

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

María del Mar Sánchez Ramos

[mar.sanchezr@uah.es](mailto:mar.sanchezr@uah.es)

<https://orcid.org/0000-0001-5684-1552>

Universidad de Alcalá, España

La sociedad multicultural y multilingüe en la que vivimos marca las necesidades comunicativas de nuestros días. La traducción, como medio de comunicación entre culturas diferentes, ha ocupado un lugar destacado en la sociedad de la información desde sus comienzos. Incluso nos aventuramos a decir que la traducción es hoy en día más importante que en épocas pasadas. En este sentido, la comunicación lingüística y cultural es de gran relevancia en uno de los sectores de mayor auge en multitud de países, como es el sector turístico. Es por ello que la obra de González-Pastor resulta muy adecuada (e imprescindible) si nos atenemos a los cambios que ha experimentado la sociedad en los últimos años, en la cual hace falta un intercambio de comunicación efectiva, como es el caso del intercambio cultural que precisamente se establece en el ámbito turístico. A ello se suma la escasez de trabajos traductológicos sobre el lenguaje turístico, o la “traducción de la cultura” (p. 1), en palabras de la propia autora. El volumen, además de ser necesario dentro de nuestra disciplina, es sin duda muy valioso en otras afines, como puede ser la enseñanza de la lengua para fines específicos, pues, como veremos más adelante, se exponen de forma muy precisa cuestiones comunes como los géneros y las tipologías textuales del lenguaje turístico.

Otro punto a favor de esta monografía es su carácter investigador, ya que a lo largo de sus 132 páginas no solo se expone un marco teórico sólido y seleccionado de forma pertinente que versa sobre traducción, cultura y lenguaje turístico, sino que, además, la autora se adentra en la lingüística de corpus y procede a un análisis cuantitativo y cualitativo de culturemas turísticos.

En cuanto a la estructura del texto, en el primer capítulo González-Pastor se atreve a realizar un recorrido por las distintas definiciones de “cultura”. Y decimos que se atreve porque, como ella misma afirma, se trata de un término “muy elástico y generador de polémica” (p. 3). Posteriormente, el hilo conductor inicial acerca al lector a la relación entre cultura y traducción, para concluir con la idea de la noción de la equivalencia traductora, sobre la cual la autora aboga por posicionarse hacia el sentido más dinámico de la misma; de este modo se aleja de los cánones establecidos. De igual forma, considera la intraducibilidad cultural como un elemento intrínseco de la traducción.

Si la definición de la cultura es un tema espinoso, el segundo capítulo expone el problema conceptual del “culturema” dentro de las diversas

corrientes traductológicas, pasando desde el enfoque comparativo de la escuela soviética o eslava, para continuar con las propuestas de la estilística diferencial o la proporcionada con la escuela funcionalista. Seguidamente, se describe en detalle algunas de las clasificaciones existentes más destacadas sobre los culturemas. Este segundo capítulo concluye con la exposición teórica de las estrategias y técnicas de traducción, que verán su aplicación práctica en el análisis del corpus desarrollado en los capítulos posteriores.

El tercer capítulo entra de lleno en la temática central de la monografía: el ámbito turístico. En las primeras páginas de este capítulo la autora ofrece datos sobre el sector turístico en España y su efecto en la economía, con lo que queda patente la importancia de este sector para el crecimiento del país. En la segunda parte, la autora adopta un enfoque más lingüístico y se dedica de lleno a ofrecer al lector una exposición de los géneros y la tipología textual turística. En lo que resta del capítulo se dedica a cuestiones concretas de los lenguajes de especialidad y a las características del lenguaje del turismo, como son el léxico, sus patrones discursivos, los principales retos a los que se enfrenta la traducción turística y el acercamiento entre la traducción turística y la traducción publicitaria. Así, González-Pastor analiza en detalle los desafíos a los que se expone la traducción turística, como puede ser su calidad, los cuales, como muestra la autora, pueden deberse a la complejidad de los textos turísticos en sí, que comparten características con el lenguaje general y especializado, y que, en apariencia, son sencillos. Por otro lado, estos textos esconden un entramado cultural de gran envergadura. En este sentido, se establece el texto turístico como un texto híbrido “(multitextual y) multifuncional” (p. 44) en el que no pueden olvidarse los códigos semióticos. En este apartado también se vuelve a llamar la atención sobre la falta de investigación relacionada con la traducción turística en general, aunque la autora menciona algunos estudios realizados, así como algunos proyectos nacionales (p. ej.,

el proyecto TURICOR, Universidad de Málaga). Es interesante, además, cómo la autora, recurriendo a un alto volumen de traducción del sector turístico, ejemplifica la importancia de la traducción turística dentro de los programas formativos del contexto español, en los que se incluyen asignaturas específicas de traducción turística.

Sin duda, todo el bagaje teórico expuesto hasta ese punto responde a la necesidad de proporcionar la solidez necesaria que toda investigación necesita. El último capítulo, de índole investigadora, procede al diseño y análisis cuantitativo y cualitativo de un corpus de textos turísticos procedentes de las guías turísticas *Lonely Planet* en lengua inglesa; los principales objetivos de este apartado serán analizar los elementos lingüístico-culturales o culturemas propios de distintas regiones de la cultura española y las estrategias de traducción empleadas. Lo realmente novedoso de este texto es el enfoque traductológico adoptado, el cual lo aleja de estudios tradicionales contrastivos, pues en esta obra la autora es una mediadora cultural que acerca la cultura española desde la propia lengua y cultura compartida (inglés) con el destinatario. Asimismo, González-Pastor muestra de una forma muy detallada cómo es el proceso de elaboración del corpus monolingüe y su análisis, lo que la llevará a la selección de los culturemas según su frecuencia de aparición. Tras el análisis de los 535 culturemas más frecuentes, destacan como principales estrategias de traducción empleadas el préstamo, el calco, la adaptación, la amplificación, el equivalente acuñado y la generalización. Es de agradecer los distintos gráficos y tablas que ilustran los resultados obtenidos. Por último, en su análisis cualitativo González-Pastor propone una clasificación en la que engloba las estrategias de traducción empleadas para los culturemas en tres categorías: exotización, domesticación y estrategia combinada.

La obra finaliza con un quinto capítulo a modo de conclusión y reflexión sobre el estudio, que

nuevamente sirve para enfatizar en la necesidad de este tipo de estudios con el objetivo de llenar el vacío investigador existente en la traducción turística. La obra, sin duda, contribuye a la consolidación de la traducción turística como un subcampo definido de la traducción especializada, que está caracterizada por unos patrones discursivos concretos, una tipología textual específica y un caudal léxico variado; todo ello, como concluye la autora, es lo que le confiere la necesidad de un mediador cultural (profesional) especializado en comunicación turística que garantice con éxito el trasvase cultural.

Como hemos indicado al principio, estamos ante una obra necesaria, elaborada con un estilo impecable, sencillo y claro, en la que los capítulos se han seleccionado de forma cuidadosa para dotar a la investigación de un contenido teórico sólido y pertinente. La selección bibliográfica también es una muestra del esfuerzo de la autora, pues son escasas las referencias a los estudios traductológicos en el sector turístico. Sin duda, podemos afirmar que el texto cumple con los objetivos propuestos, que deja ver la experiencia y el dominio de la autora sobre el tema y que será de ayuda para todos aquellos interesados en profundizar en el campo de la traducción turística.

**Cómo citar esta reseña:** Sánchez Ramos, M. M. (2022). Reseña: ¿Cómo se traducen los cultu-  
remas del ámbito turístico? Análisis de estrategias de traducción (español-inglés). Diana María  
González-Pastor. Comares, 2018, 132 pp. *Mutatis Mutandis, Revista Latinoamericana de Traduc-  
ción*, 15(1), 244-246.