

Índice

1	<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
1.1	Motivación	3
1.2	Objetivos	6
1.3	Hipótesis	7
1.4	Metodología	8
1.5	Estructura de la tesis doctoral	10
2	<i>ANTECEDENTES. LA TRADUCCIÓN COMO INSTRUMENTO DE MEDIACIÓN INTERCULTURAL</i>	12
2.1	El concepto de cultura: definición y características	12
2.2	El binomio lengua-cultura	18
2.3	El giro cultural en traducción	24
2.4	La noción de equivalencia traductora y la intraducibilidad cultural	28
2.5	Las referencias culturales	32
2.5.1	Denominaciones	33
2.5.2	Clasificación de las referencias culturales	37
2.6	Las técnicas de transferencia cultural	43
2.6.1	La Estilística Comparada de Vinay y Darbelnet (1958)	45
2.6.2	Los traductores bíblicos	50
2.6.3	Los procedimientos técnicos de Vázquez Ayora	54
2.6.4	Delisle	55
2.6.5	Los procedimientos de Newmark	57
2.6.6	Katan y los marcos conceptuales	60
2.6.7	La concepción dinámica de Hurtado	62
2.7	La traducción adaptada al ámbito geográfico: la localización	67
2.7.1	Justificación y antecedentes	67
2.7.2	Globalización, internacionalización, localización y traducción (GILT)	71

3	<i>TURISMO Y TEXTO TURÍSTICO</i>	80
3.1	La actividad turística	80
3.1.1	Las organizaciones turísticas: la comunicación y el márketing turístico	86
3.1.2	Las marcas turísticas y la promoción de destinos turísticos	90
3.1.3	El sector turístico en España	97
3.2	El texto turístico: género y discurso	110
3.2.1	Los géneros del texto turístico	110
3.2.2	Clasificación de la tipología textual turística	119
3.2.2.1	Guías turísticas	121
3.2.2.2	Folletos turísticos	123
3.2.2.3	Anuncios publicitarios	125
3.2.2.4	Catálogos y programas de viajes	125
3.2.2.5	Artículos y reportajes en revistas especializadas	126
3.2.2.6	Otros géneros profesionales	127
3.2.2.7	Páginas web	128
3.2.3	Las características del texto turístico	132
3.2.3.1	El léxico del texto turístico	135
3.2.3.2	Características discursivas	143
3.2.3.3	El destinatario del texto turístico	144
3.2.3.4	Turista, visitante, viajero: denominación del destinatario	147
3.3	La traducción del texto turístico	151
3.3.1	La localización de productos turísticos	164
3.3.1.1	Las páginas web turísticas	164
3.3.1.2	La localización del componente cultural	167
3.3.1.3	La localización del texto turístico	171
4	<i>ANÁLISIS DE LOS CULTUREMAS EN EL TEXTO TURÍSTICO</i>	176
4.1	Metodología	176
4.1.1	Diseño del corpus y modelo de análisis	179
4.1.2	Descripción del Corpus: Las guías <i>Lonely Planet</i>	185
4.2	Identificación y análisis de las técnicas de traducción de los culturemas	195

4.2.1	Frecuencia de uso de las técnicas de traducción _____	196
4.2.2	Técnicas de traducción vs ámbito cultural _____	200
4.2.2.1	Alojamiento _____	201
4.2.2.2	Arquitectura _____	207
4.2.2.3	Artesanía _____	225
4.2.2.4	Escultura _____	233
4.2.2.5	Fiestas y espectáculos _____	238
4.2.2.6	Gastronomía y restauración _____	255
4.2.2.7	Historia _____	276
4.2.2.8	Música _____	285
4.2.2.9	Paisaje y geografía _____	291
4.2.2.10	Pintura _____	302
4.2.2.11	Viaje _____	307
5	<i>CONCLUSIONES</i> _____	310
5.1	Reflexiones finales _____	310
5.2	Futuras vías de investigación _____	320
6	<i>BIBLIOGRAFÍA CITADA</i> _____	322
7	<i>ANEXOS</i> _____	343
7.1	Listado de culturemas analizados _____	343

Índice de figuras

Figura 1: Teoría de Hofstede (1991).....	15
Figura 2: Teoría de Hall (1952)	15
Figura 3: Grados de transposición cultural (Hervey y Higgins, 1992:28)	59
Figura 4: Creación mental del mapa del mundo (Katan, 1999:128)	61
Figura 5: Interdependencia de procesos GILT (Pérez Fernández, 2010).....	71
Figura 6: Ciclo de desarrollo de un producto global según LISA (2007:19).....	74
Figura 7: Previsión de llegadas e ingresos por turismo a nivel internacional (OMT).....	84
Figura 8: Ejemplos de promoción turística local	92
Figura 9: Ejemplos de marcas turísticas	92
Figura 10: Interrelación de las variables del marketing mix y la comunicación (Bigné, Font y Andreu, 2000).....	94
Figura 11: Campaña de promoción internacional de España (2005-2009).....	105
Figura 12: Campaña de promoción internacional de España en 2010	105
Figura 13: Modelo de proceso de localización de textos internacionalizados (Dollerup, 1999:5).....	166
Figura 14: Clasificación de la traductología según Holmes, 1972	176
Figura 15: Portadas de las Guías <i>Lonely Planet</i>	189
Figura 16: Frecuencia de uso de técnicas de traducción (totales)	194
Figura 17: Frecuencia de uso de técnicas de traducción (simples).....	195
Figura 18: Frecuencia de uso de técnicas de traducción compuestas	196
Figura 19: Comparativa de técnica de traducción simple/compuesta	197
Figura 20: Técnicas de traducción del campo semántico alojamiento	199
Figura 21: Técnicas de traducción simples del campo semántico arquitectura	205
Figura 22: Técnicas de traducción compuestas del campo semántico arquitectura ...	206
Figura 23: Técnicas de traducción compuestas del campo semántico artesanía	224
Figura 24: Técnicas de traducción compuestas del campo semántico escultura	231
Figura 25: Técnicas de traducción del campo semántico fiestas y espectáculos.....	237
Figura 26: Técnicas de traducción (compuestas y simples) del campo semántico fiestas y espectáculos	238
Figura 27: Número de culturemas por campo semántico.....	254

Figura 28: Técnicas de traducción compuestas del campo semántico gastronomía y restauración.....	256
Figura 29: Técnicas de traducción del campo semántico historia	275
Figura 30: Técnicas de traducción simples y compuestas del campo semántico paisaje y geografía.....	290
Figura 31: Técnicas de traducción del campo semántico pintura.....	301

Índice de tablas

Tabla 1: Variantes de la etnolingüística según Casado (1991:41)	23
Tabla 2: Denominaciones de los culturemas (Moreno, 2006)	36
Tabla 3: Procedimientos de traducción de Vinay y Darbelnet (1958:55)	48
Tabla 4: Propuestas de Nida y los Traductores Bíblicos (Molina y Hurtado, 2002)	53
Tabla 5: La contribución de Vázquez Ayora (Molina y Hurtado, 2002)	54
Tabla 6: La contribución de Delisle (Molina y Hurtado, 2002)	56
Tabla 7: Propuesta de Molina y Hurtado de Técnicas de Traducción (2002:128)	64
Tabla 8: Valoración de la satisfacción de los turistas internacionales por producto, año 2010 (IET, Habitur).....	99
Tabla 9: Indicadores turísticos básicos del mercado español (Evolución 2005-2009), OMT.	100
Tabla 10: Principales destinos del mundo en 2020 (OMT, 2000)	108
Tabla 11: Géneros textuales turísticos según Calvi (2006:54-55)	131
Tabla 12: Principales campos semánticos según Calvi (2000)	136
Tabla 13: Campos semánticos de la actividad turística (OMT, 2001)	138
Tabla 14: Codificación de las guías <i>Lonely Planet</i>	180
Tabla 15: Ficha de trabajo	183
Tabla 16: Ejemplo de ficha de trabajo (culturema <i>trencadís</i>)	185
Tabla 17: ficha de análisis del culturema <i>posada</i>	202
Tabla 18: ficha de análisis del culturema <i>parador</i>	203
Tabla 19: ficha de análisis del culturema <i>cortijo</i>	204
Tabla 20: ficha de análisis del culturema <i>hostal</i>	205
Tabla 21: ficha de análisis del culturema <i>alcazaba</i>	210
Tabla 22: ficha de análisis del culturema <i>alcazaba</i>	210
Tabla 23: ficha de análisis del culturema <i>alcazaba</i>	211
Tabla 24: ficha de análisis del culturema <i>alcazaba</i>	212
Tabla 25: ficha de análisis del culturema <i>alhambra</i>	213
Tabla 26: ficha de análisis del culturema <i>alcázar</i>	214
Tabla 27: ficha de análisis del culturema <i>teatro romano</i>	216
Tabla 28: ficha de análisis del culturema <i>torre de la vela</i>	217

Tabla 29: ficha de análisis del culturema <i>sala de la barca</i>	218
Tabla 30: ficha de análisis del culturema <i>la manquita</i>	220
Tabla 31: ficha de análisis del culturema <i>baños árabes</i>	221
Tabla 32: ficha de análisis del culturema <i>capilla</i>	222
Tabla 33: ficha de análisis del culturema <i>ermita</i>	223
Tabla 34: ficha de análisis del culturema <i>colegiata</i>	224
Tabla 35: ficha de análisis del culturema <i>alpargatas</i>	227
Tabla 36: ficha de análisis del culturema <i>cuero repujado</i>	229
Tabla 37: ficha de análisis del culturema <i>siurell</i>	230
Tabla 38: ficha de análisis del culturema <i>traje de flamenca</i>	232
Tabla 39: ficha de análisis del culturema <i>descendimiento</i>	234
Tabla 40: ficha de análisis del culturema <i>virgen de las huertas</i>	235
Tabla 41: ficha de análisis del culturema <i>virgen de la sede</i>	236
Tabla 42: ficha de análisis del culturema <i>cristo del cachorro</i>	237
Tabla 43: ficha de análisis del culturema <i>flamenco</i>	241
Tabla 44: ficha de análisis del culturema <i>fado</i>	242
Tabla 45: ficha de análisis del culturema <i>flamenco</i>	243
Tabla 46: ficha de análisis del culturema <i>flamenco</i>	244
Tabla 47: culturemas de alta frecuencia	245
Tabla 48: ficha de análisis del culturema <i>sombrero cordobés</i>	246
Tabla 49: ficha de análisis del culturema <i>besapiés</i>	248
Tabla 50: ficha de análisis del culturema <i>las doce campanadas</i>	249
Tabla 51: ficha de análisis del culturema <i>tomatina</i>	251
Tabla 52: ficha de análisis del culturema <i>plaza de toros</i>	254
Tabla 53: ficha de análisis del culturema <i>mesón</i>	259
Tabla 54: ficha de análisis del culturema <i>vino de la casa</i>	261
Tabla 55: ficha de análisis del culturema <i>rubia</i>	262
Tabla 56: ficha de análisis del culturema <i>denominación de origen</i>	263
Tabla 57: ficha de análisis del culturema <i>plato rondeño</i>	264
Tabla 58: ficha de análisis del culturema <i>ensalada catalana</i>	265
Tabla 59: ficha de análisis del culturema <i>pulpo a la gallega</i>	266
Tabla 60: ficha de análisis del culturema <i>tapas</i>	268

Tabla 61: ficha de análisis del culturema <i>tapas</i>	269
Tabla 62: ficha de análisis del culturema <i>tapas</i>	270
Tabla 63: ficha de análisis del culturema <i>ración</i>	271
Tabla 64: ficha de análisis del culturema <i>churros</i>	272
Tabla 65: ficha de análisis del culturema <i>chocolate con churros</i>	273
Tabla 66: ficha de análisis del culturema <i>fartons</i>	273
Tabla 67: ficha de análisis del culturema <i>turrón</i>	275
Tabla 68: ficha de análisis del culturema <i>Alfonso X</i>	278
Tabla 69: ficha de análisis del culturema <i>Felipe el Hermoso</i>	279
Tabla 70: ficha de análisis del culturema <i>Maimónides</i>	280
Tabla 71: ficha de análisis del culturema <i>rafal</i>	281
Tabla 72: ficha de análisis del culturema <i>taifa</i>	283
Tabla 73: ficha de análisis del culturema <i>Guerra de la Independencia Española</i>	284
Tabla 74: ficha de análisis del culturema <i>zarzuela</i>	286
Tabla 75: ficha de análisis del culturema <i>xeremeia</i>	288
Tabla 76: ficha de análisis del culturema <i>fado</i>	290
Tabla 77: ficha de análisis del culturema <i>paseo marítimo</i>	292
Tabla 78: ficha de análisis del culturema <i>huerta</i>	294
Tabla 79: ficha de análisis del culturema <i>albufera</i>	295
Tabla 80: ficha de análisis del culturema <i>cármenes</i>	296
Tabla 81: ficha de análisis del culturema <i>dehesa</i>	298
Tabla 82: ficha de análisis de la marca turística <i>Costa Brava</i>	299
Tabla 83: ficha de análisis de la marca turística <i>Costa del Sol</i>	301
Tabla 84: ficha de análisis del culturema <i>La Sagrada Cena</i>	304
Tabla 85: ficha de análisis del culturema <i>Inmaculada</i>	305
Tabla 86: ficha de análisis del culturema <i>punte</i>	308