élites literarias de la época.	Morì <b>precocemente, appena trentaquattrenne, senza mai aver</b> ottenuto il riconoscimento che meritava: <b>era</b> sconosciuto all'élite letteraria del tempo.

La omisión del marcador del discurso en el texto traducido al italiano disminuye el nivel de cohesión del texto porque su uso permite relacionar las nuevas

informaciones con las anteriores. De este modo, si el texto original permite una lectura muy fluida y corriente, el texto traducido parece más fragmentado a causa de las frases y de los párrafos muy breves, dos aspectos muy comunes en los textos de las páginas web. Esta construcción de los enunciados se opone al estilo: la traducción al italiano presenta una escritura muy atenta a la gramática de la lengua a través de un estilo más normalizado y poco coloquial (por ejemplo, se eliminan los paréntesis).

En el mismo portal de promoción turística de la ciudad de Sevilla se observa un ejemplo muy interesante.

<i>Sevilla: Una ciudad para las bicis (ES-SE4)</i>	<i>Siviglia: Una città per le bici (IT-SE4)</i>
<b>Con este fin</b> , se han creado cinco itinerarios temáticos destinados a todo aquel que desea descubrir lugares emblemáticos de la ciudad desde otro punto de vista.	Sono cinque gli itinerari tematici per scoprire i luoghi emblematici della città da un punto di vista “a due ruote”.

Lo que se nota de inmediato es que la construcción de la oración es completamente distinta: en italiano se observan varias omisiones y se prefiere el sintagma nominal donde el predicado nominal precede el sujeto de la oración. Lo que en este caso sorprende es la omisión del marcador textual que indica la finalidad. A través de la eliminación de este marcador es imposible para el lector de la lengua meta comprender la relación que existe entre este enunciado y el precedente. De hecho, en el texto italiano los dos hechos están presentados como independientes.

En este corpus, el aspecto más evidente relacionado a la cohesión y que influye en ella es el uso de la puntuación. Entre el corpus en español y el corpus en lengua italiana se observan muchas diferencias con respecto a este tema. En particular, se notan más de 140 casos en los que la puntuación cambia. Sin duda, en la versión italiana de la página web de Gran Canaria se prefirió eliminar

algunos sintagmas muy breves para utilizar frases más largas quitando algunos signos de puntuación

<i>Gran Canaria: Surf, Windsurf y Kitesurf. La adrenalina es deporte nacional (ES-GC4)</i>	<i>Gran Canaria: L'adrenalina è uno sport nazionale (IT-GC4)</i>
El mar anda empeñado, en Gran Canaria, en que todos nos subamos a una tabla. <b>Al menos una vez en la vida. Al menos probar.</b> El océano entero parece haberse conjurado para que cada vez más gente se sume en la isla a la práctica del surf. <b>Y a la práctica del bodyboard. Y del windsurf.</b> Y ahora en los últimos años, al kitesurf.	A Gran Canaria il mare vuole a tutti i costi che tutti saliamo su una tavola, <b>almeno una volta nella vita, almeno per provare.</b> Sembra che ci sia una congiura in tutto l'oceano affinché sempre più gente sull'isola inizi a praticare <b>surf, bodyboard e windsurf.</b> E negli ultimi anni è nata la moda del kitesurf.

<i>Gran Canaria: Juegos del pasado, presente y futuro (ES-GC2)</i>	<i>Gran Canaria: Giochi del passato, presente e futuro (IT-GC2)</i>
<b>Una tradición que</b> mantiene atados a los isleños de hoy con los canarios que vivieron en el archipiélago en el pasado. <b>Hace cientos de años.</b>	<b>Questa</b> tradizione mantiene gli isolani di oggi uniti ai canari che vissero sull'arcipelago nel passato, <b>centinaia di anni fa.</b>

Aunque el efecto creado por todas estas repeticiones es deliberado, en la traducción al italiano se eliminan todas eligiendo un estilo más estándar.

En la web de turismo en lengua italiana de Galicia, muchas veces las comas se usan para proporcionar informaciones geográficas.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
La primera parada de este segundo día será a 1.187 metros de altitud, en el monte Faro, <b>ya en las tierras luguesas</b>	La prima sosta di questa seconda giornata sarà a 1187 metri di altezza, sul monte Faro, <b>nelle terre del</b>

<b>del ayuntamiento de Chantada.</b>	<b>comune di Chantada, provincia di Lugo.</b>
--------------------------------------	---

<i>Galicia: Ataúdes, danzas y aguas santas (ES-GA6)</i>	<i>Galizia: Feretri, danze e acqua santa (IT-GA6)</i>
Continuamos nuestro recorrido rumbo <b>al municipio orensano de Allariz</b> , una de las villas gallegas mejor conservadas, por la que vale la pena pasear con los ojos bien abiertos para contemplar todo su encanto.	Continuiamo il nostro itinerario diretti <b>al comune di Allariz, provincia di Orense</b> , una delle località galiziane conservate meglio, in cui vale la pena camminare con gli occhi ben aperti per contemplarne tutto il fascino.

En estos casos la explicitación no se pudo evitar. De hecho, es muy difícil que un turista italiano, que no conoce ni la geografía ni la división de los municipios de Galicia, comprenda una traducción literal de “municipio orensano” o “tierras luguesas”. Por lo tanto, es fundamental explicitar qué son Lugo y Orense y enmarcar esta información entre dos comas. Como se ha dicho algunas líneas más arriba, las páginas de promoción turística que analicé con respecto a Galicia ofrecen unos itinerarios y es muy importante que el turista encuentre todos los puntos de referencias para viajar con seguridad.

<i>Santiago de Compostela: Presentación (ES-SC1)</i>	<i>Santiago de Compostela: Presentazione (IT-SC1)</i>
Desde esta puerta virtual se abre para usted la capital de la Comunidad Autónoma de Galicia; <b>una</b> ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO gracias a su belleza monumental, <b>extraordinaria conservación</b> y por ser meta de una milenaria ruta de peregrinación: el Camino de Santiago, que desde el siglo IX transformó este paraje del finis terrae en punto de encuentro de la fe y	Da questa porta virtuale si apre per Lei la capitale della Comunità Autonoma della Galizia; città dichiarata Patrimonio dell’Umanità dall’UNESCO grazie alla sua bellezza urbana, <b>alla sua integrità monumentale</b> e per essere meta di una milenaria rotta di pellegrinaggio; il Cammino di Santiago, che dal secolo IX trasformò questo posto del finis terrae in punto di incontro della fede e

el pensamiento del mundo occidental.	del pensiero del mondo occidentale.
--------------------------------------	-------------------------------------

Podemos notar de inmediato que el estilo es mucho más formal con respecto a los otros textos del corpus (se utiliza el pronombre “usted” en español y el “Lei” en italiano). Desde el punto de vista de la puntuación se mantiene igual excepto cuando se presenta el Camino de Santiago. En el texto en español se utilizan los dos puntos, mientras que en la traducción se usa el punto y coma. Al parecer, este cambio no tiene ninguna razón ni gramatical ni de cohesión. De hecho, la enciclopedia Treccani explica que los dos puntos “hanno la funzione di spiegare, chiarire, dimostrare quello che è stato affermato nelle frasi precedenti”<sup>57</sup>, en cambio el punto y coma “indica uno stacco intermedio tra due proposizioni di un periodo: più forte della semplice virgola e meno forte del punto”<sup>58</sup>. Creo que en este caso el uso de punto y coma es un simple error tipográfico.

De todos modos, la mayoría de los cambios en la puntuación que notamos a lo largo del texto es el resultado de un aumento del nivel de cohesión y de explicitación de las relaciones sintácticas y gramaticales.

### 3.3 *La ley de estandarización creciente y la ley de la interferencia*

En los *S-universal*, Chesterman incluye las dos hipótesis de Toury: la ley de estandarización creciente y la ley de la interferencia<sup>59</sup>.

Los textos turísticos, tanto en formato papel como en formato electrónico, tienen como objetivo principal vender un producto comercial, es decir, un viaje. Ellos forman parte del material publicitario que cada año cada ciudad, comunidad autónoma, región y país ofrece a los consumidores para obtener beneficios económicos. Para conseguir este objetivo es necesario que los portales de promoción turística sean competitivos tanto desde el punto de vista de la interfaz de la página web como desde el punto de vista de los contenidos propuestos y la

---

57 [http://www.treccani.it/enciclopedia/due-punti\\_%28La-grammatica-italiana%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/due-punti_%28La-grammatica-italiana%29/)

58 [http://www.treccani.it/enciclopedia/punto-e-virgola\\_\(La-grammatica-italiana\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/punto-e-virgola_(La-grammatica-italiana)/)

59 Chesterman, (eds) Mauranen, Kujamäki (2004:40)

manera en la que se presentan. Por lo tanto, el estilo de escritura de estos textos tiene que ser atractivo, pero al mismo tiempo tiene que facilitar la comprensión. Según la ley de estandarización creciente en las traducciones se nota una normalización de lengua tanto desde el punto de vista gramatical como desde el punto de vista de las relaciones textuales<sup>60</sup>. Creo que es interesante preguntarnos e investigar si en los textos turísticos traducidos pasa lo mismo. Como ya se ha dicho, este género textual no tiene solo una función didascálica y documental, sino que depende de la imaginación del lector, del modo en el que sus descripciones, sus imágenes, su valor connotativo y su estilo afectan al turista. En un texto de este tipo cada combinación entre las palabras es fundamental. Creo que la pregunta clave es este caso es cuál, entre las dos tendencias, es decir la estandarización y la originalidad, es la dominante.

En mi corpus se nota de inmediato que existe una diferencia en el estilo de escritura entre los varios portales web analizados. Sin duda, muy diferentes entre ellas son la página web de la ciudad de Santiago de Compostela y la de la isla de Gran Canaria. Los textos que proceden de la web de Santiago de Compostela presentan un estilo muy formal tanto en el texto original como en la traducción al italiano. Además, la traducción resulta mucho más fiel, pero también se señalan muchos errores, tanto tipográficos como procedentes de la interferencia, con respecto al corpus en su totalidad.

<i>Santiago de Compostela: La Compostela barroca (ES-SC6)</i>	<i>Santiago de Compostela: La Compostela barroca (IT-SC6)</i>
Mientras tanto, siguen los trabajos <b>orientados a convertir</b> la catedral en el nuevo <b>estandarte</b> de la Compostela barroca, que culminarán en la construcción de la fachada del Obradoiro. El episodio que cierra el ciclo barroco en Santiago es la construcción del Palacio de Raxoi, que	Intanto, proseguono i lavori <b>mirati a convertire</b> la cattedrale nel nuovo <b>stendardo</b> della Compostela barroca, che culmineranno con la costruzione della facciata dell'Obradoiro. L'episodio che chiude il ciclo barocco a Santiago è la costruzione del Palacio de Raxoi, che <b>configura</b> anche la piazza

60 Toury (2012: 303-306)

también <b>configura</b> la plaza del Obradoiro.	dell'Obradoiro.
--	-----------------

Podemos notar que el traductor prefirió la fidelidad al texto original antes que adaptar la traducción utilizando un estilo más coloquial. De hecho, el sustantivo “stendardo” y el verbo “configurare” no son términos de uso común en la lengua cotidiana italiana, sino palabras cultas utilizadas, en general, en un contexto más académico. También la expresión “mirati a convertire” proporciona un estilo más formal y poco atractivo. Creo que una posible explicación por la adopción de esta forma de escribir es el tema tratado. De hecho, una descripción de la historia de la ciudad desde su fundación hasta el siglo XXI puede no interesar a todos los turistas. Además, puede ser que los autores de la página asuman que los posibles lectores de esta sección, interesados en la historia, tienen una buena educación y están acostumbrados a un léxico más culto y académico.

Otro término que me sorprendió es el sustantivo “urbe” utilizado tanto en la web de Santiago como en la de Madrid.

<i>Madrid: Puerta del Sol (ES-MA25)</i>	<i>Madrid: Puerta del Sol (IT-MA25)</i>
En su planta semicircular confluyen varias de las calles históricas y más transitadas de la ciudad, como Mayor, Arenal, Alcalá o Preciados, y concentra varios de los elementos más representativos <b>de esta urbe</b> .	Nella sua pianta semicircolare affluiscono alcune delle strade <b>più antiche</b> e trafficate della città, come Mayor, Arenal, Alcalá o Preciados, e <b>vi</b> si concentrano molti degli elementi più rappresentativi <b>della città</b> .

<i>Santiago de Compostela: Presentación (ES-SC1)</i>	<i>Santiago de Compostela: Presentazione (IT-SC1)</i>
Allí emergió una catedral románica a la que el <b>transcurrir de los siglos</b> quiso añadir la sobriedad del Renacimiento y la <b>majestuosidad</b> de un Barroco que terminó por trazar la imagen	Lì <b>vi</b> sorse una cattedrale romanica alla quale il <b>trascorso dei secoli</b> volle aggiungere la sobrietà del Rinascimento e la <b>maestuosità</b> di un Barocco che finì per tracciare

monumental <b>de la urbe</b> , hecha del granito de sus monasterios, sus <b>hospitales de peregrinos</b> , sus numerosas iglesias, sus casas señoriales y unas plazas en las que el tiempo escogió quedarse detenido.	l'immagine monumentale <b>della urbe</b> , fatta del granito dei suoi monasteri, i suoi <b>ospedali per pellegrini</b> , le sue numerose chiese, le sue case signorili e delle piazze nelle quali il tempo ha voluto fermarsi.
---	--

El término “urbe” procede del latín *urbs* y significa “ciudad”. En estos ejemplos la palabra se traduce de modo distinto: por un lado, el portal de Madrid prefiere utilizar la palabra “città”, por el otro lado, la página web de Santiago de Compostela elige no trasladarlo al italiano o, de todo modo, el traductor cree que, a causa de la interferencia y de la similitud entre los dos idiomas, este término se usa también en la lengua meta. Sin duda, la opción correcta es traducirlo por “città”. De hecho, el DRAE define la palabra como un sustantivo femenino que indica una “ciudad, especialmente la muy populosa”<sup>61</sup>. En cambio, el diccionario Treccani explica que “urbe” es “per antonomasia, con iniziale maiusc., e come reminiscenza classica con una certa enfasi retorica, la città di Roma”<sup>62</sup>. Por lo tanto, notamos que existe una diferencia en el uso del término “urbe” en las dos lenguas; si en español, aún hoy, se sigue utilizando, aunque solo en un contexto formal, en italiano perdió su denotación original para adoptar un significado más restringido y particular. Además, en el texto procedente de la web de Santiago de Compostela se observan muchas interferencias entre las dos lenguas que analizaré más detalladamente algunas páginas más adelante.

De manera totalmente distinta se presenta la traducción de la página de promoción turística de Gran Canaria. El traductor, en muchos casos, cambia totalmente la estructura de los enunciados para adaptarlos no solo a la lengua meta, sino, sobre todo, para obtener un estilo atractivo para el viajero. De hecho, la lectura resulta más fluida.

61 <https://dle.rae.es/urbe?m=form>

62 <http://www.treccani.it/vocabolario/urbe>

<i>Gran Canaria: Juegos del pasado, presente y futuro (ES-GC2)</i>	<i>Gran Canaria: Giochi del passato, presente e futuro (IT-GC2)</i>
<b>Hay una tradición en Canarias casi tan antigua como la primera piedra de un acantilado.</b>	Nelle Isole Canarie <b>esiste</b> una tradizione che è <b>antica quasi come il mondo.</b>

Desde el punto de vista de la sintaxis, la traducción al italiano aparece más estándar con respecto al texto español. En el texto original se utiliza la estructura impersonal *hay + complemento directo* para introducir el tema; en cambio en italiano se utiliza la estructura normalizada *sujeto + verbo* y, además, se observa la presencia de una explicitación a través de la aposición “isole”. Lo que es interesante en esta parte del texto, es la traducción de la expresión “como la primera piedra de un acantilado”. Sin duda, una traducción literal era posible y también comprensible, aunque no habitual, para un turista italiano. Pero, creo que la cuestión principal no es si esta traducción es o no es posible, sino transmitir unas sensaciones, crear una imagen precisa en la mente del lector. En español se relaciona el concepto del tiempo con la imagen de los acantilados que desde siempre han formado parte del paisaje natural de la isla. En la versión italiana el traductor utiliza una colocación más habitual y conocida. Aunque el valor connotativo es diferente, creo que la idea de una tradición deportiva que siempre ha caracterizado y, caracterizará, la cultura de las Islas Canarias, es decir, la práctica aún hoy en día de los mismos deportes de los antiguos canarios, está trasladada de modo correcto aún si no en manera literal.

<i>Gran Canaria: Los antiguos canarios (ES-GC7)</i>	<i>Gran Canaria: Cultura aborigena (IT-GC7)</i>
Como con muchas otras culturas antiguas, <b>nos ha llegado noticia de ellos por viejas crónicas.</b>	<b>Siamo venuti a sua conoscenza grazie ad antiche testimonianze scritte,</b> proprio come capita con molte popolazioni del passato.

En este caso, la normalización afecta la construcción de la estructura del enunciado y la relación entre la proposición principal y su proposición subordinada. En el texto en español se introduce la proposición modal y, solo después, se inserta la principal. En cambio, en italiano se utiliza una sintaxis no marcada y el traductor invierte el orden de las proposiciones. Además, también el léxico resulta más habitual en el contexto de un texto escrito. De hecho, traducir al italiano por “ci è arrivata notizia di loro attraverso vecchie cronache” significa utilizar no solo una sintaxis muy marcada con respecto a las reglas gramaticales de la lengua meta, sino adoptar un estilo muy coloquial y más similar a la lengua oral que a la escrita. En la versión italiana, notamos también dos explicitaciones: en el primer caso se explicita que las crónicas son escritas, mientras en el segundo caso se subraya que las culturas antiguas de las que proceden esos relatos son muchas.

<i>Gran Canaria: Reserva de la Biosfera (ES-GC1)</i>	<i>Gran Canaria: Riserva della Biosfera (IT-GC1)</i>
Casi la mitad del <b>espacio geográfico</b> de Gran Canaria <b>ha quedado incluido</b> en la Reserva, <b>abarcando</b> seis núcleos de población rurales, <b>vinculados</b> a actividades tradicionales.	La metà del <b>territorio</b> di Gran Canaria <b>fa parte di questa Riserva, che comprende</b> sei paesini rurali, <b>che sussistono grazie</b> ad attività tradizionali.

Analizando el texto que trata de la Reserva de la Biosfera notamos que la traducción al italiano es diferente también en este caso. Antes de comentar en que modo se presenta la ley de estandarización creciente, podemos observar que el traductor adoptó algunas estrategias para adaptar el texto. De hecho, ya en la primera línea se nota la omisión del adjetivo “geográfico”, pero al mismo tiempo se nota una amplificación (se introduce el adjetivo demostrativo “questa”). Desde el punto de vista de la normalización de la sintaxis, el texto traducido convierte todas las proposiciones que rigen el verbo en infinitivo en proposiciones relativas introducidas por la conjunción “che”. Las preposiciones que rigen el infinitivo

requieren un proceso cognitivo más complejo porque las relaciones entre la proposición principal y la subordinada están implícitas, mientras en las relativas se explicitan. Además, las preposiciones del primer tipo son típicas de los contextos más formales y académicos. En el caso de un texto turístico, cuyo objetivo es llamar la atención de la mayoría de los internautas, es recomendable adoptar la forma más habitual.

Si hasta ahora hemos afirmado que en la web de Gran Canaria se usa, en su mayoría, un estilo bastante estándar, se encuentran también dos ejemplos que indican que la cuestión es más compleja.

<i>Gran Canaria: Reserva de la Biosfera (ES-GC1)</i>	<i>Gran Canaria: Riserva della Biosfera (IT-GC1)</i>
La <b>altitud</b> de la isla y <b>lo abrupto del relieve</b> posibilitan multitud de microclimas y hábitats.	Le <b>montagne</b> dell'isola e <b>la conformazione morfologica particolarmente dirupata</b> favoriscono l' <b>esistenza</b> di una moltitudine di microclimi e habitat <b>diversi</b> .

En este ejemplo, además de algunas ampliaciones (el sustantivo “existencia” y el adjetivo “diversi”) y una particularización (“montagne”), encontramos una variación diastrática muy importante: el sintagma “lo abrupto del relieve” se traduce por “la conformazione morfologica particolarmente dirupata”. En el texto en lengua italiana se adopta una terminología técnica y académica, típica de los estudios geológicos. Por lo tanto, en este caso el traductor prefirió la precisión terminológica con respecto a la comprensibilidad.

<i>Gran Canaria: Surf, Windsurf y Kitesurf. La adrenalina es deporte nacional (ES-GC4)</i>	<i>Gran Canaria: L'adrenalina è uno sport nazionale (IT-GC4)</i>
<b>Y</b> nos dice en voz baja: mañana grandes olas o <b>nos dice</b> : mañana viento en Pozo. <b>Y</b> te quedas dormido con el	<b>E</b> ci dice a voce bassa: “domani grandi onde” oppure: “domani vento a Pozo”. <b>E</b> così t'addormenti con il rumore del

ruido marino. Contando olas.	mare, contando le onde, e <b>sentendole rompersi da sinistra e da destra.</b>
------------------------------	---

Otra vez más se observan ampliaciones (“sentendole rompersi da sinistra e da destra”) y omisiones (“nos dice”) en la traducción al italiano. Pero en este caso, a diferencia de los ejemplos antecedentes, la sintaxis del enunciado está marcada. Al principio de cada oración encontramos la conjunción “y” en el texto en español y “e” en el texto meta. Creo que una posible explicación se encuentra en el objetivo del texto en sí. En este caso, el portal turístico no proporciona solo informaciones, sino intenta vender un servicio, el de las escuelas de surf. Por lo tanto, es necesario atraer a los consumidores adoptando un estilo casi narrativo. De hecho, el autor de este párrafo está contando una historia en la cual la sucesión de las frases imita el movimiento de las olas que se rompen en la playa; cada conjunción representa una ola del mar.

<i>Madrid: El Madrid islámico y medieval (ES-MAI)</i>	<i>Madrid: La Madrid medioevale (IT-MAI)</i>
Del Madrid de este periodo <b>conservamos</b> muy pocos vestigios.	Della Madrid di questo periodo <b>si conservano</b> pochissimi resti.

En el corpus se encuentran también ejemplos en los cuales la conjugación del verbo cambia. En español no es raro utilizar el “nosotros” para comentar algo que, aunque indirectamente, incluye al emisor. De este modo, el autor del texto, hablando del patrimonio histórico de la ciudad, conjuga el verbo a la primera persona plural porque también él es madrileño. En cambio, en italiano se prefiere utilizar la forma impersonal. Por lo tanto, observamos otra vez más el efecto de la estandarización en la traducción al italiano.

El caso completamente opuesto se encuentra en la descripción del Museo Arqueológico Nacional.

<i>Madrid: Museo Arqueológico Nacional (ES-MA9)</i>	<i>Madrid: Museo Archeologico Nazionale (IT-MA9)</i>
Ubicado en pleno Barrio de Salamanca, <b>cubre</b> una serie de capítulos de la historia universal del arte no representados en las grandes pinacotecas del cercano <b>Paseo del Arte</b> , como las cerámicas griegas, las coronas votivas visigodas o los marfiles hispanomusulmanes.	Ubicato in pieno Barrio de Salamanca, <b>ci mostra</b> una serie di capitoli della storia universale dell'arte non rappresentati nelle grandi pinacoteche del vicino <b>Paseo del Arte</b> , come le ceramiche greche, le corone votive visigote o gli avori ispano-musulmani.

Si excluimos la colocación “Paseo del Arte”, lo que es interesante es el cambio del enfoque en un contexto de estandarización. En el texto original el sujeto de la frase es el museo y se subraya su importancia. En cambio, en el texto traducido se utiliza el verbo “mostrare” conjugado en la primera persona plural. De esta manera, el enfoque cambia y se traslada al turista. De hecho, el traductor se aúna al viajero y es su mirada el elemento más importante del texto. Tenemos que añadir que la expresión “ci mostra” es típica de los textos turísticos italianos y, por esto, creo que puede incluirse en el conjunto de los fenómenos que pertenecen a la estandarización.

<i>Madrid: Plaza Mayor (ES-MA24)</i>	<i>Madrid: Plaza Mayor (IT-MA24)</i>
Diseñada por Giambologna y terminada por Pietro Tacca en 1616, durante siglos <b>custodió</b> el acceso a la Casa de Campo [...]. Sólo durante las dos repúblicas la escultura <b>ha vuelto a emigrar</b> de esta plaza, tal vez la más emblemática de Madrid.	Disegnata da Giambologna e terminata da Pietro Tacca nel 1616, per secoli è <b>stata situata</b> all'ingresso della Casa de Campo [...]. Solamente durante le due repubbliche la scultura è <b>stata nuovamente trasferita</b> da questa piazza, probabilmente la più rappresentativa di Madrid.

Además de la modulación presente en las primeras líneas, observamos que si en el texto original se utiliza la forma activa de los verbos, en la traducción al

italiano se prefiere la forma pasiva. En este caso, una posible explicación se encuentra en la diferencia que existe en la gramática de las dos lenguas. De hecho, en español se prefiere utilizar la forma activa, mientras en italiano, también en la oralidad, la forma pasiva es muy común y casi aconsejable en los textos formales y académicos. Por lo tanto, en este contexto un lector italiano encontraría mucho más raro el uso de la forma activa, sobre todo en relación a los dos verbos “situare” y “trasferire”.

Además de todos estos ejemplos de normalización, sobre todo en la página web de Sevilla, se encuentran ejemplos que mantienen en el texto meta los rasgos de la oralidad presentes en el texto en lengua española.

<i>Sevilla: Leyendas y laberintos de Santa Cruz (ES-SE5)</i>	<i>Siviglia: Le leggende e i labirinti di Santa Cruz (IT-SE5)</i>
En el Barrio de Santa Cruz <b>está</b> la calle más estrecha <b>de la ciudad: la popularmente conocida como</b> Calle de los Besos... <b>¿por qué será?</b>	Nel Barrio de Santa Cruz <b>si trova</b> la via più stretta di tutta <b>Siviglia, nota come</b> la Calle de los Besos... <b>chissà perché?</b>

<i>Sevilla: Moda flamenca (ES-SE8)</i>	<i>Siviglia: Moda flamenca (IT-SE8)</i>
Es, <b>por así decirlo</b> , un traje folclórico que no renuncia al glamour, y que todos los años se renueva con las aportaciones de excelentes <b>diseñadores y diseñadoras</b> de la industria de la moda flamenca.	<b>Come dire</b> , è un costume folcloristico che non rinuncia al glamour, e che tutti gli anni si rinnova con il contributo di eccellenti <b>stilisti</b> dell’industria della moda flamenca.

En los textos turísticos utilizar un estilo muy coloquial y añadir rasgos de la oralidad, así como palabras que proceden del lenguaje de los jóvenes y poner preguntas directamente al lector son estrategias útiles para llamar la atención del internauta.

Según muchas hipótesis, otro aspecto que caracteriza a las traducciones es la interferencia. Si en la teoría de los universales de la traducción Baker<sup>63</sup> había excluido de su análisis el estudio de la interferencia, muchos otros investigadores, por ejemplo Toury y Eskola<sup>64</sup>, afirmaron su importancia en las investigaciones en el contexto de los CTS.

En el caso de la traducción entre dos lenguas romances, y sobre todo entre el español y el italiano, el fenómeno de la interferencia puede tener una influencia mayor en el texto. De hecho, no solo las dos lenguas proceden del latín y, por lo tanto, tienen aspectos similares, sino también España e Italia, a lo largo de los siglos, tuvieron relaciones tanto comerciales como culturales que afectaron al desarrollo de los dos idiomas que se influyeron entre sí.

“Quando due lingue si assomigliano e sono sorelle, come italiano e spagnolo, tradurle diventa una sfida e diventa un obbligo scavare nel testo originale per cercare un sottile accostamento tra distacco e prossimità, per tentare, senza rinunciare alla creatività, il massimo della vicinanza”<sup>65</sup>

Cuando se traduce del español al italiano o, al contrario del italiano al español, es importante tener en cuenta las características sintácticas, léxicas, gramaticales y morfológicas de las dos lenguas para no trasladar estructuras propias de la una a la otra.

Durante mi análisis decidí dividir las interferencias encontradas en tres categorías: la interferencia a nivel ortográfico, la interferencia a nivel gramatical y, por última, la interferencia a nivel léxico.

Al primer grupo pertenecen los casos en los que se observan en la traducción algunos errores ortográficos causados por las similitudes entre los dos códigos lingüísticos. Otra vez más, la página web del corpus que más está afectada por este fenómeno es la de Santiago de Compostela.

---

63 Baker (1993: 233-250)

64 Toury (2012: 297-315) y Eskola (2004 cito a través de Mauranen 2008:43)

65 Scelfo (eds) Garzone, Cardinaletti (2004: 182)

<i>Santiago de Compostela: Presentación (ES-SC1)</i>	<i>Santiago de Compostela: Presentazione (IT-SC1)</i>
Comenzó por ser lugar de paso junto a una <b>vía</b> romana, pero el descubrimiento de la tumba del Apóstol Santiago a principios del siglo IX hizo surgir un lugar de culto en los confines de una península a la sazón dominada por la invasión musulmana.	Cominciò essendo luogo di passaggio vicino ad una <b>vía</b> romana, ma la scoperta del sepolcro dell'Apóstolo San Giacomo agli inizi del secolo IX fece sorgervi un luogo di culto ai confini di una penisola in quel tempo dominata dall'invasione musulmana.

<i>Santiago de Compostela: La Ciudad renacentista (ES-SC5)</i>	<i>Santiago de Compostela: La Città rinascimentale (IT-SC5)</i>
Las primeras décadas del siglo XVI suponen el comienzo de la transformación urbanística del <b>núcleo</b> monumental de Santiago, iniciada con la fundación por los Reyes Católicos del Hospital Real.	I primi decenni del secolo XVI significano l'inizio della trasformazione urbanistica del <b>núcleo</b> monumentale di Santiago, iniziata con la fondazione da parte dei Re Cattolici dell'Hospital Real.

<i>Santiago de Compostela: El Neoclásico (ES-SC7)</i>	<i>Santiago de Compostela: Il Neoclassico (IT-SC7)</i>
[...] introduciendo <b>aportaciones</b> decisivas para la imagen que hoy tenemos de la Compostela histórica, como el enlosado, las fachadas de piedra y las características <b>galerías</b> .	[...] introduciendo <b>apportazioni</b> decisive per l'immagine che oggi abbiamo della Compostela storica, come la pavimentazione, le facciate in pietra e le caratteristiche <b>galerías</b> .

<i>Santiago de Compostela: Los siglos XIX y XX (ES-SC8)</i>	<i>Santiago de Compostela: I secoli XIX e XX (IT-SC8)</i>
Además de las intervenciones destinadas a dar un mayor decoro al tejido urbano, durante el siglo XIX se producen en Santiago dos operaciones de carácter público y de fuerte impacto en su <b>fisonomía</b> [...]	Oltre agli interventi destinati a dare un maggiore decoro al tessuto urbano, durante il secolo XIX si producono a Santiago due operazioni di carattere pubblico e dal forte impatto nella sua <b>fisonomía</b> [...].
El proyecto más ambicioso y de mayor	Il progetto più ambizioso e di maggiore

<p>impacto sobre la todavía <b>embrionaria</b> trama urbana de la ciudad moderna [...].</p> <p>[...] un tiempo marcado por las tensiones y especulaciones <b>inmobiliarias</b> que dan origen al actual Ensanche.</p> <p>[...] y de las instituciones <b>autonómicas</b>, convirtiéndose en capital política y administrativa de Galicia.</p>	<p>impatto sulla ancora <b>embrionaria</b> trama urbana della città moderna [...].</p> <p>[...] un periodo marcato dalle tensioni e speculazioni <b>immobiliarie</b> che hanno dato origine all'attuale Ensanche.</p> <p>[...] e delle istituzioni <b>autonomiche</b>, diventando capitale politica ed amministrativa della Galizia.</p>
---	--

En todos estos ejemplos, se nota el modo en el que las reglas ortográficas de la lengua española se trasladan a la lengua meta. Las normas que reglan la acentuación en italiano son mucho más simples con respecto a las españolas. De hecho, los únicos dos casos en los cuales las palabras italianas llevan tilde son, en el primer caso cuando la palabra es aguda, en el segundo caso cuando el acento es diacrítico y solo con los monosílabos. Por lo tanto, las traducciones correctas de todos estos términos son “via”, “nucleo”, “gallerie” y “fisionomia”. Las palabras “immobiliarie”, “autonomiche” y “embrionaria” presentan una interferencia en la formación del plural y en la formación de los dos adjetivos. En italiano los términos correctos son “immobiliari”, “autonome” y “embrionale”. En fin, observamos una interferencia en la traducción de “aportaciones”. En este caso las soluciones posibles son varias. Si se quiere conseguir un nivel muy alto de fidelidad una posible traducción puede ser el sustantivo “apporti”, pero, en mi opinión, la traducción mejor en este contexto es “interventi”.

El segundo tipo de interferencia que encontré a lo largo del corpus es la que afecta el texto a nivel gramatical. Aunque las dos lenguas tratadas tienen muchos paralelismos, tienen también diferencias que no pueden ser olvidadas o subestimadas.

<i>Santiago de Compostela: La Fundación de la Ciudad (ES-SC3)</i>	<i>Santiago de Compostela: La Fondazione della Città (IT-SC3)</i>
El rey asturiano Alfonso II se trasladó desde Oviedo con toda su corte y reconoció la existencia del sepulcro del Apóstol Santiago, declarándolo en ese mismo momento Santo <b>Patrón</b> del reino y convirtiendo el lugar <b>en el</b> centro de un culto capaz de aglutinar la cristiandad de Occidente frente a la expansión musulmana.	Il re asturiano Alfonso II si trasferì da Oviedo con tutta la sua corte e riconobbe l'esistenza del sepolcro dell'Apóstolo San Giacomo, dichiarandolo in quel momento Santo <b>Patrone</b> del regno e facendo diventare il luogo <b>nel</b> centro di un culto capace di unire la cristianità dell'Occidente di fronte all'espansione musulmana.

Además del error en la traducción de “patrón” (en italiano se traduce por “patrono”), se puede observar otro ejemplo en el que las reglas de la gramática española predominan. El verbo “convertir” rige siempre la preposición “en” para introducir el segundo término del cambio, mientras en italiano el verbo “diventare” no rige ninguna preposición, sino el artículo tanto el determinado como el indeterminado. Aunque el lector meta consigue comprender el significado del enunciado, desde el punto de vista gramatical la oración así traducida aparece atípica y puede extrañar al internauta italiano. Una traducción mejor puede ser “[...]facendo diventare il luogo il centro di un culto”.

También en el portal de promoción turística de Gran Canaria se encuentran algunos casos de interferencia a nivel gramatical, y en particular con respecto al uso de las preposiciones.

<i>Gran Canaria: Juegos del pasado, presente y futuro (ES-GC2)</i>	<i>Gran Canaria: Giochi del passato, presente e futuro (IT-GC2)</i>
Varios siglos después <b>se mantiene viva</b> la competición entre luchadores, que <b>viajan a enfrentarse</b> a equipos de otras islas [...].	Vari secoli dopo è <b>ancora in auge</b> la competizione tra lottatori che <b>viaggiano a sfidare</b> le squadre di altre isole [...].

En la primera línea encontramos un ejemplo de variación diafásica para la que el sintagma “se mantiene viva” se traduce por la colocación “è ancora in auge”. Desde el punto de vista de la interferencia, notamos que la preposición “a” se mantiene en el texto traducido al italiano. El sintagma “sfidare le squadre” constituye la motivación por la que los luchadores viajan, por lo tanto, representa la subordinada causal del enunciado. Para expresar esta relación causal se pueden adoptar dos técnicas: por un lado, utilizar la preposición “per”, por el otro lado conjugar el verbo “sfidare” al gerundio. De este modo, se obtienen dos traducciones posibles: la primera es “[...]tra i lottatori che viaggiano per sfidare le squadre di altre isole”, la segunda es “[...]tra i lottatori che viaggiano sfidando le squadre delle altre isole”. En este segundo caso, se añade también una relación de contemporaneidad a la oración.

Otro caso similar al antecedente se encuentra en la página que trata el tema de la salud y de la llamada “fórmula del Gran Descanso”.

<i>Gran Canaria: Relajarte y mimarte. La fórmula del Gran Descanso (ES-GC5)</i>	<i>Gran Canaria: La formula del Gran Riposo (IT-GC5)</i>
<b>Fue</b> en la segunda mitad del siglo XIX <b>cuando</b> Gran Canaria comenzó a convertirse en un importante <b>destino de salud</b> . [...]	Nella seconda metà del XIX secolo Gran Canaria ha iniziato a trasformarsi in un'importante <b>destinazione di salute</b> . [...]
Porque la isla no deja de reinventar nuevas maneras de ofrecer las mejores <b>vacaciones de salud</b> al viajero.	Infatti, s'inventano sempre tecniche nuove per offrire le migliori <b>vacanze di salute</b> al turista.

El cambio en la construcción del enunciado y la modulación que observamos en los dos textos paralelos no son los únicos aspectos interesantes de este ejemplo. Las dos traducciones mantienen la preposición “di” después de los sustantivos “destinazione” y “vacanze”, probablemente a causa de la ley de la interferencia. Si en el caso precedente, habíamos encontrado una relación de causalidad, en estos dos ejemplos, que distan solo algunas líneas el uno del otro, la relación que

se quiere expresar es la de finalidad. Por esta razón, el uso de la preposición “di” no es la solución más adecuada. Si se quiere mantener el uso de una preposición la opción más correcta es la preposición “per”. En cambio, otra opción posible es el uso del adjetivo “salutista”.

En el mismo texto, algunas líneas más adelante observamos otro enunciado en el que la interferencia del sistema preposicional español influye en la traducción al italiano.

<i>Gran Canaria: Relajarte y mimarte. La fórmula del Gran Descanso (ES-GC5)</i>	<i>Gran Canaria: La formula del Gran Riposo (IT-GC5)</i>
Todo ello apoyado por un gran número de <b>profesionales en el área de la salud y la belleza</b> , junto a una amplia oferta de atención sanitaria privada.	Tutto ciò è supportato da un gran numero di <b>specialisti di salute e bellezza</b> , oltre che da un’ampia offerta di cure sanitarie private.

En este ejemplo, la interferencia del español se observa, otra vez más, a través del uso de la preposición “di”. En la lengua española el sector del que el profesional se ocupa se introduce por “de”. En cambio, en italiano se indica a través de la preposición “in”. De hecho, este “in” significa “en el área”, “en el sector”, “en el ámbito”. En otras palabras, la traducción correcta, que no está afectada por el fenómeno de la interferencia, es “specialisti in salute e bellezza”. El último ejemplo se encuentra en el portal de promoción turística de Galicia.

<i>Galicia: Santuarios atlánticos (ES-GA8)</i>	<i>Galizia: Santuari atlantici (IT-GA8)</i>
<b>Todos ellos</b> son ofrendas que dejaron como agradecimiento tantos y tantos marineros que <b>volvieron con vida</b> del mar tras superar mareas y tormentas, gracias a la protección de su patrono.	Sono tutte offerte che lasciarono centinaia di marinai che <b>tornarono con vita</b> dal mare dopo aver superato marea e tormento, grazie alla protezione del loro patrono.

Además de la omisión que observamos en la traducción, en el texto meta se nota también una interferencia a nivel preposicional. De hecho, en italiano escribir “tornare con vita” es incorrecto. Desde un punto de vista exclusivamente gramatical la preposición correcta es “in”, pero el significado de la frase cambia. La expresión “tornare in vita” implica que el sujeto de la frase antes estaba muerto y, en un segundo momento, volvió a la vida. En cambio, en este caso el significado de la oración es que los marineros regresaron a salvo. Por lo tanto, la traducción más adecuada es “[...] lasciarono centinaia di marinai che tornarono vivi dal mare [...]”.

El último tipo de interferencia que analicé es la interferencia a nivel léxico. Una de las dificultades mayores es reconocer los falsos amigos que cambian de significado al pasar a la otra lengua.

<i>Santiago de Compostela: Presentación (ES-SC1)</i>	<i>Santiago de Compostela: Presentazione (IT-SC1)</i>
[...] una ciudad declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO gracias a su belleza <b>monumental, extraordinaria conservación</b> y por ser meta de una milenaria <b>ruta</b> de peregrinación: el Camino de Santiago, que desde el siglo IX transformó este paraje del finis terrae en punto de encuentro de la fe y el pensamiento del mundo occidental.	[...] città dichiarata Patrimonio dell’Umanità dall’UNESCO grazie alla sua bellezza <b>urbana</b> , alla sua <b>integrità monumentale</b> e per essere meta di una millenaria <b>rotta</b> di pellegrinaggio; il Cammino di Santiago, che dal secolo IX trasformò questo posto del finis terrae in punto di incontro della fede e del pensiero del mondo occidentale.

Si en las primeras líneas se encuentran algunas particularizaciones, el aspecto más interesante es la traducción de la palabra española “ruta”. El diccionario de la RAE la define como “itinerario para el viaje”<sup>66</sup>, mientras si buscamos la palabra “rotta” en el diccionario Treccani, encontramos la siguiente definición: “il percorso che una nave segue o si propone di seguire in mare [...] e, per analogia,

<sup>66</sup> <https://dle.rae.es/ruta?m=form>

il percorso seguito da un aeromobile [...], o anche da un'astronave o da un missile spaziale; anche la rappresentazione di tale percorso sulle carte geografiche.”<sup>67</sup>. Resulta evidente que los dos términos no son equivalentes y, por lo tanto, tenemos que buscar otro término para traducir la expresión al italiano. Para indicar el recorrido que los peregrinos cumplen se puede utilizar, por ejemplo, “itinerario” o “percorso” o, en mi opinión el más correcto “cammino”.

Otro caso similar es la traducción de “hospitales de peregrinos”.

<i>Santiago de Compostela: Presentación (ES-SCI)</i>	<i>Santiago de Compostela: Presentazione (IT-SCI)</i>
Allí emergió una catedral románica a la que <b>el transcurrir</b> de los siglos quiso añadir la sobriedad del Renacimiento y la majestuosidad de un Barroco que terminó por trazar la imagen monumental de la urbe, hecha del granito de sus monasterios, <b>sus hospitales de peregrinos</b> , sus numerosas iglesias, sus casas señoriales y unas plazas en las que el tiempo escogió quedarse detenido.	Lì vi sorse una cattedrale romanica alla quale <b>il trascorso</b> dei secoli volle aggiungere la sobrietà del Rinascimento e la maestuosità di un Barocco che finì per tracciare l'immagine monumentale della urbe, fatta del granito dei suoi monasteri, <b>i suoi ospedali per pellegrini</b> , le sue numerose chiese, le sue case signorili e delle piazze nelle quali il tempo ha voluto fermarsi.

La traducción propuesta resulta inusual para el lector meta que se enfrenta a una variación diacrónica del significado del término italiano. Sin duda, en el pasado la palabra “ospedale” indicaba también el lugar donde los peregrinos podían descansar, mientras hoy define solo el “edificio, o complesso di edifici, destinato all'assistenza sanitaria dei cittadini”<sup>68</sup>. Entonces, se prefiere utilizar “alloggio” o “ostello” en función del nivel de particularización que se quiere alcanzar en el texto. El otro problema es la traducción al italiano de la expresión “el transcurrir de los siglos”. También en este caso, observamos cómo los falsos amigos a nivel léxico pueden influir en la traducción. En italiano el término “trascorso” indica

67 <http://www.treccani.it/vocabolario/rotta2/>

68 <http://www.treccani.it/vocabolario/ospedale>

los acontecimientos y, en particular los errores, del pasado. Para expresar el concepto de durabilidad la traducción correcta es “il passare dei secoli”.

<i>Santiago de Compostela: La ciudad cosmopolita del Medioevo (ES-SC4)</i>	<i>Santiago de Compostela: La città cosmopolita del Medioevo (IT-SC4)</i>
Finalizado en 1188, el Pórtico de la Gloria traspasó las posibilidades estéticas de su época y <b>señaló nuevos horizontes</b> , hasta el punto de que hoy podemos considerarlo como una de las obras maestras del arte románico y universal.	Finito nel 1188, il Portico della Gloria oltrepassò le possibilità estetiche della sua epoca e <b>segnalò nuovi orizzonti</b> , fino al punto che oggi possiamo considerarlo come una dei capolavori dell’arte romanico ed universale.

<i>Santiago de Compostela: El Neoclásico (ES-SC7)</i>	<i>Santiago de Compostela: Il Neoclassico (IT-SC7)</i>
Los <b>tiempos ilustrados</b> establecen los mecanismos concretos para llevar adelante la reforma de la fachada residencial de la ciudad, introduciendo <b>aportaciones</b> decisivas para la imagen que hoy tenemos de la Compostela histórica, como el enlosado, las fachadas de piedra y las características <b>galerías</b> .	I <b>tempi illustrati</b> stabiliscono i meccanismi concreti per portare avanti la riforma della facciata residenziale della città, introducendo <b>apportazioni</b> decisive per l’immagine che oggi abbiamo della Compostela storica, come la pavimentazione, le facciate in pietra e le caratteristiche <b>galerías</b> .

Otro aspecto que tenemos que tener en cuenta en el proceso traductivo son las expresiones que a lo largo de los años se han fijado en la lengua adquiriendo un significado propio.

En el primer ejemplo, otra vez más, el traductor tradujo copiando la estructura propia de la lengua original. En italiano los nuevos horizontes no se señalan, sino se “abren”. La expresión “aprire nuovi orizzonti” es tan utilizada en la lengua italiana que se ha convertido en una expresión fija. También en el segundo caso, además de las observaciones sobre la ortografía que comenté algunas líneas más arriba, la traducción resulta inusual en italiano y extraña al lector. En italiano

para indicar el movimiento cultural y filosófico que caracterizó a Europa durante el siglo XIII no se usa la expresión “tempi illustrati”, sino el término “Iluminismo”. En este caso particular, otra traducción posible y seguramente más atractiva desde el punto de vista de los significados relacionados al aspecto connotativo del texto es “l’età dei Lumi”.

<i>Santiago de Compostela: Historia (ES-SC2)</i>	<i>Santiago de Compostela: Storia (IT-SC2)</i>
Junto al <b>recinto amurallado</b> de la "civitas" romana se erigió, en el siglo I, el mausoleo pagano que más adelante daría origen a la catedral.	Assieme al <b>recinto murato</b> della ‘civitas’ romana si alzò, nel secolo I, il mausoleo pagano che più in là avrebbe dato origine alla cattedrale.

<i>Santiago de Compostela: Los siglos XIX y XX (ES-SC8)</i>	<i>Santiago de Compostela: I secoli XIX e XX (IT-SC8)</i>
En este siglo desaparecen <b>las murallas</b> de la ciudad.	In questo secolo spariscono <b>le muraglie</b> della città.

En estos dos casos se pueden notar algunas interferencias con los términos relacionados al concepto de murallas. El diccionario de la RAE nos ofrece la definición del adjetivo “amurallado”: “protegido o cercado por murallas”<sup>69</sup>. En cambio, el Treccani escribe, para definir el verbo “murare” del que deriva el participio pasado con función de adjetivo “murato”, “**a.** raro nel sign. etimologico di circondare, limitare con un muro, o con mura [...]. **b.** Più spesso, chiudere con una struttura muraria un vano, un’apertura o un passaggio”<sup>70</sup>. Por lo tanto, es evidente que los dos términos son falsos amigos. En la lengua meta el adjetivo que expresa esta relación entre el recinto y su objetivo de proteger la ciudad es “murario”. Entonces, una posible traducción puede ser “assieme al recinto murario della ‘civitas’ romana”. A pesar de ello, existe una traducción más adecuada tanto al estilo del texto como a la frecuencia de uso en la lengua

<sup>69</sup> <https://dle.rae.es/amurallado?m=form>

<sup>70</sup> <http://www.treccani.it/vocabolario/murare1/>

italiana, es decir “assieme alla cinta muraria della ‘civitas’ romana”. El segundo ejemplo plantea dos problemas: el primero es el tema de las palabras italianas que se escriben en singular aunque su referente es una entidad plural, el segundo es si el término español “murallas” puede ser traducido sin diferencias por “muraglia” o por “mura”. Con respecto al primer asunto observamos el modo en el que la interferencia entre los dos códigos lingüísticos actúa. De hecho, el plural que caracteriza el término en español se traslada también a la lengua italiana, sin tener en cuenta que tanto “muraglia” como “mura” indican una entidad plural. El otro aspecto que analicé es si las dos posibles traducciones italianas son equivalentes. El Treccani define “muraglia” como la “opera muraria avente particolare carattere d’imponenza, usata soprattutto in recinzioni, costruzioni o difese [...] anche, la cinta delle mura di una città. In partic., *Grande Muraglia* [...]”<sup>71</sup>. En cambio, el diccionario Garzanti indica, en la tercera entrada de la palabra “muro”, “(pl.) complesso di opere murarie; in particolare, quelle di una città o fortezza”<sup>72</sup>. Creo que en este caso las dos palabras son sinónimos y que pueden ser utilizadas ambas sin ninguna diferencia significativa.

El último ejemplo que quiero proponer se encuentra en la página web de la ciudad de Sevilla, en particular en el texto que se titula en la versión española “La mejor cerveza para tomar al sol”.

<i>Sevilla: La mejor cerveza para tomar al sol (ES-SE12)</i>	<i>Siviglia: La migliore birra contro il caldo (IT-SE12)</i>
Tomar una cerveza es una <b>actividad que hacemos en sociedad.</b>	Bere una birra è un’ <b>attività che si fa in società.</b>

En este caso la interferencia no crea un error ni con respecto a las reglas gramaticales ni en forma de la oración, sino produce una expresión atípica y que un lector italiano puede considerar rara o, de todo modo, muy poco común a la lengua meta. Sin duda, el estilo de este enunciado es muy coloquial. De hecho, el

71 <http://www.treccani.it/vocabolario/muraglia1>

72 <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=muro>

autor intenta convencer al turista a beber algo ilustrando una escena hipotética caracterizada por la alegría y por los amigos. En este contexto, unas traducciones más habituales para el viajero italiano pueden ser “un’attività che si fa in compagnia” o “un’attività che si fa tra amici”. De este modo, la imagen diseñada por el texto original se mantiene, y al mismo tiempo se utiliza una expresión a la que el lector meta está acostumbrado y que penetra su imaginación.

### *3.4 La normalización de la variedad lingüística*

La normalización de la variedad lingüística es un aspecto fuertemente relacionado con la estandarización. De hecho, normalizar la variedad lingüística de un texto o de un enunciado significa eliminar todos los rasgos que no pertenecen a un modelo estándar de la lengua. De esta manera, por ejemplo, se normalizan los registros, los estilos y, sobre todo en el caso del italiano, los dialectos. Además, la sociolingüística divide la variación lingüística en cuatro dimensiones: la variación diacrónica, la variación diatópica, la variación diastrática y, por última, la variación diafásica<sup>73</sup>.

Cuando durante el análisis tenemos que identificar las características del texto original que se normalizaron en el texto meta, unos de los primeros aspectos que se investigan son el léxico y el uso de las expresiones idiomáticas. Sin embargo, estas dos características están relacionadas también con la ley de estandarización de Toury y, por lo tanto, es muy difícil establecer una distinción entre los dos aspectos. En cambio, creo que la estandarización y la normalización lingüística son simplemente dos caras de la misma moneda. De hecho, si el estilo de la traducción resulta más estándar y menos coloquial con respecto al texto original, nos encontramos frente a un cambio en la variación lingüística. En este sentido, los ejemplos analizados antes pueden ser investigados otra vez desde el punto de vista de la variación lingüística.

---

73 [http://www.treccani.it/enciclopedia/variazione-linguistica\\_\(Enciclopedia-dell%27Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/variazione-linguistica_(Enciclopedia-dell%27Italiano)/)

<i>Gran Canaria: Reserva de la Biosfera (ES-GC1)</i>	<i>Gran Canaria: Riserva della Biosfera (IT-GC1)</i>
Casi la mitad del <b>espacio geográfico</b> de Gran Canaria <b>ha quedado incluido</b> en la Reserva, <b>abarcando</b> seis núcleos de población rurales, <b>vinculados</b> a actividades tradicionales.	La metà del <b>territorio</b> di Gran Canaria <b>fa parte di questa Riserva, che comprende</b> sei paesini rurali, <b>che sussistono grazie</b> ad attività tradizionali.

<i>Gran Canaria: Reserva de la Biosfera (ES-GC1)</i>	<i>Gran Canaria: Riserva della Biosfera (IT-GC1)</i>
La <b>altitud</b> de la isla y <b>lo abrupto del relieve</b> posibilitan multitud de microclimas y hábitats.	Le <b>montagne</b> dell'isola e <b>la conformazione morfologica particolarmente dirupata</b> favoriscono l' <b>esistenza</b> di una moltitudine di microclimi e habitat <b>diversi</b> .

<i>Gran Canaria: Juegos del pasado, presente y futuro (ES-GC2)</i>	<i>Gran Canaria: Giochi del passato, presente e futuro (IT-GC2)</i>
Varios siglos después <b>se mantiene viva</b> la competición entre luchadores, que <b>viajan a enfrentarse</b> a equipos de otras islas [...].	Vari secoli dopo è <b>ancora in auge</b> la competizione tra lottatori che <b>viaggiano a sfidare</b> le squadre di altre isole [...].

En estos tres ejemplos, ya analizados en las páginas anteriores desde el punto de vista de la normalización, encontramos también casos de variación lingüística. En el primer y en el tercer ejemplo notamos dos variaciones diafásicas, mientras que en el segundo una variación diastrática. Tanto la expresión “espacio geográfico” como el término italiano “territorio” proceden del campo de estudio de la geografía. La diferencia entre los dos está en su uso: si en el primer caso la expresión está limitada a un contexto directamente relacionado al ámbito geográfico y utilizada, en general, por profesionales; en cambio, el término “territorio” se usa también en el lenguaje común y en contextos más cotidianos y no especializados. En el momento en el que el traductor decidió traducir “espacio

geográfico” por “territorio”, y no por la expresión “area geografica”, realizó un cambio a nivel del registro lingüístico. En el segundo ejemplo en la traducción en lengua italiana la variación diafásica está subrayada por el uso de una expresión fija. Sin duda, era posible traducir por “è ancora viva” o “rimane viva”, pero elegir la expresión “è ancora in auge” permite acercarse al lector a través de un lenguaje informal y amable. Lo mismo pasa, aunque al revés, en el segundo enunciado afectado por una variación diastrática. En el texto original en lengua española se describe el paisaje de la isla de Gran Canaria a través de una terminología comprensible para cualquier lector. En cambio, en el texto en italiano la terminología es muy especializada, tanto que el término “dirupata” no es de inmediata comprensión, sobre todo si el posible lector no asocia el adjetivo con el sustantivo “dirupo”. Por lo tanto, este enunciado parece dirigido a un turista más culto o, de todos modos, que está un poco familiarizado con una terminología geográfica más técnica.

Pero estos tres casos no son los únicos en los cuales la traducción al italiano presenta algún tipo de variación. En el portal de promoción turística de Santiago de Compostela, en particular en la página que trata la presentación de la ciudad, notamos el uso de términos que, a lo largo de los siglos, han cambiado de significado. El sustantivo procedente del latín “urbe” y el sintagma “ospedali per pellegrini”, como ya analicé, hoy en día no tienen ni el mismo significado denotativo, ni connotativo del pasado. En este caso, el internauta se enfrenta a una variación diacrónica: en el primer caso el lector italiano buscará una relación con la ciudad de Roma que en el texto original no existe, en el segundo caso imaginará un lugar donde se curaban los peregrinos y no un lugar donde podían descansar durante su camino.

En un corpus de este tipo, es decir, un corpus formado por textos de promoción turística cuyo objetivo es atraer al posible turista para que disfrute de los servicios ofrecidos por la página web, es interesante analizar el nivel de implicación del lector. En particular, me pregunto si el uso del “nosotros

participativo”<sup>74</sup>, típico de estos tipos de textos, se mantiene en la traducción al italiano. El uso de la primera persona plural significa crear en el lector la ilusión de participar de modo virtual a la experiencia que el texto describe, para seducirlo y convencerlo a reproducir la misma experiencia de manera real en el destino de sus vacaciones.

Desde el principio, notamos que en el texto original se utiliza mucho esta estrategia, sobre todo en la página web de la ciudad de Sevilla, mientras que en la traducción al italiano los ejemplos son menores y, en muchos casos, se prefieren las formas impersonales.

<i>Sevilla: La Tapa: el perfecto concepto de “Foodie” (ES-SE2)</i>	<i>Siviglia: Le tapas, perfetta espressione del concetto di “foodie” (IT-SE2)</i>
Vivir la comida, <b>comernos</b> la vida.	Vivere il cibo, <b>mangiare</b> la vita.

En este ejemplo, para resumir el estilo de vida de los sevillanos y la filosofía de las tapas, la página web crea casi un refrán o un eslogan. En la versión italiana el traductor decidió mantener esta característica pero adaptándola a las normas italianas. De hecho, en general, en la cultura italiana los refranes se escriben al infinitivo para alcanzar un nivel de atemporalidad.

En la misma página de promoción turística notamos otros casos en los cuales, en la traducción, se utilizan las formas impersonales.

<i>Sevilla: Leyendas y laberintos de Santa Cruz (ES-SE5)</i>	<i>Siviglia: Le leggende e i Labirinti di Santa Cruz (IT-SE5)</i>
<b>Adéntrate en su trazado imposible, explora</b> sus historias y <b>rincones</b> legendarios, <b>descubre</b> uno de los barrios más singulares del mundo.	<b>Addentratevi nel suo dedalo di viuzze, esploratene</b> la storia e i <b>luoghi</b> legendari, <b>alla scoperta</b> uno dei quartieri più particolari del mondo.

---

74 Calvi (2010: 210)

Aunque en español se usa la segunda persona singular, mientras que en italiano se elige la segunda persona plural, en ambos textos se mantiene alto el nivel de participación del lector que actúa como sujeto de los primeros dos verbos. En cambio, en la tercera proposición se observa una diferencia entre los dos textos paralelos. De hecho, en la versión española se mantiene el uso del verbo conjugado a la segunda persona singular, mientras que en la versión italiana se transforma en una oración nominal. Este cambio provoca también un error de construcción de la frase: después de la expresión “alla scoperta” falta la preposición “di” convirtiéndola en una proposición agramatical. Además, en la traducción italiana se notan una particularización (“dedalo di viuzze”) y una generalización (“luoghi”).

<i>Sevilla: C�eramica (ES-SE6)</i>	<i>Siviglia: Ceramica (IT-SE6)</i>
Sorprendentemente, hoy en día muchos de estos ornamentos siguen siendo los protagonistas principales en un sinfín de calles, edificios, patios e, incluso, bodeguitas o restaurantes <b>de nuestra ciudad</b> .	Straordinariamente ancora oggi molti di questi decori continuano ad essere i protagonisti principali in un’infinit� di vie, edifici, patii e perfino in negozietti o ristoranti <b>di Siviglia</b> .

<i>Sevilla: C�eramica (ES-SE6)</i>	<i>Siviglia: Ceramica (IT-SE6)</i>
Para conocer <b>más sobre nuestra cerámica</b> , y su barrio por excelencia, Triana, te recomendamos que visites el Centro Cerámica Triana.	Per conoscere <b>meglio il mondo della ceramica siviigliana</b> e il suo quartiere per eccellenza, Triana, ti consigliamo di visitare il Centro Ceramica Triana.

En estos dos ejemplos, se nota un cambio que se encuentra muchas veces a lo largo de los textos que proceden de la web de Sevilla. En el texto original en lengua española el autor trata la ciudad y su población a través del uso del pronombre posesivo “nuestro”. En cambio, en la traducción al italiano el traductor prefiere repetir el nombre de la ciudad o utilizar el adjetivo

correspondiente. De este modo, observamos un cambio en el significado connotativo del texto. Si en el texto original el emisor participa a la experiencia que comenta, en el texto meta se distancia y el mensaje resulta más impersonal. Tenemos que añadir que el uso del “nosotros” para indicar situaciones en las que el emisor participa, aunque de modo indirecto, es mucho más común en español que en italiano donde se prefieren las formas impersonales.

<i>Sevilla: Noche de copas por el centro (ES-SE12)</i>	<i>Siviglia: Bere qualcosa in centro (IT-SE12)</i>
Porque Sevilla te recuerda que la noche es el momento en el que <b>soñamos</b> .	Perché Siviglia ti ricorda che la notte è il momento in cui <b>si sogna</b> .

Creo que este es un ejemplo muy interesante. En el texto, tanto el español como el italiano, se evoca una atmósfera muy especial, mágica y casi onírica. Además, la última frase del párrafo, que aquí menciono, intenta crear una relación de complicidad entre el turista, el emisor y la ciudad misma. Para conseguir esto el autor se dirige directamente al lector, utilizando el pronombre “tú” y el pronombre “nosotros”. En cambio, en la traducción, aunque la imagen casi poética del sueño se mantiene, se elimina el elemento que acercaba el emisor al destinatario sustituyéndolo con la forma impersonal del verbo “sognare”. De este modo, el efecto de complicidad se pierde, así como su valor connotativo y la oración aparece más impersonal.

<i>Madrid: Una mañana en El Rastro (ES-MA28)</i>	<i>Madrid: Una mattina a El Rastro (IT-MA28)</i>
<b>Te mostramos 10 claves</b> para no <b>perderte los rincones</b> más auténticos del gran mercado al aire libre de Madrid, <b>donde se puede encontrar de todo</b> .	<b>Ecco 10 indicazioni</b> per non <b>perdersi i luoghi</b> più autentici del grande mercato all'aperto di Madrid, <b>dove è veramente possibile trovare di tutto</b> .

Una vez más, en la traducción se observa el uso de una forma impersonal. El Treccani indica que el adverbio “ecco” “serve a richiamare l’attenzione su cosa che contemporaneamente si addita o si mostra, o a sottolineare un fatto, un avvenimento, oppure a indicare persona o cosa che appaia improvvisamente”<sup>75</sup>. Creo que, en este caso, la traducción de la expresión española “te mostramos” por el adverbio italiano “ecco” está muy adecuada al contexto por dos razones: en primer lugar, el adverbio introduce una lista de puntos de interés en El Rastro y las formas impersonales son muy comunes para introducir elencos en la lengua italiana, en segundo lugar, como explica el diccionario Treccani, el adverbio “ecco” subraya lo que se está enunciando llamando la atención del lector. Si en la traducción se hubiera trasladado la expresión española a través de su traducción literal “ti indichiamo”/ “ti mostriamo” se habría perdido su función exhortativa. Otros casos interesantes son los que presentan un cambio entre los sujetos del enunciado y del enfoque de la escena que se intenta narrar.

<i>Gran Canaria: Surf, Windsurf y Kitesurf. La adrenalina es deporte nacional (ES-GC4)</i>	<i>Gran Canaria: L’adrenalina è uno sport nazionale (IT-GC4)</i>
<b>Porque</b> como de repente sientas la llamada oceánica, <b>te vemos entrando por la puerta de cualquiera</b> de las escuelas de surf de la isla. Sin entender del todo el por qué.	<b>Infatti</b> , quando all’improvviso sentirai la chiamata dell’oceano, <b>entrerai nella prima</b> scuola di surf <b>che trovi</b> sull’isola, senza neppure sapere il perché.

Además de las muchas diferencias que notamos entre los dos textos, el elemento interesante es el cambio del enfoque cuando se traduce al italiano “te vemos entrando”. Este ejemplo es muy similar al texto de los sueños en la página web de Sevilla. También en este caso, en el texto original se intenta reproducir a través de la palabra escrita una relación de amistad y de complicidad entre el autor del texto, es decir, los que ofrecen el servicio de las escuelas de surf, y el

<sup>75</sup> <http://www.treccani.it/vocabolario/ecco1/>

posible turista. En el texto en español los dos comparten la misma experiencia. En cambio, en la traducción italiana el sujeto de la situación es solo el viajero, mientras que el autor se distancia de la escena que está describiendo.

<i>Madrid: Parque de El Retiro (ES-MA22)</i>	<i>Madrid: Parco del Retiro (IT-MA22)</i>
Si <b>vas</b> con niños, <b>puedes</b> disfrutar con ellos de una de las muchas áreas de juego del Parque.	Se <b>andate</b> con i bambini, <b>potrete</b> divertirvi con loro in una delle numerose aree gioco del Parco.

En este ejemplo procedente del portal de promoción turística de Madrid, notamos un cambio de la segunda persona singular en el texto original a la segunda persona plural en el texto meta. El uso del “voi” en italiano es mucho más habitual en este tipo de textos con respecto al pronombre “tu”. Además, el objetivo es crear una escena agradable en el que el lector puede identificarse a sí mismo y a su familia en un futuro reciente: el uso del pronombre “voi” es más evocador con respecto al “tu” que resulta más adecuado para describir las actividades que el lector realiza por su cuenta (por ejemplo, es común para describir las instrucciones de una receta culinaria).

Si, como ya se ha mencionado, en la traducción se prefieren las formas impersonales, no faltan algunos ejemplos en los que se utiliza el “nosotros participativo”<sup>76</sup> también en italiano.

<i>Madrid: Museo Arqueológico Nacional (ES-MA9)</i>	<i>Madrid: Museo Archeologico Nazionale (IT-MA9)</i>
Ubicado en pleno Barrio de Salamanca, <b>cubre</b> una serie de capítulos de la historia universal del arte no representados en las grandes pinacotecas del cercano <b>Paseo del Arte</b> [...]	Ubicato in pieno Barrio de Salamanca, <b>ci mostra</b> una serie di capitoli della storia universale dell’arte non rappresentati nelle grandi pinacoteche del vicino <b>Paseo del Arte</b> [...]

76 Calvi (2010: 210)

<i>Galicia: Santuarios literarios (ES-GA5)</i>	<i>Galizia: Santuari letterari (IT-GA5)</i>
Si aun <b>os</b> queda aliento, <b>habría que intentarlo.</b>	Se <b>ci</b> rimane ancora fiato, <b>dovremmo provarci.</b>

Si hasta ahora, hemos analizado algunos casos en los que en el texto meta encontramos formas impersonales, en estos dos ejemplos observamos lo contrario. La versión en lengua italiana es más inclusiva y el lector participa a los acontecimientos narrados. El MAN muestra sus obras de arte a nosotros viajeros y no a alguien no identificado, así como, en la web de Galicia, el autor nos invita a subir hasta la Ermita del Santiaguño do Monte llamándonos directamente a través del verbo conjugado a la primera persona plural.

El uso del “nosotros participativo”<sup>77</sup> tiene una función muy determinada en este tipo de textos. Su uso sirve para incluir al turista en la experiencia que se narra con el objetivo de vender un producto o un servicio. Si en la traducción se elimina este aspecto, se corre el riesgo de reducir su función persuasiva y, por lo tanto, causar una variación desde el punto de vista de la función del mensaje y de la situación en general, es decir una variación diafásica.

### 3.5 Las colocaciones

En las investigaciones de Baker el tema de las colocaciones no está tratado, pero en los años siguientes otros investigadores han analizado este aspecto. Como he mencionado en el primer capítulo, Jantunen y Mauranen afirman que en las traducciones que analizaron se nota la presencia y el uso de colocaciones más atípicas con respecto a las utilizadas en los textos originales escritos en la lengua meta<sup>78</sup>. En cambio, Chesterman incluye en los *S-universal* la presencia de “more conventional collocations”<sup>79</sup>.

<sup>77</sup> Calvi (2010: 210)

<sup>78</sup> Jantunen (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 101-123) y Mauranen (2008:44)

<sup>79</sup> Chesterman (eds) Mauranen, Kujamäki (2004: 40)

En este caso decidí investigar las colocaciones utilizadas en los diferentes textos de los que dispongo para examinar cuál entre las dos hipótesis prevalece en mi corpus de páginas web de promoción turística.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
No perdáis la oportunidad de hacer una visita guiada por los distintos recintos del monasterio y no olvidéis que podéis llevar un sabroso y original <b>recuerdo de él</b> : el Eucaliptine, el <b>licor elaborado</b> por los propios monjes.	Non perdetè l'occasione di fare una visita guidata nelle diverse aree del monastero e non dimenticate che potete portare con voi un saporito e originale <b>souvenir</b> : l'Eucaliptine, il <b>liquore elaborato</b> dagli stessi monaci.

Además del uso de la palabra francesa “souvenir” que, hoy en día, ha entrado a formar parte del vocabulario de cada turista italiano, lo que es interesante es la traducción al italiano de la colocación “licor elaborado”. Sin duda, la expresión traducida al italiano por “liquore elaborato” es comprensible para el lector en lengua meta, pero al mismo tiempo, esta combinación resulta atípica. Existen dos posibles explicaciones para justificar su uso: por un lado, nos enfrentamos a un caso de interferencia entre los dos códigos lingüísticos; por el otro lado, el traductor trasladó de modo demasiado literal la colocación sin averiguar la frecuencia de su uso en dicho contexto. Unas posibles traducciones en mi opinión más correctas y comunes para el viajero italiano pueden ser “liquore preparato”, “liquore prodotto” o, en algunos casos, “liquore distillato”.

Otros ejemplos de colocación atípica se observan en la página web de Sevilla, donde el uso del sustantivo italiano “animo” aparece en varios enunciados.

<i>Sevilla: Guitarra española (ES-SE7)</i>	<i>Siviglia: Chitarra spagnola (IT-SE7)</i>
<b>Shopping con alma</b> [...]	<b>Shopping con animo</b> [...]
<b>No te cortes</b> , no serías la primera persona que en medio de un viaje	<b>Non preoccuparti</b> , non saresti la prima persona che, nel bel mezzo di un

sucumbe a la magia de la guitarra y aprende a <b>tocar con alma</b> nuestro instrumento más <b>señero</b> .	viaggio, <b>si lascia conquistare</b> dalla magia della chitarra e impara a <b>suonare con animo</b> il nostro strumento più <b>unico</b> .
---	---

<i>Sevilla: Noche de copas por el centro (ES-SE12)</i>	<i>Siviglia: Bere qualcosa in centro (IT-SE12)</i>
Pero este código vital está marcado también en el ADN de la Sevilla noctámbula, <b>de manera que</b> podrás vivir la fiesta con <b>alma flamenca</b> en recónditos lugares de Santa Cruz.	Questo codice vitale però è impresso anche nel DNA della Siviglia nottambula, <b>così da</b> permetterti di vivere la festa con <b>animo flamenco</b> in luoghi reconditi di Santa Cruz.

Antes de analizar los ejemplos para subrayar sus características, quiero precisar que cada una de estas colocaciones, aunque resultan atípicas y “suenan raras” para el internauta italiano, son perfectamente comprensibles para el hablante en lengua meta. Existen expresiones más comunes y, además, creo más correctas. Desde el principio en el primer caso, lo que resulta evidente es la decisión del traductor de traducir “alma” por “animo”. De hecho, los dos términos, “alma” y su equivalente italiano “anima”, están definidos del mismo modo por el diccionario de la RAE<sup>80</sup> y por el Treccani<sup>81</sup>. Tenemos que añadir que el diccionario Treccani menciona la palabra “animo” entre los posibles sinónimos del lema “anima” y este puede ser uno de los motivos que justifican la elección del traductor. Pero, una colocación implica el uso y la combinación de dos o más términos precisos que, en su conjunto, transmiten un significado específico. Por lo tanto, aunque es comprensible para el lector meta afirmar que los turistas pueden aprender a “suonare con animo”, no es lo mismo que declarar que pueden “suonare con l’anima”. Lo mismo pasa en “shopping con animo”. Utilizar la combinación “con animo” provoca en el lector meta la sensación que la frase no está terminada, que falta de decir algo más. En este tipo de estructura de la

80 <https://dle.rae.es/alma?m=form>

81 <http://www.treccani.it/vocabolario/anima/>

oración el término “animo” necesita un adjetivo que lo califique. Con respecto al segundo caso, tanto el uso de “animo” como de la palabra “anima” resulta poco habitual en este contexto. Otra vez más el Treccani nos ofrece una posible solución: de hecho, la colocación más común y correcta es *spirito + adjetivo* que el diccionario define

Inclinazione o tendenza, attitudine o capacità, disposizione d’animo che determina o condiziona in un individuo il modo soggettivo di sentire, pensare e comportarsi (in questa accezione, il termine è sempre accompagnato da un aggettivo o da un compl. di specificazione che determina il particolare genere di disposizione o attitudine).<sup>82</sup>

El último aspecto interesante de estos dos ejemplos es la traducción de la colocación española “no te cortes”. Si en los casos anteriores notamos el uso de colocaciones atípicas en el texto traducido, en este caso la traducción presenta una expresión muy común. Dos traducciones posibles y más fieles a la finalidad del texto pueden ser “sentiti libero” o “non trattenerti”. Creo que la traducción propuesta en el texto meta puede causar una pérdida de una parte del significado connotativo presente en la versión española.

Además de estos ejemplos en los cuales se observan algunas colocaciones atípicas en la lengua italiana, a lo largo del corpus se encuentran también varias colocaciones más comunes y habituales para el internauta meta.

<i>Madrid: El Museo Reina Sofía (ES-MA8)</i>	<i>Madrid: Museo Reina Sofía (IT-MA8)</i>
Desde los años setenta hasta la <b>actualidad</b> el arte contemporáneo ha generado <b>un amplio abanico de</b> propuestas.	Dagli anni '70 fino <b>ai giorni nostri</b> , l'arte contemporanea ha generato <b>una vasta gamma</b> di proposte.

En esta oración, se encuentran dos casos en los cuales se utiliza una colocación más común en la lengua italiana. En ambos los casos era posible traducir por una expresión literal, pero el traductor eligió dos formas más estándar. En italiano la

82 <http://www.treccani.it/vocabolario/spirito/>

estructura *da + fecha de inicio + fino ai giorni nostri* es una estructura que se puede considerar “fija” y con la que el lector italiano está familiarizado tanto que espera encontrarlo en los enunciados de este tipo. En el segundo caso, tanto la colocación “una vasta gamma” como “un ampio ventaglio” son dos opciones posibles desde un punto de vista gramatical y sintáctico, pero otra vez más, la traducción prefiere utilizar la forma más común y frecuente en los textos escritos.

<i>Madrid: Una mañana en El Rastro (ES-MA28)</i>	<i>Madrid: Una mattina a El Rastro (IT-MA28)</i>
<b>No puedes dejar de echar un vistazo</b> a las Galerías Piquer (Ribera de Curtidores, 29), <b>lugar donde transcurre una parte importante</b> de la serie <i>Arde Madrid</i> y donde puedes encontrar desde lienzos originales, muebles <i>art decò</i> u objetos de decoración modernistas [...]	<b>Da non perdere</b> le Galerías Piquer (Ribera de Curtidores, 29), <b>dove è ambientata gran parte</b> della serie televisiva <i>Arde Madrid</i> e in cui si possono trovare tele originali, mobili <i>art decò</i> e oggetti d'arredamento modernisti [...]

En este caso en la traducción se utiliza una colocación típica de los textos de promoción turística. Esta expresión es tan usada en el contexto turístico que se ha convertido en un verdadero eslogan. Casi cada ciudad o región en su portal turístico tiene una sección titulada “Da non perdere”, así como se han multiplicado las páginas web que ofrecen listas de punto de interés que cada viajero “non può perdersi”. Por lo tanto, el uso de esta colocación no solo es útil desde el punto de vista de la frecuencia y de la familiaridad, sino también desde el punto de vista de su atractivo y de responder a las expectativas de los turistas italianos.

<i>Galicia: Ataúdes, danzas y aguas santas (ES-GA6)</i>	<i>Galizia: Feretri, danze e acqua santa (IT-GA6)</i>
Esta cuenta que tras un duro lid en el Monte Medo, el señor de Caldelas, viéndose vencido, logró <b>darle la</b>	Essa racconta che dopo una dura lotta sul Monte Medo, il signore di Caldelas, vedendosi sconfitto, riuscì a <b>cambiare</b>

vuelta a la contienda tras pedir la intervención de la Virgen.	le carte in tavola chiedendo l'intervento della Madonna.
--	--

Aunque otras traducciones eran posibles (por ejemplo “ribaltare il risultato del conflitto” o “capovolgere le sorti”) el traductor mantuvo el uso de la colocación utilizado, en cambio de la expresión española, un refrán muy común en italiano. De este modo se obtienen dos ventajas: en primer lugar, se adopta un estilo coloquial que acerca el promotor al consumidor; en segundo lugar, se evita la repetición del término “lotta” o de sus sinónimos.

Por lo demás, creo que es interesante analizar los casos en los cuales la colocación no está presente en el texto original y, en cambio, se añade en el texto meta.

<i>Gran Canaria: Maspalomas bajo el Faro (ES-GC3)</i>	<i>Gran Canaria: Dune sotto il faro (IT-GC3)</i>
El Faro de Maspalomas se encuentra en el sur de Gran Canaria, <b>en pleno centro</b> de una de las franjas de costa más visitadas de Europa.	Il Faro di Maspalomas si trova nel sud di Gran Canaria, <b>nel cuore di</b> una delle zone costiere più visitate di <b>tutta</b> l'Europa.

En la traducción al italiano se utiliza una colocación con fuerte significado connotativo. De hecho, se intenta transmitir al viajero una imagen romántica e ideal de la isla que a través de una traducción más literal de la expresión usada en el texto español no habría estado posible. Por lo tanto, la colocación “nel cuore di” se une en el imaginario del viajero italiano a las otras palabras y expresiones que están relacionadas al campo semántico del término principal, es decir “cuore”, activando sensaciones y emociones positivas en el lector.

<i>Gran Canaria: Jugar al Golf todo el año (ES-GC6)</i>	<i>Gran Canaria: Giocare a golf tutto l'anno (IT-GC6)</i>
Hoy el golf <b>ya se ha popularizado</b> en	Oggiogiorno il golf <b>ha preso piede</b> a

Gran Canaria. La isla ofrece 7 campos muy diversos, <b>en un radio muy pequeño. 7 campos muy diferentes, todos a tiro de piedra.</b>	Gran Canaria. L'isola offre 7 campi molto diversi <b>tra di loro, tutti a portata di mano.</b>
--	--

Además de la omisión de una parte del enunciado que analizaré más adelante hablando de las repeticiones, observamos que en estas dos frases encontramos en la traducción italiana no solo una colocación, sino también un modismo, mientras que en el texto español notamos solo la segunda. Otra vez más, creo que el uso de las colocaciones y de las expresiones fijas es eficaz para alcanzar el objetivo del texto. Aunque la versión italiana de la página web de Gran Canaria utiliza unas estructuras más estándar con respecto a su versión original, se nota también un esfuerzo por parte del promotor para adoptar algunas expresiones que pueden llamar la atención del turista y que pueden imitar el lenguaje coloquial y oral. Por lo tanto, creo que el primer modismo es una consecuencia de este aspecto. Con respecto a la segunda expresión se utiliza, en este caso también, la colocación más común. En el caso en el que se hubiera querido mantener la imagen de un objeto que se aleja de nosotros propuesta por la colocación “a tiro de pietra” una traducción posible habría sido “a un tiro di schioppo”. De todos modos, esta última colocación, aunque para la mayoría de los lectores es comprensible, es poco común en la lengua de hoy y, por lo tanto, creo que se prefirió mantener alto el nivel de comprensibilidad en lugar de la imagen metafórica.

<i>Galicia: Santuarios mágicos (ES-GAI)</i>	<i>Galizia: Santuari magici (IT-GAI)</i>
Es <b>esta</b> una clara invitación a purificar vuestra alma, <b>a alejaros de</b> la vida cotidiana y la sumergiros en un mundo de misterio, pero sobre todo de paz.	È un chiaro invito a purificare la vostra anima, <b>a lasciarvi alle spalle</b> la vita quotidiana e ad immergervi in un mondo di mistero, ma soprattutto di pace.

<i>Galicia: El viaje de los tres deseos (ES-GA2)</i>	<i>Galizia: Il viaggio dei tre desideri (IT-GA2)</i>
<b>Sea cual fuera</b> la estación del año o <b>el tiempo que haga</b> , reservad un momento para dejar vuestras huellas en la arena blanda de estas <b>playas salvajes</b> : os sentiréis aislados y en completa sintonía con el fiero mar de estas costas.	<b>A prescindere</b> dalla stagione o <b>dal clima</b> , prendetevi un momento per lasciare le vostre orme sulla sabbia bianca di queste <b>spiagge vergini</b> ; vi sentirete isolati e in totale armonia con il selvaggio mare di queste coste.

<i>Galicia: El viaje de los tres deseos (ES-GA2)</i>	<i>Galizia: Il viaggio dei tre desideri (IT-GA2)</i>
Es habitual que los romeros más jóvenes y solteros la vayan a coger allí hasta donde llega el <b>salitre del mar</b> , para arreglar problemas amorosos o <b>encontrar pareja</b> .	È consuetudine che i pellegrini più giovani e single la raccolgano fin dove arriva <b>la salsedine</b> , per risolvere problemi di cuore o per <b>trovare la dolce metà</b> .

En estos tres ejemplos, en la traducción al italiano, se utilizan tres colocaciones que tienen un significado connotativo muy evocador en la imaginación del lector meta. De hecho, las primeras dos expresiones, es decir “lasciarsi alle spalle” y “spiagge vergini”, son típicas del lenguaje y de la comunicación turística. La primera colocación es muy común en el lenguaje habitual y sugiere en el imaginario del viajero una situación relajada sin los problemas y las preocupaciones de la vida cotidiana. También la segunda colocación, “spiagge vergini”, es típica del lenguaje turístico y traslada la imagen de las playas del Caribe en un contexto europeo. Además, si la expresión “spiagge selvagge” puede evocar en la imaginación del viajero italiano una imagen de desorden y dificultad, la expresión “spiagge vergini”, dado que ha entrado en la terminología turística con un significado y un valor connotativo preciso, sugiere una imagen de tranquilidad y paisajes paradisíacos. El último ejemplo utiliza otra expresión que ha entrado en el lenguaje común con un significado preciso. La colocación

“dolce metà” puede ser trasladada al español por “media naranja” e indica no solo una parte de la pareja, sino la persona que nos completa totalmente. El diccionario Treccani afirma: “*la tua m., la sua m., con l’amata m., la dolce m., e sim. (quasi a dire che i due coniugi sono così uniti dall’amore da formare insieme una persona, uno spirito solo)*”<sup>83</sup>. Esta colocación evoca una imagen muy fuerte en la imaginación del lector italiano que la relaciona con su idea de amor y de romanticismo, pero también a la literatura y a la cinematografía. Sin duda, traducir literalmente “trovare un compagno/a” no habría provocado el mismo efecto.

En los ejemplos que analicé tanto la hipótesis de Jantunen y Mauranen como la de Chesterman parecen confirmadas, aunque aparecen más casos en los que se encuentran colocaciones típicas del lenguaje turístico y de la lengua italiana en general. Creo que uno de los aspectos que puede justificar este fenómeno es el nivel de estandarización del texto: más se normaliza una traducción, más colocaciones típicas se encontrarán. Además, investigué los casos en los que en el texto meta se añadieron colocaciones que en el texto original no estaban presentes. Una posible explicación puede ser en el género textual que decidí analizar. Como ya he afirmado, la finalidad de los textos turísticos es vender un servicio y, por lo tanto, atraer al consumidor. Para alcanzar este objetivo se intenta crear, a través de las colocaciones, un estilo alegre y coloquial que permite recrear virtualmente una relación de complicidad entre el patrocinador y el turista.

### 3.6 *Los realia*

En su ensayo, Calvi define los *realia* como los términos que pertenecen exclusivamente a una lengua y a su cultura<sup>84</sup>. Estos términos, que marcan culturalmente el texto, pueden ser relacionados de algún modo al concepto de *unique terms* analizado en las investigaciones más recientes por algunos

---

83 <http://www.treccani.it/vocabolario/meta/>

84 Calvi (2010: 204)

investigadores que han tratado el tema de los universales de la traducción<sup>85</sup>. En estas investigaciones se afirma que el uso de los *unique items* propios de una lengua, en otras palabras aquellos términos que no existen y no tienen un equivalente en la LM, es menor en las traducciones con respecto a su uso en los textos originales. Es decir, que si se compara un corpus paralelo el número de *unique items* será mayor en el TO, mientras que en el TM se encontrarán estructuras más similares a las de la LO. En cambio, los *realia* o *culturemas* constituyen uno de los aspectos que más caracteriza un texto turístico de cualquier tipo. Creo que el número mayor de *realia* (o *unique items* si se quiere adoptar la terminología de los universales de la traducción) en las traducciones de este tipo es el resultado de las finalidades que estos textos tienen. De hecho, la presencia de los *realia* actúa en dos sentidos. En primer lugar, el uso de los *realia* permite aportar la ilusión del extranjero, del lejano y del exótico al texto. El lector está transportado en un mundo y en una cultura diferente de la suya. De este modo, los portales turísticos, pero también todo el material de promoción, intentan ofrecer al posible viajero un viaje virtual en el que se muestran las experiencias propuestas. En segundo lugar, a través de la inclusión de los *realia* a lo largo del texto, el turista puede familiarizarse con algunos de los términos y conceptos que encontrará durante sus vacaciones.

En mi corpus los *relia* pueden ser divididos en dos maneras distintas: por un lado, se pueden clasificar por su campo semántico, por el otro, por el nivel de explicitación de su significado en la traducción. En el primer caso (y es la modalidad que adopto en mi análisis), las categorías son tres: arquitectura, cultura general y cocina. En el segundo caso (ya analizado en el capítulo 3.1) se dividen los términos a partir de la técnica de explicitación utilizada por el traductor, es decir, las notas del traductor mismo, así como las explicaciones entre paréntesis.

---

85 Véase los ensayos de Eskola y Tirkkonen-Condit en (eds) Mauranen, Kujamäki (2004)

Aunque la historia de España e Italia se entrelazó muchas veces a lo largo de los siglos, las dos culturas son muy diferentes entre sí, así como diferentes son sus estilos arquitectónicos.

<i>Madrid: El Madrid islámico y medieval (ES-MAI)</i>	<i>Madrid: La Madrid medioevale (IT-MAI)</i>
En la Calle Mayor, al lado del Instituto Italiano de Cultura, en el mismo lugar donde después se construiría la Iglesia de Santa María, de la que hoy podemos ver <b>algunos restos</b> , estuvo la Mezquita Mayor de la ciudad y seguramente alrededor, como era habitual en las ciudades islámicas, el <b>zoco</b> .	Nella Calle Mayor, accanto all’Istituto Italiano di Cultura, nello stesso luogo in cui successivamente si sarebbe costruita la Chiesa di Santa Maria, della quale oggi possiamo ammirare <b>alcuni ruderi</b> , c’era la Moschea Maggiore della città e certamente nei pressi, come era normale nelle città islamiche, il <b>mercato</b> .

En este caso, la palabra “zoco” no es un *realia* en sentido estricto, pero es un término que tiene un fuerte significado connotativo y evocador. De hecho, el diccionario de la RAE define el lema: “en Marruecos, mercado”<sup>86</sup>. Por lo tanto, la referencia al mundo árabe es fundamental, así como la atmósfera que se intenta crear. No tenemos que olvidar que España fue dominada por los almorávides y por los almohades, dos poblaciones procedentes del Norte de África, durante ocho siglos y algunos restos y monumentos, sobre todo en el Sur de la Península, se pueden visitar aún hoy. Sin duda, la traducción italiana “mercato” es correcta desde el punto de vista de la sinonimia, pero no todos sus rasgos connotativos se trasladan. El término italiano “mercato” no permite relacionar el lugar descrito en el texto con el mundo oriental musulmán. Creo que una posible solución es traducir la palabra “zoco” por “bazar” que el Treccani indica ser un

mercato caratteristico dei paesi dell’Oriente musulmano e dell’Africa settentr. in cui si concentrano in genere tutti gli affari della città, oppure quelli relativi a determinati prodotti: si tratta di piazze, gruppi di vie o anche

<sup>86</sup> <https://dle.rae.es/zoco?m=form>

interi quartieri, dall'aspetto vivace e caratteristico, dove si radunano, in locali per lo più coperti e sopraelevati sul suolo, le varie botteghe.<sup>87</sup>

Aunque la palabra no es de origen italiana, y tampoco de origen occidental, ha entrado en el lenguaje cotidiano y, además, evoca las atmósferas típicas del mundo árabe y de sus característicos mercados famosos en todo el mundo.

<i>Madrid: El Madrid de los Austrias (ES-MA2)</i>	<i>Madrid: La Madrid degli Austrias (IT-MA2)</i>
<b>Oculto</b> en el <b>Alcázar</b> , el rey pocas veces se dejaba ver en público.	<b>Chiuso</b> nella <b>fortezza</b> , il re raramente si faceva vedere in pubblico.

En este caso, los significados connotativos y la imagen ideal que los dos términos representan son diferentes en las dos culturas. En primer lugar, las dos definiciones proporcionadas por los dos diccionarios no son completamente iguales. De hecho, en la segunda entrada el DRAE afirma que el “alcázar” puede ser una “casa real o habitación del príncipe, esté o no fortificada”<sup>88</sup>, mientras que el Treccani subraya la presencia de las murallas<sup>89</sup>. Además, es suficiente una búsqueda rápida en *Google* para darse cuenta de cómo los dos términos representan construcciones totalmente diferentes. Si el “alcazár” es un edificio, a veces muy elegante, construido en el centro de las ciudades, las “fortezze” son edificios austeros cuya finalidad era la defensa y, por lo tanto, estaban edificados, en general, fuera de las ciudades y cerca de los sitios de importancia estratégica. Es muy probable que un turista italiano leyendo el texto propuesto por la página web la ciudad de Madrid se imagine una construcción similar a Castel del Monte en Puglia. Aunque los dos términos no son perfectamente equivalentes, en este caso esta traducción puede ser adecuada teniendo en cuenta el contexto. De hecho, el texto explica, algunas líneas más adelante, que la Madrid del siglo XVI era una ciudad sobria y caracterizada por la humildad de sus edificios y palacios.

87 <http://www.treccani.it/vocabolario/bazar/>

88 <https://dle.rae.es/alc%C3%A1zar?m=form>

89 <http://www.treccani.it/vocabolario/fortezza/>

Además, creo que el uso de la palabra “fortezza” puede ayudar al viajero a distinguir el antiguo alcázar de Madrid del más famoso alcázar de Sevilla.

<i>Madrid: La Casa Encendida (ES-MA19)</i>	<i>Madrid: La Casa Encendida (IT-MA19)</i>
Las expresiones artísticas más vanguardistas <b>confluyen</b> en este edificio <b>neomudéjar</b> de Lavapiés.	Le espressioni artistiche più all'avanguardia <b>riunite</b> in questo edificio <b>neomudéjar</b> a Lavapiés.

<i>Sevilla: C�eramica (ES-SE6)</i>	<i>Siviglia: Ceramica (IT-SE6)</i>
Posteriormente, <b>el mudéjar</b> adoptó técnicas orientales que <b>constituyeron</b> la base del estilo local. De este modo, comenzaron a realizarse mosaicos y <b>azulejos</b> , predominando las obras pintadas a mano con motivos populares.	In seguito, <b>lo stile mudéjar</b> adott� tecniche orientali che <b>andarono a rappresentare</b> la base dello stile locale. In questo modo iniziarono a realizzarsi mosaici e <b>azulejos</b> , con la predominanza delle opere dipinte a mano con motivi popolari.

No todos los turistas italianos, sobre todo quien viaja a España acercándose a su cultura y a sus tradiciones por primera vez, conoce y sabe qué son los estilos mudéjar y neomudéjar. Además, no existe un equivalente en la tradición artística y arquitectónica italiana. De hecho, los dos estilos se caracterizan por la combinación de elementos  rabes y elementos típicos del arte cristina. Para favorecer la comprensión del lector meta y para darle una idea de lo que admirar  durante su viaje los promotores de la página web, tanto de Madrid como de Sevilla, utilizan las estrategias que el género textual turístico y, en particular modo, la herramienta informática ofrecen: es decir, proporciona al internauta algunas imágenes que representan lo que está escrito en el texto. Por lo demás, el traductor de la web de Sevilla añade una amplificación introduciendo el sustantivo “stile” que precisa el término “mudéjar”. Lo mismo pasa con la palabra “azulejos” aunque es una técnica más conocida también en Italia y los

productos de estos artesanos se importan en todo el mundo. Es interesante notar que tanto el término “mudéjar” como “azulejo” se encuentran en el Treccani.

Otro grupo de *realia* es el que pertenece al contexto literario o cultural-artístico.

<i>Madrid: Plaza Mayor (ES-MA24)</i>	<i>Madrid: Plaza Mayor (IT-MA24)</i>
Antes de que Madrid fuese una capital de grandes avenidas y bulevares, su mapa lo conformaban pequeñas calles y pasadizos, que hoy nos trasladan a tiempos de espadachines y <b>pícaros</b> .	Prima che Madrid divenisse una capitale con grandi viali e boulevard, la sua mappa era formata da vicoli e corridoi che oggi ci trasportano ai tempi degli spadaccini e dei <b>pícaros</b> .

<i>Galicia: Santuarios literarios (ES-GA5)</i>	<i>Galizia: Santuari letterari (IT-GA5)</i>
<b>Buena prueba de esto</b> es el hecho de que a la romería del Nazareno ya asistía el escritor conocido como el padre del <b>esperpento</b> , Ramón María del Valle-Inclán, quien vivió varios años en la villa.	<b>Ne è prova</b> il fatto che la processione del Nazareno accompagnava già lo scrittore conosciuto come il padre dell' <b>Esperpento (stile letterario ricco di aspetti grotteschi)</b> , Ramón María del Valle-Inclán, che visse diversi anni in questa località.

En estos dos ejemplos, los traductores resuelven el problema de los *realia* de modo muy diferente. Otra vez más, no existe un equivalente en la tradición cultural o literaria italiana de los dos términos españoles, pero algunas informaciones se pueden encontrar en el Treccani tanto en su diccionario como en su enciclopedia. Con respecto a “pícaro” el diccionario italiano explica que, aunque en Francia y en Alemania el género picaresco tuvo mucho éxito y nacieron nuevas obras literarias inspirada por este, en Italia su difusión se limitó a algunas traducciones<sup>90</sup>. El traductor de la web de Madrid decidió señalar en cursiva la presencia del *realia* sin añadir ninguna explicación. Desde el contexto el turista meta puede comprender algo, sin duda comprende que es un término

90 [http://www.treccani.it/enciclopedia/letteratura-picaresca\\_%28Enciclopedia-Italiana%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/letteratura-picaresca_%28Enciclopedia-Italiana%29/)

que se relaciona de algún modo con la idea de los espadachines y de la época en la que vivieron, pero se asigna a este último la tarea de buscar informaciones más detalladas. En cambio, el traductor de la página web de Galicia prefiere ofrecer la explicación entre paréntesis del *culturema* favoreciendo su lector. Si tenemos en cuenta que los textos se encuentran en unas páginas web de promoción turística y que los internautas que las consultan quieren encontrar informaciones precisas y, al mismo tiempo, ahorrar tiempo, creo que la solución de Galicia es la más adecuada para las características del medio de comunicación utilizado.

<i>Gran Canaria: Los antiguos canarios (ES-GC7)</i>	<i>Gran Canaria: Cultura Aborigena (IT-GC7)</i>
<p><b>Trabajaban</b> la cestería, <b>la cantería y la madera. Hacían</b> cuchillos, <b>trabajaban el hilado</b> y decoraban con figuras geométricas las paredes de las cuevas o las llamadas <b>pintaderas</b>. [...]</p> <p>En Gran Canaria <b>hallará</b> una amplia representación del arte aborigen <b>de Canarias</b>, de sus pinturas de motivos geométricos, a base de cuadrados, triángulos y círculos en colores rojizos, ocre y blancos. En todas las islas tropezará <b>con el sello</b> de los antiguos canarios <b>y con las leyendas que los envuelven, con su halo de misterio.</b></p>	<p><b>Inoltre, costruivano</b> ceste, <b>oggetti in pietra e legno</b>, coltelli e decoravano le pareti delle grotte con figure geometriche o con le <b>“pintaderas”</b> (N.d.T. <b>Timbri realizzati in terracotta o legno raffiguranti decorazioni geometriche</b>). [...]</p> <p>A Gran Canaria l’arte aborigena <b>ha lasciato un segno distintivo, specialmente</b> con le pitture di motivi geometrici, con quadrati, triangoli e cerchi color rossiccio, ocre e bianco. In tutte le isole <b>Canarie</b> troverai le <b>“pintaderas”</b>, i segni d’identità degli antichi Canari, <b>che sono avvolti da un alone di mistero e da molte leggende.</b></p>

En este ejemplo se nota que, además de los cambios en la estructura de las oraciones, el autor del texto y el traductor tratan el *realia* de modo distinto. De hecho, en el texto original la oración es muy ambigua y resulta muy difícil comprender qué son las pintaderas. En cambio, en la traducción al italiano se observa una atención mayor para aclarar el sentido de la frase. Para hacer esto, el

traductor añade una nota del traductor entre paréntesis, una estrategia que normalmente no se utiliza en los hipertextos. Por lo demás, en la traducción, algunas líneas más adelante, se añaden algunas informaciones sobre el *realia* y se informa al viajero que se llaman pintaderas también las figuras geométricas pintadas en las paredes de las cuevas. Esta organización del texto, que aumenta el nivel de cohesión y también el número de las repeticiones, es útil para evitar las ambigüedades que afectan el texto original.

<i>Sevilla: Moda flamenca (ES-SE8)</i>	<i>Siviglia: Moda flamenca (IT-SE8)</i>
También tienen estas cualidades sus complementos, cuya función es realzar el traje: pendientes, collares, pulseras, broches, <b>mantoncillos</b> , zapatos, flores, peinetas. [...]	E anche i suoi complementi hanno le stesse qualità: orecchini, collane, braccialetti, spille, <b>scialli</b> , scarpe, fiori, pettinini. [...]
Los <b>mantones</b> son una prenda muy utilizada en Sevilla en acontecimientos especiales.	Gli <b>scialli</b> sono un indumento molto utilizzato a Siviglia per gli eventi speciali.

Desde el punto de vista del significado los dos términos, “mantón” y “scialle”, son perfectamente equivalentes. Pero lo que cambia es la idea que tienen los dos lectores, el español y el italiano, con respecto al referente. De hecho, en este caso el contexto es fundamental. En general, un lector italiano imagina el “scialle” como una prenda, probablemente de algodón o lana, que se echa sobre los hombros para protegerse del frío. En cambio, el mantón que utilizan las bailaoras flamencas es muy ligero, para favorecer los movimientos, y decorado. En este caso, el problema no es utilizar el término equivalente en italiano, sino que encontrar un modo para que el lector meta pueda comprender el tema en su contexto correcto y pueda crear una imagen mental lo más uniforme posible a la realidad que va a descubrir durante su viaje. Para conseguir este objetivo la página web de Sevilla combina el texto con las fotografías.

Lo mismo pasa en otro texto procedente de la web de Sevilla (es decir, el texto *IT-SE12*), en el que para explicar el significado de “tablaos”, cuyo equivalente no existe en italiano, se prefiere utilizar una foto que representa los típicos locales donde se baila flamenco.

La última categoría de *realia* es la de la cocina y, en mi corpus de textos turísticos, es el grupo más grande. De hecho, hoy en día la cocina es uno de los aspectos más interesantes para el turista que busca no solo platos ricos en sabores, sino también procedentes de la tradición. Este interés se explica por el éxito que en los últimos años alcanzaron los programas televisivos que tratan el tema. Por estas razones, todas las páginas de promoción turística ofrecen listas de restaurantes y consejos para disfrutar de las especialidades locales.

Los dos ejemplos más interesantes son la web de Sevilla y la web de Galicia. En el primer caso, la ciudad andaluza dedica al tema muchos artículos cada uno de los cuales trata un aspecto diferente. Probablemente los dos más interesantes son el de las tapas y el del adobo (textos *IT-SE2* y *IT-SE9*). En ambos casos se describen dos elementos típicos de la ciudad que la caracterizan. Si para explicar que es el adobo en la traducción se utilizan pocas líneas entre paréntesis, en el caso de las tapas se escribe un párrafo entero tanto en el texto español como en el italiano. En cambio, en cada itinerario propuesto por la página web de Galicia, a lo largo de los textos, se recomiendan diferentes platos regionales. En este caso no se utilizan imagen para explicar sus ingredientes, sino que el traductor proporciona algunas explicaciones entre paréntesis.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
Abundante y consistente, el <b>cocido gallego</b> es una exaltación de la matanza y de los productos de la tierra.	Abbondante e consistente, il <b>cocido gallego (piatto a base di bollito misto e legumi)</b> è un'esaltazione del processo di macellazione e dei prodotti della terra.

Un caso interesante se encuentra en la página web de Sevilla en su versión italiana donde el término “judería” se mantiene escrito en español también en el texto meta.

<i>Sevilla: Leyendas y laberintos de Santa Cruz (ES-SE5)</i>	<i>Siviglia: Le Leggende e i Labirinti di Santa Cruz (IT-SE5)</i>
Aquí se asentaba la antigua <b>Judería</b> de Sevilla.	Qui sorgeva l'antica <b>Judería, il vecchio quartiere ebraico di Siviglia.</b>

Desde el punto de vista histórico la primera judería fue construida en Venecia a principio del siglo XVI. Sin duda a lo largo de los siglos, el término “ghetto” adoptó en la lengua italiana un significado más amplio; de hecho, en la segunda entrada del diccionario Treccani se afirma que “**2. estens. a. Quartiere in cui sono raggruppate minoranze socialmente o razzialmente escluse da una comunità.**”<sup>91</sup>. Todavía, en el lenguaje común y cotidiano cuando se utiliza la palabra “ghetto” nos referimos al barrio donde en el pasado vivían los judíos. En ciertos casos, para evitar ambigüedades se puede añadir el adjetivo y utilizar la expresión “ghetto ebraico”. Por lo tanto, en italiano existe una palabra equivalente por el término en español, pero en este contexto turístico se prefiere mantener los nombres de los monumentos o de los puntos de interés en la LO añadiendo una explicitación para aclarar el significado al turista meta que no conoce el español. Para resumir, los *realia* son unos elementos fundamentales de los textos turísticos aunque su traducción a la lengua meta plantea algunos problemas. Para solucionarlos y favorecer la comprensión del lector meta se pueden adoptar estrategias diferentes: incluir imágenes, explicaciones entre paréntesis, encargar la búsqueda de informaciones más detalladas al lector mismo o traducir por palabras más o menos equivalentes. En este último caso es muy importante que el traductor ponga su atención a todos los significados de los términos para evitar ambigüedades o malentendidos.

<sup>91</sup> <http://www.treccani.it/vocabolario/ghetto/>

### 3.7 Las repeticiones

El último aspecto que analicé son las repeticiones. Tanto Baker como Chesterman en sus *S-universal* afirman que en las traducciones se observa un número menor de repeticiones. Es opinión general que un texto bien escrito está caracterizado por la variedad léxica y por la ausencia de repeticiones que pueden dificultar la lectura. Otro aspecto que influye sobre el número de repeticiones a lo largo de un texto es el nivel de tolerancia que las diferentes lenguas tienen con respecto al tema. Por ejemplo, el inglés es una de las lenguas que las admiten con facilidad, así como, hasta cierto punto, el francés. En cambio, el italiano es una de las lenguas que difícilmente las tolera. Por supuesto, existen varias excepciones: por ejemplo, si el uso de las repeticiones es un aspecto típico y característico del estilo de un escritor o también en el caso de los hipertextos. En este corpus se notan tanto ejemplos donde las repeticiones se omiten como casos en los que se mantienen o, incluso, se añaden.

<i>Madrid: Una mañana en El Rastro (ES-MA28)</i>	<i>Madrid: Una mattina a El Rastro (IT-MA28)</i>
<b>Hay muchas opciones</b> , pero sugerimos el nombre de algunos <b>locales</b> emblemáticos, como El Capricho Extremeño (Carlos Arniches, 30), <b>un local</b> famoso por sus variadas tostas.	<b>Ci sono molte possibilità</b> , ma suggeriamo il nome di alcuni <b>locali</b> rappresentativi, come El Capricho Extremeño (Carlos Arniches, 30), famoso per il suo assortimento di crostoni ( <b>con polpo, gulas, pollo impanato, salmone affumicato, prosciutto iberico...</b> )

En este primer ejemplo, en el TM se observa una ampliación entre paréntesis que ofrece informaciones más detalladas para el turista italiano. En cambio, desde el punto de vista de las repeticiones, en la traducción se nota que la repetición de “local/locales” presente en el TO se omite. Si en el texto en español el autor

repite el sujeto de la oración después de los paréntesis que mencionan el nombre de la calle, en la versión italiana el traductor optó para el sujeto tácito en la segunda parte del enunciado.

<i>Sevilla: La Tapa: el perfecto concepto de “Foodie” (ES-SE2)</i>	<i>Siviglia: Le tapas, perfetta espressione del concetto di “foodie” (IT-SE2)</i>
¿ <b>Qué</b> son realmente <b>las tapas</b> ? <b>La tapa</b> es el corazón de nuestra cultura gastronómica: pequeños platos de especialidades <b>caseras y tradicionales</b> , o de sorprendentes creaciones de chefs; pinceladas de sabores intensos, sugerentes productos de la mayor calidad.	<b>Che cosa</b> sono davvero <b>le tapas</b> ? Sono il cuore della nostra cultura gastronomica: piccoli piatti di specialità <b>locali</b> o sorprendenti creazioni degli chef, assaggi di intensi sapori, prodotti suggestivi di altissima qualità.

También en este caso en el texto traducido se encuentra la omisión de la repetición “tapa” en favor de un sujeto omitido. En este caso, creo que el uso de la repetición es útil para subrayar el producto que la web quiere promover. Repetir muchas veces los mismos conceptos permite que los consumidores los memoricen, aunque no sea voluntariamente. Además, en la primera línea se nota un caso de variación lingüística. De hecho, en la lengua italiana “che cosa” es la estructura interrogativa más formal y estándar, mientras que “cosa” y “che” son formas más comunes de la lengua oral y más coloquiales. Por lo demás, el uso de las tres expresiones cambia en función de las zonas geográficas: es decir, que no se utiliza la misma estructura en cualquier región de Italia. Por lo tanto, nos enfrentamos tanto a una variación diafásica como diatópica.

<i>Sevilla: Leyendas y laberintos de Santa Cruz (ES-SE5)</i>	<i>Siviglia: Le leggende e i labirinti di Santa Cruz (IT-SE5)</i>
El Barrio de Santa Cruz se extiende junto a los Reales Alcázares, en una de las zonas más antiguas de la <b>ciudad</b> . [...]	Il Barrio de Santa Cruz si estende, insieme ai Reales Alcázares, in una delle zone più antiche della <b>città</b> . [...]

En el Barrio de Santa Cruz <b>está</b> la calle más estrecha de la <b>ciudad: la popularmente conocida</b> como Calle de los Besos... <b>¿por qué será?</b>	Nel Barrio de Santa Cruz <b>si trova</b> la via più stretta di tutta <b>Siviglia, nota</b> come la Calle de los Besos... <b>chissà perché?</b>
---	--

Además de la comprensión lingüística (“la popularmente conocida” se traduce por “nota”), en la traducción se observa el uso del nombre “Siviglia” en cambio del sustantivo “ciudad” usado una línea antes. De este modo, a través de una particularización se elimina la repetición que frena la lectura sin omitir elementos gramaticales como en los casos anteriores.

<i>Gran Canaria: Jugar al Golf todo el año (ES-GC6)</i>	<i>Gran Canaria: Giocare a golf tutto l'anno (IT-GC6)</i>
La isla ofrece 7 campos muy diversos, <b>en un radio muy pequeño. 7 campos muy diferentes</b> , todos a tiro de piedra.	L'isola offre 7 campi molto diversi tra di loro, tutti a portata di mano.

Si en los ejemplos anteriores para eliminar las repeticiones los traductores adoptaron estrategias diferentes (el sujeto tácito y los sinónimos), en este caso cambia la estructura de la oración conectando dos frases que en el texto original estaban separadas por el punto. Uno de los aspectos que tenemos que considerar durante el análisis es el estilo del texto: como ya he afirmado en las páginas precedentes, leyendo la página web de promoción turística de Gran Canaria resulta evidente que la repetición tanto de las palabras como de los conceptos es una característica propia del texto. El autor adoptó un estilo en el que las frases muy breves y repetidas muchas veces, incluso perfectamente iguales, son aspectos típicos y distintivos. En cambio, en la versión italiana se abandonan estas características para un estilo más estándar y conforme a las normas.

Además de estos ejemplos de reducción del número de las repeticiones, notamos algunos casos en los cuales en la traducción se mantienen o aumentan, sobre todo en la web de Gran Canaria.

<i>Gran Canaria: Surf, Windsurf y Kitesurf. La adrenalina es deporte nacional (ES-GC4)</i>	<i>Gran Canaria: L'adrenalina è uno sport nazionale (IT-GC4)</i>
Y todo por culpa de esta dichosa <b>conjura</b> oceánica. La <b>conjura</b> entre el océano, el buen tiempo y los vientos alisios <b>que cubren</b> Gran Canaria. Una <b>conjura</b> marina que obliga a los que <b>vivimos</b> aquí a probar al menos una vez.	E tutto per colpa di questa fatidica <b>congiura</b> oceanica. La <b>congiura</b> tra l'oceano, il bel tempo ed i venti alisei <b>che ci sono</b> a Gran Canaria. Una <b>congiura</b> marina che obbliga chi <b>vive</b> qui a provare almeno una volta.

A lo largo de pocas líneas notamos la repetición de las palabras “conjura/congiura” en tres oraciones diferentes, una detrás de la otra, y este aspecto se mantiene en la traducción. De hecho, es uno de los pocos casos en los cuales el estilo del texto español de la web de la isla de Gran Canaria se traslada igual en la traducción al italiano. De todos modos, este estilo resulta muy coloquial y atractivo también para los turistas más jóvenes, es decir, los consumidores ideales para las escuelas de surf que la web promueve. Además, en la última línea encontramos un cambio del enfoque.

<i>Sevilla: La Bohemia Alameda (ES-SE13)</i>	<i>Siviglia: La bohemia Alameda (IT-SE13)</i>
<b>Tal es</b> el torrente artístico que <b>palpita</b> en la Alameda, que seguramente fomentará tu lado más <b>creativo</b> y, por qué no, más <b>transgresor</b> . Algo muy presente en <b>todo</b> este barrio.	Il torrente artistico che <b>scorre</b> a La Alameda è <b>così forte</b> che sicuramente stuzzicherà anche il tuo lato più <b>creativo</b> e, perché no, più <b>trasgressivo</b> . La <b>creatività</b> e la <b>trasgressione</b> sono molto presenti in questo quartiere.

Antes de todo, en este ejemplo se observa un cambio en la estructura del enunciado y también una elisión (“todo”), pero el elemento más interesante es la repetición que encontramos en el TM. Sin duda, una traducción literal, aunque correcta desde el punto de vista gramatical, no hubiera sido adecuada desde el

punto de vista estilístico. El traductor para solucionar el problema decidió repetir a través de una transposición los dos términos; de hecho, si en la primera oración se utilizan los dos adjetivos, en la segunda se convierten en sustantivos. Otra posibilidad puede ser eliminar el punto en la oración y unir las dos frases a través de una coma y un elemento de cohesión. De este modo la traducción resulta: “Il torrente artistico che scorre a La Alameda è così forte che sicuramente stuzzicherà anche il tuo lato più creativo e, perché no, più trasgressivo, due aspetti (che sono) molto presenti in questo quartiere.”

En otros casos se repiten también frases enteras.

<i>Sevilla: Moda flamenca (ES-SE8)</i>	<i>Siviglia: Moda flamenca (IT-SE8)</i>
También tienen estas <b>calidades sus complementos, cuya función es realzar el traje: pendientes, collares, pulseras, broches, mantoncillos, zapatos, flores, peinetas. [...]</b>	E anche i suoi <b>complementi hanno le stesse qualità: orecchini, collane, braccialetti, spille, scialli, scarpe, fiori, pettinini. [...]</b>
Y, por último, maravillate con todos los complementos que <b>resaltarán tu look flamenco: pendientes, collares, pulseras, broches, mantoncillos, zapatos, flores o peinetas.</b>	E infine, meravigliati con tutti i complementi che daranno risalto al tuo look flamenco: <b>orecchini, collane, braccialetti, spille, scialli, scarpe, fiori o pettinini.</b>

En este ejemplo, se nota cómo en el texto español los dos enunciados que se encuentran en el mismo texto y a pocos párrafos de distancia repiten el mismo concepto. En el TM en italiano se mantiene la enumeración de los complementos en ambas frases, pero en la primera se omite la información sobre su función para mencionarla solo en la segunda oración. Además, en este mismo ejemplo se observa la presencia de una interferencia. De hecho, la traducción al italiano más adecuada y correcta para el término “complementos” en este caso es “accessori”, palabra que en italiano pertenece al campo semántico de la ropa.

Unos casos particulares son los que tratan informaciones, sobre todo geográficas, útiles para el turista italiano que, en la mayoría de los casos, no está familiarizado con el territorio español.

<i>Galicia: El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)</i>	<i>Galizia: Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)</i>
La primera parada de este segundo día será a 1.187 metros de altitud, en el monte Faro, ya en las <b>tierras luguesas del ayuntamiento de Chantada</b> . Aquí se levanta una capilla <b>para venerar</b> a la Virgen del mismo nombre. Desde la cumbre de esta montaña, en el límite entre <b>el municipio lucense de Chantada y el pontevedrés de Rodeiro [...]</b>	La prima sosta di questa seconda giornata sarà a 1187 metri di altezza, sul <b>monte Faro, nelle terre del comune di Chantada, provincia di Lugo</b> . Qui si erge una cappella <b>costruita in onore</b> della Madonna che porta lo stesso nome. Dalla cima di questa montagna, al confine tra il <b>comune di Chantada nella provincia di Lugo, e quello di Rodeiro, provincia di Pontevedra [...]</b>

En la página web de Galicia es fundamental proporcionar al turista informaciones sobre los lugares y los municipios que encontrará durante su recorrido. Por lo tanto, repetir muchas veces los nombres de las zonas y de los puntos de referencia es importante para favorecer al turista tanto español como italiano. Lo que cambia entre los dos textos paralelos es las maneras a través de las cuales estas referencias se tratan. De hecho, observamos unas transposiciones: si en el TO se utilizan los adjetivos correspondientes a los nombres de las ciudades y de los ayuntamientos, en la lengua italiana estos adjetivos no existen y no se pueden traducir, por lo tanto el traductor adopta los sustantivos correspondientes.

Cuando se analiza la presencia de las repeticiones en cualquier tipo de texto tenemos que considerar dos aspectos esenciales: por un lado, el estilo del autor y del texto, por el otro lado, las características del medio de comunicación que estamos tratando. Muchas veces estos dos aspectos se entrelazan entre sí y aún más en los hipertextos. Como ya he observado en las páginas anteriores, en mi

corpus la página web en lengua española de Gran Canaria tiene un estilo propio que se pierde en la traducción italiana que resulta más estándar. En su ensayo *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*<sup>92</sup> Eco afirma que es tarea del traductor ser fiel a las intenciones del autor y al ritmo de su texto. Sin duda, el uso de las repeticiones, de las frases muy breves y de la puntuación fuerte son estrategias para crear un efecto preciso. Con respecto al segundo aspecto, es decir, los textos en la web, estos tienen características específicas. Cada texto, aunque sea procedente de la misma página web, es autónomo con respecto a los otros. En Internet es el internauta quien decide qué artículos leer y cuáles ignorar, así como puede decidir con qué orden consultarlos. Además, el lector puede leer todo el texto o solo los párrafos que suscitan su interés. Si en los libros la lectura es lineal, en la web esta actividad es mucho más dinámica. Desde esta perspectiva las repeticiones son una estrategia eficaz para ofrecer las informaciones más importantes sin correr el riesgo que se pierdan. Al mismo tiempo, en los textos turísticos que pertenecen de algún modo al género de los textos publicitarios, las repeticiones pueden ser una técnica de comercialización: repetir varias veces el nombre de un museo, de un restaurante o de un plato típico regional condiciona al turista que los memoriza aunque de modo involuntario.

---

92 Eco (2012)



## Conclusión

A lo largo de mi análisis analicé cinco páginas web de promoción turística y sus traducciones correspondientes para investigar los universales de la traducción teorizados por Baker. Sin duda, el corpus que examiné no es suficiente para encontrar una respuesta definitiva a las preguntas que los investigadores se plantean desde los años noventa, pero me permitió formarme una opinión sobre el tema.

La primera hipótesis de Baker afirma que las traducciones resultan más explícitas con respecto a los TO<sup>93</sup>, aspecto que causa un aumento en la longitud de las traducciones<sup>94</sup>. En el caso de mi corpus esta afirmación parece desmentida; de hecho, la traducción al italiano resulta mucho más breve. La diferencia entre las dos versiones de los portales turísticos es evidente comparando tanto el número de las palabras que componen cada página web como el total de las palabras que forman todo el corpus. En este segundo caso notamos que se cuentan más de dos mil palabras de diferencia entre los TO y los TM. Como hemos observado a lo largo del análisis uno de los motivos que justifican esta diferencia es la omisión de algunas oraciones en las traducciones. Los textos de promoción turística en la web son muy dinámicos y cada día se pueden añadir informaciones nuevas; por lo tanto, resulta más práctico, desde el punto de vista económico, eliminar de la traducción las noticias que en poco tiempo se quedarán en obsoletas. Otro aspecto que influye sobre el tipo de informaciones que la web proporciona es el destinatario. El turista español es diferente del turista italiano y los portales turísticos adaptan los contenidos de sus páginas y de sus artículos a los deseos del lector.

En el capítulo 3.2 he investigado el universal de la explicitación a través de la coherencia del texto. Desde el punto de vista del diseño de las páginas no

---

93 Baker (1993: 243)

94 Mahadi, Vaezian, Akbari (2010: 42)

encontré ninguna diferencia. De hecho, tanto las páginas en español como las que están en italiano utilizan las mismas imágenes relacionadas con el texto del mismo modo. En cambio, desde el punto de vista de la coherencia, el tema resulta más complejo. En el corpus se observan tanto ejemplos en los que el nivel aumenta en el TM como casos en los que la traducción presenta un uso menor de los marcadores discursivos u otras estrategias para favorecer la coherencia del texto. Además, cada página web tiene traductores diferentes que actúan de modo autónomo, por lo tanto, no observamos unas normas generales y comunes que regulan el proceso. Sin duda, a lo largo de los textos se encuentran varias explicitaciones pero no ocurren de forma sistemática. No tenemos que olvidar que Baker teorizó los universales de la traducción analizando textos literarios de diferentes tipos, mientras que mi corpus está compuesto por textos turísticos cuya finalidad es diferente. En mi caso, las páginas web de turismo tienen como objetivo un beneficio económico para la ciudad o la región que promueven, por lo tanto, es fundamental responder a las expectativas de los consumidores proporcionándoles las informaciones adecuadas y más interesantes. Cuando un traductor explicita algo, esta explicitación tiene que ser funcional a la intención del texto o a la comprensión del lector: si las anécdotas resultan superfluas se eliminan. Otro factor es el modelo de “lector ideal” al que el traductor se dirige. Como hemos visto tratando los *realia* el nivel de explicitación aumenta o disminuyen en función del tipo de viajero que consulta las páginas: si en algunos casos, se explicaba cada *culturema* a través de las imágenes o de los comentarios entre paréntesis, en otros casos era tarea del turista buscar informaciones más detalladas. Lo mismo ocurre con otros tipos de noticias, por ejemplos los nombres de los pintores cuyas obras están expuestas en un museo, que pueden interesar al “lector ideal” tanto en un idioma como en el otro.

A continuación he examinado las leyes de la estandarización creciente y de la interferencia de Toury<sup>95</sup>. En este caso las dos hipótesis parecen confirmadas. Con respecto a la ley de estandarización creciente notamos que algunas características

---

95 Toury (2010: 303-304, 310)

típicas de la lengua española se eliminan en la traducción al italiano, para adoptar formas gramaticales y estructuras de la frase más comunes en la LM. La página web de Gran Canaria resulta la web más afectada por esta ley. El estilo tan particular propio de la página se modifica en la traducción: se utilizan frases más largas, se respetan las normas de la puntuación y se omiten muchas de las repeticiones. De todos modos, también en los otros portales de promoción turística se observan ejemplos de normalización tanto desde el punto de vista gramatical como desde el punto de vista léxico. Si en un primer momento Baker excluye de la teoría de los universales de la traducción la interferencia, a lo largo de los años los investigadores han prestado cada vez más atención a este fenómeno. En este corpus que compara textos en español y en italiano es evidente cómo la LO influye en la LM. En particular, la página web de la ciudad de Santiago de Compostela cuenta el número más alto de casos de interferencia, pero también en las otras páginas se encuentran varios ejemplos. El español y el italiano son lenguas que no solo proceden de la misma familia lingüística, sino que se entrelazaron a lo largo de los siglos. Por lo tanto, tanto sus estructuras gramaticales como su léxico y su ortografía resultan similares. Los casos de interferencia más evidentes afectan exactamente estos tres aspectos. Además cada traductor, sobre todo si trabaja con dos idiomas que comparten muchos elementos como en el caso de las lenguas romances, tiene que prestar atención a los “falsos amigos”. A veces el cambio de una proposición o el mantenimiento de un término pueden cambiar totalmente el sentido de un enunciado en la LM. Las lenguas evolucionan cada día, por lo tanto, es tarea del traductor mantenerse actualizado de modo que no resulte obsoleto en el estilo y que no utilice términos que han cambiado de significado o hayan caído.

En el capítulo 3.4 se analiza la variación lingüística. También en este caso se han notado ejemplos de variación diacrónica, así como de variación diafásica y diastrática. Por lo demás, en el TO en lengua española se observa una inclusión mayor del lector a través del “nosotros participativo”<sup>96</sup> que pone en contacto el

---

96 Calvi, Bordonaba Zabalza, Mapelli, Santos López (2010: 210)

autor y el destinatario, pero también algunos casos en los cuales la organización patrocinadora se dirige directamente al turista a través del pronombre de segunda persona singular “tú”. En cambio, en la traducción al italiano, aunque se encuentran fenómenos similares, en la mayoría de los casos se prefiere el uso de las formas impersonales típicas de la lengua italiana más estándar.

Otro aspecto que he investigado es el uso de las colocaciones. Otra vez más, nos enfrentamos a la falta de unas normas comunes. En el corpus encontramos tanto colocaciones habituales como colocaciones mucho más atípicas en la lengua italiana. Cada traductor en cada página de promoción turística y en cada oración actúa de modo diferente según sus conocimientos, sus habilidades, pero también en función del mensaje del texto y de su objetivo. De todos modos, aunque en los casos en los que nos observamos el uso de colocaciones inusuales, estas estructuras son cada vez comprensibles para el lector meta y en ningún caso impiden la comprensión de la frase.

El tema de los *realia* es uno de los aspectos más importantes de un texto turístico de cualquier tipo, tanto electrónico como en formato papel. El uso de los términos específicos de una cultura y de una lengua permite crear en el texto un efecto de extrajerización. Por lo tanto, se puede notar un uso muy amplio de los *culturemas*. Estos términos típicos, que son muy difíciles si no imposible trasladar en la LM, los he comparado a los *unique items* de la teoría de los universales de la traducción. Como he afirmado algunas líneas antes comentando la explicitación, en este caso los traductores adoptaron estrategias diferentes: buscaron sinónimos en italiano para dar una idea del asunto al turista meta, utilizaron paréntesis e imágenes para aclarar el significado de los *realia* o, en algunos casos, encargaron al turista la búsqueda probablemente para estimular su curiosidad.

El último elemento que he tratado es la omisión de las repeticiones. Como para todos los otros aspectos los resultados del análisis son diferentes. Sin duda, se nota que los nombres de las ciudades o de los puntos de interés se repiten muchas veces y se mantienen en las traducciones, pero este fenómeno está

relacionado con las estrategias de comercialización más comunes. La página en la que observamos en mayor número de repeticiones es Gran Canaria. De este modo en el TO en español se caracteriza el estilo del texto y es evidente que repetir palabras y también oraciones enteras fue una decisión voluntaria para alcanzar un objetivo preciso. El estilo es fragmentario y rápido, pero en general resulta divertido y agradable. En la traducción al italiano esta característica se omite. El traductor prefirió un estilo más estándar quitando las repeticiones y alargando las frases. De todos modos, tanto en la página de promoción turística de Gran Canaria como en las de Madrid, Sevilla, Santiago de Compostela y Galicia se encuentran todavía a lo largo de los TM varios ejemplos de repeticiones.

En un contexto más general, el análisis de los universales de la traducción en este corpus ha subrayado que los diferentes fenómenos no solo se pueden superponer entre sí, sino que incluso no existe para algunos de ellos una definición única y sin ambigüedades. En el primer caso, se nota que para evitar las repeticiones se cambia la estructura de la frase utilizando técnicas de normalización o cohesión y, en este modo, modificando la longitud de la oración. Lo mismo puede pasar a través de las colocaciones o de los *realia*: el traductor puede utilizar una colocación más estándar o explicitar algunas informaciones para explicar un término cultural que no puede ser trasladado en la cultura meta. Por lo tanto, es evidente que los universales se mezclan e influyen entre sí actuando simultáneamente. En el segundo caso, durante el análisis tenemos que tener en cuenta también las características del investigador: su nacionalidad, sus experiencias pasadas, su género, su edad, sus estudios anteriores son factores que pueden influir en sus conclusiones. Por citar solo un ejemplo, la edad puede alterar el concepto de estandarización: distintas generaciones tienen una idea diferente de lo que se puede considerar estándar. Entonces, un investigador de mi generación puede considerar el término “stendardo” una palabra obsoleta, mientras que alguien de la generación anterior puede juzgarla habitual. De hecho, todas las lenguas evolucionan cada día y nociones como la estandarización, la

interferencia y la explicitación se transforman y desarrollan a través de estos cambios.

Además, a lo largo del análisis se observa que los diferentes universales no ocurren de modo regular y previsible. Cada portal de promoción turística, cada texto, cada párrafo es autónomo y no está afectado por normas categóricas. Por el contrario, observamos diferencias marcadas entre las distintas páginas web tanto del punto de vista del número de los universales presentes como desde el punto de vista del tipo. Por ejemplo, en la web de Santiago de Compostela observamos muchos casos de interferencia y ningún aumento en el nivel de cohesión, en cambio en el portal de Madrid notamos lo contrario: el nivel de cohesión aumenta, mientras que la interferencia disminuye.

Teniendo todo esto en cuenta, tengo que estar de acuerdo con los resultados de las últimas investigaciones. De hecho, el término “universal de la traducción” es una definición demasiado fuerte y radical. Los diferentes fenómenos no ocurren de modo riguroso y sistemático ni parece que existan normas universales que se aplican de manera regular. El tipo de texto y su finalidad, el traductor y sus características, el arquetipo del destinatario son aspectos que tienen un efecto sobre el tema. En mi opinión, y muchos otros investigadores lo afirman, es más correcto hablar de tendencias de la traducción; es decir, afirmar que estos elementos existen y afectan a las traducciones, pero al mismo tiempo su presencia está condicionada por otros factores externos al proceso traductivo en sí. En mi caso, es decir, los textos turísticos, el objetivo comercial es el elemento predominante que influye sobre todos los otros aspectos.

Sin duda, traducir es una actividad compleja realizada todavía por los seres humanos, aunque en las últimas décadas se han desarrollado, y se sigue haciéndolo, herramientas informáticas cada vez más eficaces y precisas que intentan imitar la actividad cognitiva de los individuos. Sin embargo, el proceso traductivo sigue necesitando del control del ser humano implicando la existencia de la variedad. Cada traductor y cada revisor es único y actúa de modo original según su experiencia profesional y personal. Creo que solo en el momento en el

que la traducción sea una actividad efectuada en su totalidad por los ordenadores a través de códigos informáticos y de reglas inviolables, será posible utilizar en su real sentido el término “universal”.



## Apéndice

Corpus español	Corpus italiano
El Madrid islámico y medieval (ES-MA1)	La Madrid medioevale (IT-MA1)
El Madrid de los Austrias (ES-MA2)	La Madrid degli Austrias (IT-MA2)
El Madrid de los Borbones (ES-MA3)	La Madrid dei Borboni (IT-MA3)
La Movida madrileña (ES-MA4)	La Movida madrileña (IT-MA4)
Paseo del Arte (ES-MA5)	Paseo del Arte (IT-MA5)
Museo del Prado (ES-MA6)	Museo del Prado (IT-MA6)
Museo Nacional Thyssen-Bornemisza (ES-MA7)	Museo Nazionale Thyssen-Bornemisza (IT-MA7)
El Museo Reina Sofía (ES-MA8)	Museo Reina Sofía (IT-MA8)
Museo Arqueológico Nacional (ES-MA9)	Museo Archeologico Nazionale (IT-MA9)
Fundación Mapfre. Sala Recoletos (ES-MA10)	Fundación Mapfre. Sala Recoletos (IT-MA10)
Casa de América (ES-MA11)	Casa América (IT-MA11)
Centro Centro (ES-MA12)	CentroCentro (IT-MA12)
Museo Naval (ES-MA13)	Museo Naval (IT-MA13)
Museo Nacional de Artes Decorativas (ES-MA14)	Museo Nacional de Arte Decorativas (IT-MA14)
Real Jardín Botánico (ES-MA15)	Giardino Botanico Reale (IT-MA15)
CaixaForum Madrid (ES-MA16)	CaixaForum Madrid (IT-MA16)
Real Observatorio de Madrid (ES-MA17)	Osservatorio Reale di Madrid (IT-MA17)
Teatro Circo Prince (ES-MA18)	Teatro Circo Prince (IT-MA18)
La Casa Encendida (ES-MA19)	La Casa Encendida (IT-MA19)
Biblioteca Nacional (ES-MA20)	La Biblioteca Nazionale (IT-MA20)
Palacio Real (ES-MA21)	Palazzo Reale (IT-MA21)
Parque de El Retiro (ES-MA22)	Parco del Retiro (IT-MA22)
Estadio Santiago Bernabéu (ES-MA23)	Stadio Santiago Bernabéu (IT-MA23)
Plaza Mayor (ES-MA24)	Plaza Mayor (IT-MA24)
Puerta del Sol (ES-MA25)	Puerta del Sol (IT-MA25)
Fuente de Cibeles (ES-MA26)	Fontana di Cibele (IT-MA26)
Puerta de Alcalá (ES-MA27)	Porta di Alcalá (IT-MA27)
Una mañana en El Rastro (ES-MA28)	Una mattina a El Rastro (IT-MA28)
Clima de Madrid (ES-MA29)	Clima di Madrid (IT-MA29)
Real Alcázar, el palacio de los Reyes (ES-SE1)	Il Real Alcázar, Il Palazzo dei Re (IT-SE1)
La Tapa: el perfecto concepto de “Foodie” (ES-SE2)	Le tapas, perfetta espressione del concetto di “foodie” (IT-SE2)
Bécquer, poesía y misterio (ES-SE3)	Bécquer, Poesia e Mistero (IT-SE3)
Una ciudad para las bicis (ES-SE4)	Una città per le bici (IT-SE4)
Leyendas y laberintos de Santa Cruz (ES-SE5)	Le Leggende e i Labirinti di Santa Cruz (IT-SE5)
Cerámica (ES-SE6)	Ceramica (IT-SE6)
Guitarra española (ES-SE7)	Chitarra spagnola (IT-SE7)
Moda flamenca (ES-SE8)	Moda flamenca (IT-SE8)
El adobo y el “pescaíto” frito (ES-SE9)	L’adobo e il “pescaíto” fritto (IT-SE9)

La mejor cerveza para tomar al sol (ES-SE10)	La migliore birra contro il caldo (IT-SE10)
El Río y el Arenal (ES-SE11)	Il fiume e El Arenal (IT-SE11)
Noche de copas por el centro (ES-SE12)	Bere qualcosa in centro (IT-SE12)
La Bohemia Alameda (ES-SE13)	La bohemia Alameda (IT-SE13)
Presentación (ES-SC1)	Presentazione (IT-SC1)
Historia (ES-SC2)	Storia (IT-SC2)
La Fundación de la Ciudad (ES-SC3)	La Fondazione della Città (IT-SC3)
La Ciudad cosmopolita del Medioevo (ES-SC4)	La Città cosmopolita del Medioevo (IT-SC4)
La Ciudad renacentista (ES-SC5)	La Città rinascimentale (IT-SC5)
La Compostela barroca (ES-SC6)	La Compostela barroca (IT-SC6)
El Neoclásico (ES-SC7)	Il Neoclassico (IT-SC7)
Los siglos XIX y XX (ES-SC8)	I secoli XIX e XX (IT-SC8)
La Compostela del nuevo milenio (ES-SC9)	La Compostela del nuovo millennio (IT-SC9)
Reserva de la Biosfera (ES-GC1)	Riserva della Biosfera (IT-GC1)
Juegos del pasado, presente y futuro (ES-GC2)	Giochi del passato, presente e futuro (IT-GC2)
Maspalomas bajo el Faro (ES-GC3)	Dune sotto il faro (IT-GC3)
Surf, Windsurf y Kitesurf. La adrenalina es deporte nacional (ES-GC4)	L'adrenalina è uno sport nazionale (IT-GC4)
Relajarte y mimarte. La fórmula del Gran Descanso (ES-GC5)	La formula del Gran Riposo (IT-GC5)
Jugar al Golf todo el año (ES-GC6)	Giocare a golf tutto l'anno (IT-GC6)
Los antiguos canarios (ES-GC7)	Cultura Aborigena (IT-GC7)
Organizar eventos (ES-GC8)	Organizzare eventi (IT-GC8)
Santuarios mágicos (ES-GA1)	Santuari magici (IT-GA1)
El viaje de los tres deseos (ES-GA2)	Il viaggio dei tre desideri (IT-GA2)
El corazón de la Galicia mágica (ES-GA3)	Il cuore della Galizia magica (IT-GA3)
Milagros de agua...y aceite (ES-GA4)	Miracoli di acqua...e olio (IT-GA4)
Santuarios literarios (ES-GA5)	Santuari letterari (IT-GA5)
Ataúdes, danzas y aguas santas (ES-GA6)	Feretri, danze e acqua santa (IT-GA6)
Santuarios y viñedos (ES-GA7)	Santuari e vigneti (IT-GA7)
Santuarios atlánticos (ES-GA8)	Santuari atlantici (IT-GA8)

## Bibliografía

BAKER, M. (1993): “Corpus Linguistics and Translation Studies: Implications and Applications” en Baker, M., Francis, G., Tognini-Bonelli, E., *Text and Technology: In honour of John Sinclair*, John Benjamins, Amsterdam/Philadelphia, págs. 233-250.

BAKER, M. (1998): “Réexplorer la langue de la traduction: une approche par corpus” [en línea], *Meta journal des traducteurs*, 43, 4, págs. 480-485, [8 de octubre de 2019]. Disponible en la web: <http://www.erudit.org/revue/meta/1998/v43/n4>.

CALVI, M.V. (2014) “El lenguaje del turismo” en Calvi, M.V., Bordonaba Zabalza, C., Mapelli, G., Santos López, J., *Las lenguas de especialidad en español*, Carocci Editore, Roma, págs. 199-223.

CARDINALETTI, A., GARZONE, G. (2005): *L'italiano delle traduzioni*, Franco Angeli, Milano, págs. 7-33, 193-210.

ECO, U. (2012): *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, [e-book], Bompiani, Milano.

GARZONE, G., CARDINALETTI, A., (2004): *Lingua, mediazione linguistica e interferenza*, Franco Angeli, Milano, págs. 105-124, 167-182).

KLAUDY, K., (1998): “Explicitation” en Baker, M., *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Routledge, London/New York, págs. 80-84.

LAVIOSA, S., (1998): “The English Comparable Corpus: A Resource and a Methodology” en Bowker, L., Cronin, M., Kenny, D., Pearson J., *Unity in Diversity? Current Trends in Translation Studies*, St. Jerome, Manchester, págs. 101-112.

LAVIOSA, S. (2011): “Corpus-Based Translation Studies: Where Does It Come From? Where Is It Going?” en Kruger, A., Wallmach, K., Munday, J., *Corpus-Based Translation Studies. Research and Applications*, Bloomsbury, London/New Delhi/New York/Sydney, págs. 13-32.

MAHADI, T.S.T., VAEZIAN, H., AKBARI, M. (2010): *Corpora in Translation. A practical guide*, Peter Lang. Bern.

MAURANEN, A. (2008): “Universal Tendencies in Translation” en Aderman, G., Rogers, M., *Incorporating Corpora: The Linguist and The Translator*, Multilingual Matters LTD, Clevedon/Buffalo/Toronto. págs. 32-48.

MAURANEN, A., KUJAMÄKI, P. (2004): *Translation Universals: Do They Exist?* John Benjamins, Amsterdam.

ONDELLI, S, VIALE, M. (2010): “L’assetto dell’italiano delle traduzioni in un corpus giornalistico. Aspetti qualitativi e quantitativi” [en línea]. *Rivista internazionale di tecnica della traduzione*, 12 [ 21 de octubre de 2019]. Disponible en la web: <http://www.openstarts.units.it/handle/10077/8159>.

TOURY, G. (1995): *Descriptive Translation Studies and Beyond*, John Benjamins, Amsterdam, págs. 297-315.

## Riassunto

A partire dagli anni Novanta, nel campo dei *Translation Studies*, Mona Baker definisce per la prima volta il concetto di *universale della traduzione*. Nel suo saggio, pubblicato nel 1993, "Corpus Linguistics and Translation Studies. Implications and Application" Baker descrive gli universali come una serie di caratteristiche che si possono riscontrare nei testi tradotti, indipendentemente dalle lingue trattate, e che sono relazionate al processo di traduzione in sé. Il primo fenomeno descritto è l'esplicitazione. La ricercatrice nota, infatti, che i testi tradotti risultano più espliciti rispetto alle loro corrispondenti versioni originali. I traduttori esplicitano, sia a livello lessicale che a livello sintattico, tutti quegli elementi che se mantenuti impliciti possono compromettere la comprensione da parte del lettore in lingua di arrivo. Questo aspetto sarebbe, quindi, la causa per cui le traduzioni risultano più lunghe. Inoltre, Baker afferma che nei testi tradotti si osserva un maggiore livello di coerenza dovuto all'esplicitazione delle relazioni logiche che intercorrono tra gli enunciati. Il secondo universale della traduzione identificato da Baker è la semplificazione, cioè la tendenza a semplificare le traduzioni. Secondo questa teoria, si realizzerebbero misure che agiscono sulla lunghezza media delle frasi, sulla punteggiatura e sulla densità lessicale, ma anche si adotterebbero tecniche che permettano di disambiguare il testo di partenza in modo da facilitarne la lettura. Altri due aspetti che, secondo Baker, si possono riscontrare nei testi tradotti sono l'uso di una struttura grammaticale convenzionale, eliminando quindi le frasi agrammaticali e i falsi inizi, e la riduzione delle ripetizioni sia lessicali che grammaticali. Infine, Mona Baker teorizza la standardizzazione, cioè l'uso di una grammatica non marcata, e il "levelling out", ipotesi in base alla quale in un corpus che include traduzioni provenienti da lingue diverse, si noterebbero differenze minori per quanto riguarda la densità e la varietà lessicale, così come in termini di lunghezza media

degli enunciati, rispetto a quelle che si potrebbero individuare in un corpus formato da testi originali non tradotti.

Nel corso degli anni, molti altri ricercatori hanno analizzato e studiato il concetto di universale della traduzione, introducendo altri fenomeni oppure confutando le teorie di Baker a seconda dei risultati ottenuti dai vari studi. Nel 1995, Gideon Toury pubblica “Descriptive Translation Studies and Beyond” dove descrive la legge della standardizzazione crescente e la legge dell’interferenza. Nel primo caso, dichiara che le relazioni testuali presenti nel testo originale vengono spesso modificate, o in alcuni casi ignorate, in favore di opzioni più comuni nella lingua di arrivo. Nel secondo caso Toury sostiene che l’interferenza è un fenomeno sia negativo, quando si traducono strutture tipiche della lingua di partenza non presenti in quella d’arrivo, ma anche positivo nel momento in cui permette di sottolineare strutture che sono presenti in entrambi i sistemi linguistici. In entrambi i casi, è un fenomeno che, secondo il ricercatore, merita di essere considerato durante l’analisi in quanto costituisce una caratteristica importante dei testi tradotti. Nelle sue opere, Toury non utilizza mai il termine “universale” in quanto ritiene che le varie leggi che regolano il processo traduttivo devono essere affermate attraverso delle strutture condizionali in modo da assumere un carattere di probabilità. Un altro aspetto che è stato analizzato negli ultimi anni è il trattamento dei cosiddetti *unique items* e delle collocazioni atipiche. Per quanto riguarda gli *unique items*, Eskola e Tirkkonen-Condit attraverso i loro studi sui corpus delle traduzioni inglese-finlandese hanno affermato che si nota una scarsa rappresentazione di questi elementi, in favore di strutture più vicine a quelle della lingua di partenza. Nel caso delle collocazioni atipiche, si è osservato che nelle traduzioni queste sono molto presenti in quanto tendono a riprodurre quelle individuate nei testi di partenza.

Queste ultime due caratteristiche sembrano confutare in parte alcune delle teorie descritte da Baker all’inizio degli anni Novanta. Senza dubbio, molte altre ricerche, svolte nel corso degli anni, hanno portato a risultati a volte molto contraddittori tra loro portando i ricercatori a interrogarsi nuovamente sulle

affermazioni di Baker. Uno degli aspetti su cui sembra esserci maggior consenso è l'importanza del contesto in cui vengono svolte le traduzioni. Nel processo traduttivo non intervengono solo fattori linguistici, ma anche extralinguistici che devono essere considerati. Il tipo di lingue trattate, le competenze del traduttore, il tipo di testo che si traduce, così come il tipo di lettore a cui la traduzione è rivolta, sono tutti elementi che possono influire sul prodotto finale. Per queste ragioni, molti studiosi rifiutano il termine "universale" in favore di una terminologia meno forte. Si utilizzano, quindi, termini come "legge", "norma", "tendenza".

In questa tesi si analizza un corpus parallelo (cioè un corpus formato da testi originali e dalle traduzioni corrispondenti) composto da testi in spagnolo e dalle loro traduzioni in italiano provenienti da cinque pagine web di promozione turistica, in particolare quelle di Madrid, Siviglia, Santiago di Compostela, Gran Canaria e Galizia. Il testo turistico è un genere testuale con caratteristiche proprie: se da un lato fornisce informazioni storiche e culturali al possibile turista, dall'altro persegue un obiettivo di tipo economico-commerciale in quanto la finalità ultima è vendere un viaggio o un servizio. In base a ciò, uno degli aspetti su cui si sofferma l'analisi è la presenza all'interno dei testi dei *realia*, cioè termini culturali appartenenti a una lingua determinata o dalle forti implicazioni territoriali, e come questi vengono riprodotti nelle traduzioni. Un altro fattore analizzato è il livello di coesione della traduzione attraverso l'uso dei connettori temporali e delle forme locative. Interessante è anche osservare il grado di implicazione del lettore all'interno del testo. Infine, si analizzano gli *S-universal* indicati da Chesterman. Quest'ultimo divide gli universali della traduzione in *S-universal* e *T-universal*. Nel primo caso, si tratta dei fenomeni che differenziano le traduzioni dai testi originali corrispondenti, i cosiddetti corpus paralleli; nel secondo caso, si descrivono gli universali che si possono osservare tra le traduzioni e i testi non tradotti in lingua d'arrivo, i corpus comparabili. Fanno parte degli *S-universal*, quindi, la lunghezza media del testo e delle frasi, la legge dell'interferenza e della standardizzazione, la

normalizzazione della varietà linguistica, l'esplicitazione, l'uso di collocazioni comuni nella lingua d'arrivo e, infine, la riduzione del numero delle ripetizioni.

Nelle ipotesi iniziali di Baker si dichiara che le traduzioni risultano più lunghe rispetto ai testi originali corrispondenti a causa dell'influenza dell'universale dell'esplicitazione. In questo corpus, questa ipotesi sembra confutata. Infatti, sia a livello generale che per quanto riguarda i singoli testi, le traduzioni in italiano risultano più corte. Lo stesso fenomeno si osserva anche per quanto riguarda la lunghezza media delle frasi. Anche in questo caso le frasi in italiano risultano più brevi rispetto a quelle originali scritte in spagnolo. Solo i portali web di Gran Canaria e Galizia sembrano sostenere le ipotesi di Baker. I motivi che giustificano questa diminuzione osservata nelle traduzioni sono vari. Senza dubbio, la morfologia e la grammatica delle due lingue possono influire sulla lunghezza media delle frasi. Anche due lingue appartenenti alla stessa famiglia linguistica, come lo spagnolo e l'italiano, possono fornire numerosi esempi, come si evince anche dal corpus analizzato. Un altro aspetto da non dimenticare è la velocità con cui le pagine web si modificano. Se la versione spagnola dei testi può essere modificata senza eccessivi costi da parte del committente, adeguare una traduzione richiede risorse aggiuntive sia in termini di tempo che di disponibilità economica. Questo si nota nel fatto che le varie traduzioni in italiano dei testi presi in esame non presentano lo stesso numero di informazioni fornite nei testi spagnoli. Le informazioni ritenute superflue, poco interessanti per il turista italiano o la cui validità prevista è breve (un esempio può essere la celebrazione del bicentenario del Museo del Prado) vengono direttamente omesse. Ciò nonostante, si possono osservare anche numerosi esempi in cui la traduzione in italiano risulta effettivamente più lunga, in accordo alle teorie di Baker. In particolar modo, questo avviene quando si è in presenza di esplicitazioni. Molto spesso, per spiegare e rendere comprensibili alcuni termini connotati culturalmente, i traduttori aggiungono dettagli e descrizioni andando, in questo modo, a influire sulla lunghezza del testo. Questo avviene soprattutto

quando ci si trova in presenza di vocaboli legati alla cucina, all'architettura e all'arte.

Un aspetto profondamente legato alla lunghezza media degli enunciati è la coerenza. Negli ipertesti un aumento nel livello di coerenza non si raggiunge solo attraverso un maggiore uso di connettori, congiunzioni e forme locative, ma anche grazie al layout della pagina. L'uso delle immagini, così come la loro correlazione con il testo, può fornire uno strumento importante per favorire la comprensione del messaggio. In questo caso particolare, ognuno dei cinque siti web organizza le informazioni sulla propria pagina in modo molto diverso. Sia il portale di promozione turistica di Madrid che quello di Santiago de Compostela presentano una schermata riassuntiva in cui figurano diversi link che, a loro volta, rinviano a pagine particolari che trattano un singolo argomento fornendo una serie di immagini nella parte alta dello schermo e, a seguire, il testo con le informazioni didascaliche. Al contrario, per quanto riguarda la pagina di Siviglia e Gran Canaria, i testi vengono alternati con le immagini. Infine, il sito web della Galizia preferisce adottare la tecnica dell'itinerario. In questo caso, ogni pagina analizzata propone un itinerario diverso preceduto da una serie di fotografie che illustrano i punti di maggiore interesse. Successivamente il testo viene suddiviso a sua volta nei giorni di percorrenza. Oltre alla disposizione del testo in sé e delle immagini, altre possibili strategie che incidono sul livello di coerenza sono l'uso del grassetto per evidenziare parole o anche intere frasi e la suddivisione dei paragrafi. Utili in questo senso, sono senza dubbio i connettori testuali. Questi ultimi non solo vengono utilizzati per dare coerenza al testo, ma anche per attirare l'attenzione del lettore e per indirizzarlo nelle sue scelte di lettura. In questo corpus, l'aspetto più evidente legato alla coerenza e all'esplicitazione è l'uso della punteggiatura. Infatti, tra i testi in lingua spagnola e le traduzioni in italiano si possono contare più di 140 casi nei quali la punteggiatura cambia. Questo fenomeno risulta particolarmente evidente nel portale turistico dell'isola di Gran Canaria: se la versione spagnola predilige frasi brevi e punteggiatura forte, la versione italiana preferisce uno stile caratterizzato da frasi più lunghe.

Per quanto riguarda la legge di standardizzazione crescente descritta da Toury, si può notare immediatamente che tra le varie pagine web studiate ci sono molte differenze. Ciò nonostante appare evidente che ci sia da parte dei traduttori un tentativo di normalizzare lo stile di scrittura e, in casi estremi come nel caso del portale di Santiago de Compostela, si adottano anche termini o costruzioni sintattiche tipiche di uno stile molto formale ed accademico. La modificazione più evidente per quanto riguarda lo stile, e che accomuna tutte le pagine web del corpus, è l'utilizzo in italiano delle forme impersonali. Infatti, se in spagnolo si può osservare l'uso del *nosotros participativo*, l'incidenza di questi casi in italiano è molto ridotta, anche se in alcuni esempi è rilevabile anche nella traduzione.

Nel caso delle lingue romanze, e in particolar modo per quanto riguarda lo spagnolo e l'italiano, il fenomeno dell'interferenza può influire in modo significativo sul testo. È di fondamentale importanza, quindi, considerare sempre le caratteristiche sintattiche, lessicali, grammaticali e morfologiche delle due lingue per non tradurre strutture tipiche da un sistema linguistico all'altro. Nel caso del sito web di promozione turistica di Santiago di Compostela, la traduzione risulta pesantemente condizionata dall'interferenza tra le due lingue. Si possono riscontrare casi di interferenza ortografica, per esempio quando le norme che regolano l'accentuazione in spagnolo vengono trasferite alla lingua italiana, ma anche esempi in cui termini appartenenti a un registro alto e formale in spagnolo, come per esempio "urbe", vengono riportati anche nella traduzione dando luogo a strutture che sono cadute in disuso nella lingua italiana contemporanea o che veicolano significati diversi. Santiago de Compostela, pur essendo il caso più evidente, non è l'unico portale in cui è possibile riscontrare casi di interferenza. Sia tra i testi di Gran Canaria che in quelli della Galizia sono presenti esempi di interferenza a livello proposizionale. Tuttavia, è necessario notare che in nessuno dei casi rilevati nel corpus l'interferenza produce forme e strutture incomprensibili al lettore italiano.

Un altro aspetto che deriva dagli *S-universal* di Chesterman è lo studio della normalizzazione della varietà linguistica. Come è già stato menzionato alcune righe prima, nei testi di arrivo si nota l'abbandono del *nosotros participativo* in favore delle forme impersonali più comuni nella lingua italiana, soprattutto quella scritta. Malgrado ciò sono presenti alcuni esempi in cui avviene il contrario: se nella versione originale spagnola si utilizzano forme impersonali o verbi coniugati alla seconda persona singolare, in quella italiana si preferiscono forme più inclusive come il “noi” o il “voi”. Inoltre, si possono riscontrare anche casi di variazione diacronica, ma anche diafasica e diastratica (in particolare per quando riguarda la traduzione di “espacio geográfico” in “territorio” e “lo abrupto del reviele” in “la conformazione morfologica particolarmente dirupata”).

Alcuni degli ultimi studi effettuati sugli universali della traduzione ipotizzano una presenza maggiore nelle traduzioni delle collocazioni atipiche. Al contrario, Chesterman sostiene l'uso di collocazioni più comuni. Nel caso del corpus qui analizzato si possono osservare esempi a sostegno di entrambe le ipotesi. Senza dubbio sono presenti alcuni casi di collocazione atipica, probabilmente frutto del fenomeno dell'interferenza soprattutto nella pagina web della città di Siviglia dove si fa largo uso del termine “animo” al posto di “anima”, ma nella maggioranza degli esempi le collocazioni risultano comuni e abituali nell'uso della lingua italiana contemporanea. Inoltre, sono presenti anche casi in cui si aggiungono nella traduzione delle collocazioni che nel testo originale non erano presenti. Una possibile spiegazione a questo fenomeno può essere legata alla legge della standardizzazione di Toury: più un testo viene standardizzato nello stile, tanto più saranno utilizzare collocazioni standard.

Tipici dei testi turistici sono i *realia* o *culturemas*, cioè quei termini che appartengono unicamente a una lingua e a una cultura. Questi termini, che marcano culturalmente il testo, possono essere relazionati in qualche modo al concetto di *unique items*. Le ricerche svolte su questo tema affermano che il numero di *unique items* sarà maggiore nel testo di partenza rispetto al numero

rilevabile nel testo di arrivo. Nel caso del genere turistico, questi termini connotati culturalmente hanno un valore e un ruolo assolutamente fondamentale in quanto permettono al possibile turista di immedesimarsi nella cultura, ma anche di acquisire familiarità con termini che possono essere molto distanti dal suo vivere quotidiano, ma di cui sarà circondato una volta incominciato il viaggio. In questo corpus si possono notare quattro tecniche diverse per il trattamento dei *realia*. In primo luogo il traduttore può decidere di non tradurre il termine e lasciare il lettore libero di documentarsi personalmente; secondariamente sono presenti esempi in cui si cerca di tradurre il *culturema* attraverso una parola italiana il cui significato sia il più simile possibile a quello del termine originale; altra strategia, tipica degli ipertesti, è l'uso delle immagini che accompagnano il testo scritto andando a specificare e illustrare eventuali messaggi; infine, nell'ultimo caso, il traduttore interviene direttamente fornendo spiegazioni o definizioni tra parentesi.

L'ultimo fenomeno studiato è la riduzione delle ripetizioni. Fin dalle prime teorie relative agli universali della traduzione, si è osservato che i testi tradotti presentano un minor numero di ripetizioni rispetto alle versioni originali. In una lingua come l'italiano, nella quale l'uso di un lessico vario e differenziato è sinonimo di una buona qualità della scrittura, questo risulta particolarmente vero. Nel caso specifico della pagina web di Gran Canaria questo si traduce in un vero e proprio cambio di stile. La versione spagnola del sito web, infatti, è caratterizzata da frasi molto brevi che spesso si ripetono in modo quasi perfettamente identico. Nella traduzione italiana questo aspetto si abbandona quasi completamente in favore di frasi più lunghe e di un uso nettamente minore di ripetizioni. Ciò nonostante, sono presenti anche alcuni esempi in cui le ripetizioni non vengono eliminate anche se la lettura risulta più difficoltosa.

In un contesto più generale, l'analisi di questo corpus turistico ha sottolineato come il comportamento dei cosiddetti universali della traduzione sia vario. Infatti, non solo uno stesso fenomeno riscontrato in una traduzione può derivare da uno o più universali allo stesso tempo, ma per alcuni di questi non è ancora

stata descritta una definizione unica e chiara o che comunque sia condivisa dalla totalità degli studiosi. Inoltre, si può osservare che i vari universali della traduzione non si presentano in modo regolare e prevedibile. Ogni pagina web, ogni testo, ogni paragrafo è autonomo e non è vincolato da norme categoriche. Si possono riscontrare, invece, numerose differenze tra i vari portali sia per quanto riguarda il numero di universali che per il tipo. Queste considerazioni concordano con le affermazioni dei vari studiosi e ricercatori, secondo cui il termine “universale” è troppo forte e radicale. Si è dunque iniziato a parlare di tendenze della traduzione: in altre parole, si riconosce l’esistenza di questi fenomeni che influiscono nella traduzione, ma allo stesso tempo si ammette che la loro presenza è condizionata da altri fattori esterni al processo traduttivo in sé.