

SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE TRADUCCIÓN DE REFERENCIAS CULTURALES EN EL
ÁMBITO DE LA ARQUITECTURA
(ESPAÑOL-INGLÉS)

Diana María González-Pastor
Universitat Politècnica de València

ABSTRACT

Understood as a cross-cultural activity, translation challenges professionals, who must bridge the gap between languages and overcome the obstacles caused by cultural barriers. The language of tourism contains a great amount of culturemes and therefore it is an excellent text typology for the study of cross-cultural communication. This paper analyses the techniques and translation strategies used to convey a series of cultural words from the domain of architecture, an outstanding tourism field. The main objective of this study is to offer new theoretical perspectives and delve into the translation problems posed by these specific words from the Spanish culture.

KEYWORDS: Cultureme, Tourism, Architecture, Translation, Spanish culture.

RESUMEN

La traducción, entendida como una actividad de mediación intercultural, supone un reto para los profesionales de la traducción, que deben sortear las barreras culturales que separan unas lenguas de otras. El lenguaje del turismo contiene abundantes referencias culturales por lo que resulta de gran interés para su estudio traductológico. Este trabajo analiza las técnicas traductológicas utilizadas en los culturemas del ámbito de la arquitectura, una de las áreas más relevantes en turismo. El objetivo es ofrecer nuevas perspectivas en la reflexión teórica y, al mismo tiempo, ahondar en los problemas que se plantean en este tipo de traducción de palabras específicas de la cultura española.

PALABRAS CLAVE: culturema, turismo, arquitectura, traducción, cultura española.

FECHA DE RECEPCIÓN: 11/09/2016

FECHA DE ACEPTACIÓN: 20/12/2016

PÁGINAS: 37-52

1. INTRODUCCIÓN

La arquitectura, una de las bellas artes más sobresalientes, tiene una especial relevancia en el sector turístico, ya que las obras arquitectónicas atraen a un sinnúmero de viajeros interesados por el turismo cultural. En España existen multitud de monumentos y construcciones arquitectónicas que son un reflejo de las distintas civilizaciones que habitaron España dejando su huella con la edificación de un sinnúmero de obras emblemáticas. España dispone de una gran cantidad de monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO¹, una denominación otorgada a lugares de valor universal excepcional, de lo que deriva el interés real desde el punto de vista turístico. Sin duda, son estas manifestaciones artísticas y culturales, junto con la gastronomía y las fiestas y espectáculos, las que más llaman la atención de los turistas extranjeros que deciden visitar España. Todo este legado artístico y cultural da lugar a multitud de referencias culturales propias que quedan reflejadas en el lenguaje del turismo.

Este artículo se enmarca dentro de una investigación de mayor envergadura (González Pastor, 2017), cuyo fin último consistió en el análisis de la traducción de los elementos culturales presentes en los distintos ámbitos de uso del texto turístico desde una doble vertiente: en primer lugar, el interés por el fenómeno de la interculturalidad y, en segundo lugar, la intención de describir los condicionantes y las variables que operan en la traducción de los textos turísticos, considerados como textos enmarcados en una categoría textual independiente. El objetivo de este trabajo consiste en el análisis de las técnicas traductológicas, de modo que puedan servir de herramienta teórica para poder hacer frente al reto de la traducción de la cultura y, concretamente, a los culturemas del ámbito de la arquitectura y el patrimonio cultural.

Para lograr este objetivo se partió de una recopilación de los culturemas pertenecientes a la cultura española y a la de sus diferentes regiones y ciudades. A continuación se realizó una descripción de las técnicas de traducción y su posterior análisis y estudio traductológico. El corpus se conformó a partir de los culturemas presentes en una serie de guías turísticas de España de la editorial Lonely Planet escritas en inglés para un lector anglófono. En este tipo de mediación transcultural el mediador tiene ante sí el reto de transmitir la cultura y los elementos culturales de una cultura que no le es propia, pues la mediación se realiza del español al inglés y el mediador y el lector comparten el mismo universo cultural y la lengua inglesa.

2. LA TRADUCCIÓN DEL COMPONENTE CULTURAL EN EL TEXTO TURÍSTICO

El texto turístico se presenta habitualmente como un texto multilingüe y multicultural, en el que el traductor debe activar su conciencia y competencia intercultural no solo para reconocer aquellos elementos que pertenecen a otras culturas, sino también para apreciar las diferencias entre las culturas en juego y cómo se ven estas culturas origen y término (Fuentes y Le Poder, 2005).

Se sobreentiende, pues, que todo traductor ha de poseer de unas destrezas comunicativas, sociales y tecnológicas y, a la par, ser necesariamente bicultural y disponer de un conocimiento sobre la sociedad que incluye el folclore, la historia, las tradiciones, los usos y costumbres, los valores, las prohibiciones, las personalidades importantes, entre otros (Taft, 1981). No obstante, la biculturalidad absoluta del traductor resulta difícilmente alcanzable, debido a que todos los individuos estamos condicionados por el «*niche evolutivo*» en el que hemos crecido (Ortega Arjonilla, 2016a: 112). Ciertamente, en el acto traductor intervienen múltiples factores, como los relativos a la idiosincrasia del traductor y la actividad traductora, así como al contexto de comunicación concreto y *skopos* de la traducción, lo que convierte el acto traductor en una actividad sumamente compleja.

Aunque no abundan los estudios traductológicos del lenguaje del turismo y la mayoría de éstos se fundamentan en la insuficiente calidad de las traducciones y las particularidades de la traducción cultural entre pares concretos de lenguas (Kelly, 1997; Alesón Carbonell, 2001; Durán Muñoz, 2012;

¹ Con 45 bienes Patrimonio de la Humanidad, España es el tercer país del mundo con más bienes UNESCO, muchos de ellos protegidos para garantizar su conservación.

Marangon, 2016), sí existe una incipiente reflexión teórica en torno a la traducción de los culturemas presentes en los textos turísticos (Payo Peña, 2002; de la Cruz Trainor, 2004; Pérez Vicente, 2008). Se observa un interés creciente por caracterizar la traducción de los culturemas según su especialización en áreas temáticas o ámbitos de uso concretos como la gastronomía (Rodríguez Abella, 2008; González Pastor y Cuadrado Rey, 2014b), las fiestas, espectáculos y el patrimonio cultural (Soto Almela 2013; González Pastor y Candel Mora, 2014a) o elementos lingüísticos derivados de la cultura popular de un pueblo o sociedad como la fraseología o la idiomática (González Pastor y Cuadrado Rey, 2012; Navarro Coy y Soto Almela, 2014). Esto es debido al amplio espectro que ocupa la actividad turística, que entronca con múltiples disciplinas como la economía, la geografía, la antropología o la sociología y que dificulta el estudio lingüístico del lenguaje turístico en su conjunto.

3. LA (IN)TRADUCIBILIDAD DEL COMPONENTE CULTURAL

Debemos, en primer lugar, partir de la base de que existe una intraducibilidad cultural intrínseca al acto traductológico mismo, pues la cultura es un sistema propio de valores, creencias y hábitos de un grupo social que no necesariamente se reproduce del mismo modo, ni tan siquiera tiene porqué existir como tal en otras sociedades.

El principal problema de traducción se presenta cuando el culturema resulta ser lo que Luque Nadal (2010) denomina palabras específico-culturales. Ortega Arjonilla (2016b) realiza una categorización de los casos de intraducibilidad de este tipo de elementos y distingue, por un lado, las referencias culturales que remiten a una realidad propia y única de una cultura y no existente en otra, de ahí que presenten el problema de la intraducibilidad. Por otro, puede ocurrir también que el culturema en cuestión varíe en su significado y pragmática de una cultura a otra. Algunos ejemplos son *snjó* (una de las 6.243 palabras utilizadas en Islandia para hablar de la nieve o su apariencia en Islandia) o *pomodoro* (que puede referirse al sistema de organización del tiempo, a un tipo de salsa, o a la verdura misma en italiano (Ortega Arjonilla, 2016b:38)). Un segundo caso de intraducibilidad viene dado por referentes culturales propios de una cultura que han sido adaptados en otra cultura mediante traducción literal o adaptación ortográfica o fonética, como ocurre con *chador* (del persa *chaddar*), *baraquiri* (proveniente de la voz japonesa *barakiri*) o *alminar* (del árabe *minar*). Estas palabras no plantean, por lo general, una dificultad de comprensión para el hablante y están incorporadas de modo estandarizado en el DRAE. Ortega Arjonilla (2016b) distingue, además, un tercer caso de intraducibilidad, como es la expresión de sentimientos o estados de ánimo (*saudade*, la nostalgia a la portuguesa o el *duende* flamenco²).

La intraducibilidad encuentra su máxima expresión con los focos culturales (Newmark 1992), fenómenos culturales en los que una comunidad centra su atención, como los términos sobre críquet en inglés, los términos sobre vinos y quesos en francés o la tauromaquia o algunas fiestas y espectáculos singulares, que ya han sido identificados y estudiados en traductología (González Pastor y Candel Mora, 2014a).

A continuación presentamos un análisis cualitativo del uso de las técnicas de traducción una serie de culturemas representativos del ámbito de la arquitectura según el modelo propuesto por Molina y Hurtado (2002).

² El DRAE especifica que, en Andalucía, el término “duende” es sinónimo de un “encanto misterioso e inefable”. Se trata de un modismo que utilizaban los eruditos de principios del siglo XX para describir un espectáculo de flamenco con temperamento, con garra, con carácter.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

En las guías Lonely Planet de España y sus diferentes regiones (Madrid, Barcelona, Mallorca, Valencia y Andalucía), se han identificado una serie de culturemas del ámbito de la arquitectura para su análisis traductológico. El objetivo consiste en observar cuáles son las técnicas de traducción utilizadas para la transmisión de la información cultural para determinar así el tipo de estrategia imperante (extranjerización/domesticación) y al mismo tiempo, identificar las dificultades traductológicas provocadas por la barrera cultural y valorar la propuesta de las guías Lonely Planet.

Para la sistematización de la información y la elaboración del corpus, se confeccionó una ficha de datos que contiene las siguientes secciones:

- Término. Es el campo en el que se introducen los culturemas identificados y que conforman el corpus de la investigación.
- Región. Refleja la región y por tanto, la cultura de la que procede el término analizado.
- Contexto. La categoría contexto incluye el fragmento textual en el que está inserido el culturema y en el que se aporta la traducción del culturema en inglés. Se trata de la manifestación lingüística de la que se parte para realizar el posterior análisis a nivel microtextual.
- Técnica de traducción: refleja el procedimiento concreto o combinación de técnicas usadas para la transferencia del culturema.
- Estrategia de traducción: refleja la estrategia que resulta de la traducción del culturema, que puede tender hacia la exotización o la domesticación o presentar una combinación de ambas.

En esta sección ofrecemos el análisis pormenorizado de 20 culturemas del ámbito arquitectónico, escogidos por su significación o dificultad para la traducción, de los que ofrecemos la ficha de análisis junto con la reflexión acerca de las opciones traductológicas escogidas. Dentro del ámbito de la arquitectura, el área temática de nuestro estudio, hemos clasificado los culturemas en función de su uso en las siguientes categorías para facilitar su análisis:

- Edificios religiosos destinados al culto: *ermita, mezquita, colegiata...*
- Edificios civiles, comerciales o militares: *cabildo, lonja, alcázar, alcazaba...*
- Edificios urbanos destinados a la vida social y al ocio: *palacio, baños árabes, teatro romano...*
- Edificios turísticos y hoteles: *parador, hospedería...*
- Casas regionales: *alquería, barraca, cortijo, caserío, masía, paço...*
- Partes o elementos arquitectónicos de edificios o construcciones arquitectónicas: *corral, patio cordobés, muqarna, alminar, trencadís...*

4.1 EDIFICIOS RELIGIOSOS DESTINADOS AL CULTO RELIGIOSO

Hemos podido constatar la dificultad que entraña la traducción de los distintos edificios destinados a usos religiosos: iglesias, catedrales, basílicas, ermitas, capillas, colegiatas, conventos, monasterios... La dificultad reside en la multiplicidad de culturemas arquitectónicos de signo religioso con unas peculiaridades muy específicas que algunos de estos edificios comparten entre sí, y otros no. A continuación analizamos algunos de los casos más representativos: *capilla, ermita y colegiata*.

El DRAE, en sus dos acepciones más importantes, define *capilla* como «edificio contiguo a una iglesia o parte integrante de ella, con altar y advocación particular y como oratorio privado». La mediación que se realiza de este culturema sobre la *Capilla Real*, nos muestra el uso del préstamo, el calco para explicitar la segunda parte del culturema. La primera parte del culturema queda resuelto con un equivalente acuñado:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 | Técnica 3 |
|-------------------------|---------|--------------|---------------|---|------------|-----------|-----------|-------------|
| Lonely Planet Andalucía | Sevilla | capilla real | arquitectura | EASTERN CHAPELS East of the Capilla Mayor, situated against the eastern wall of the cathedral, are some more chapels. These chapels are normally closed to visitors, which is a shame, because the central one is the Capilla Real (Royal Chapel), which contains the tombs of two great Castilian kings – Fernando III and Alfonso X. | combinada | calco | préstamo | equivalente |

Tabla 1. Ficha de análisis del culturema *capilla*

Así pues, el culturema *capilla* no entraña una gran dificultad, pues se dispone del equivalente en la cultura meta. El Oxford English Dictionary recoge tres acepciones principales de *chapel*: «a small building or room used for Christian worship in a school, prison, hospital, or large private house»; «a part of a large church or cathedral with its own altar and dedication»; y «a small building or room used for funeral services».

En muchos casos la equivalencia puede hacerse extensiva a la traducción de algunos culturemas que presentan una gran similitud, pero para las cuales no existe un equivalente acuñado. Es el caso de *ermita*.

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|---------|---------------|---|------------|---------------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Córdoba | ermita | arquitectura | The tourist office (%957 15 82 29; Plaza Mayor 1; h9am-2.30pm Mon-Fri) in the ayuntamiento (town hall) also has a leaflet (in Spanish) detailing two walks, one up to the castle and the other to the nearby ermita (chapel). | combinada | equivalente acuñado | préstamo |

Tabla 2: Ficha de análisis del culturema *ermita*

En la ficha de análisis observamos que *ermita* se asocia a *chapel*. En este caso, con esta elección se transmite la idea de que se trata de un edificio religioso destinado al culto. Sin embargo, una ermita no sólo se caracteriza por ser generalmente pequeña, sino por estar «*situada por lo común en despoblado y que no suele tener culto permanente*» (DRAE). Este último matiz no queda reflejado a través del equivalente *chapel*, con lo que no se transmite la totalidad de la información perteneciente al culturema en la cultura meta.

La dificultad es aún mayor cuando el mediador no dispone de equivalentes en la lengua y la cultura meta ni de elementos análogos que puedan facilitar la transferencia. Observemos el caso de *colegiata*:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|-----------|---------------|---|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Granada | colegiata | arquitectura | Continue 200m (initially uphill) to Plaza del Salvador, dominated by the Colegiata del Salvador (5; %958 27 86 44; admission €0.80; h10am-1pm & 4-7.30pm Mon-Sat Apr-Oct, 10.30am- 12.30pm & 4.30-6.30pm Mon-Sat Nov-Mar), a 16th century church on the site of the Albayzín's main mosque | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 3: Ficha de análisis del culturema *colegiata*

En el caso de *colegiata* se utiliza el préstamo y la amplificación pero se pasa de puntillas sobre la información del culturema, indicando que *colegiata* es una «16th century church». El DRAE define *colegiata* como «iglesia colegial e indica que es aquella que, no siendo sede propia del arzobispo u obispo, se compone de abad y canónigos seculares, y en ella se celebran los oficios divinos como en las catedrales». En este caso, la dificultad es tal que exige que el mediador investigue y se documente acerca de los tipos de edificios religiosos y los usos para los que están concebidos. En este caso, pues, observamos una inadecuación en la traducción por la pérdida de información cultural que se considera fundamental.

La cultura popular también es un elemento importante y difícil de transmitir. Muchas denominaciones de culturemas, algunas de ellas del campo semántico de la arquitectura tienen su origen en el saber popular como es el caso de *La Manquita*:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 | Técnica 3 |
|-------------------------|--------|-------------|---------------|--|------------|---------------|-----------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Málaga | la manquita | arquitectura | Such was the project's cost that by 1782 it was decided that work would stop. One of the two bell towers was left incomplete, hence the cathedral's well-worn nickname, <i>La Manquita</i> (the one-armed lady). The cathedral entrance is on Calle Cister | combinada | amplificación | calco | préstamo |

Tabla 4: Ficha de análisis del culturema *La Manquita*

El mediador realiza con éxito la mediación de este culturema valiéndose de la productiva asociación de las tres técnicas del calco, amplificación y préstamo. La denominación en LO se mantiene y se calca la estructura en la LM para dar una primera traducción del elemento. La amplificación es, en este caso, la técnica en la que se transmite la información esencial y se explica que la denominación proviene de la sabiduría y cultura popular, indicando que es un «well-worn nickname».

4.2 EDIFICIOS CIVILES O MILITARES

En arquitectura existe también una gran variedad de culturemas referidos a edificaciones civiles y defensivas. Abrimos esta segunda sección con el análisis del culturema *alcazaba*, que en las guías Lonely Planet se caracteriza por su alta frecuencia de aparición. En todos los casos en los que se ha utilizado este culturema, la técnica utilizada ha sido el préstamo combinado con la amplificación. La amplificación realizada es en cada caso bien diferente, como observamos en las distintas fichas de análisis de este culturema.

En la guía *Lonely Planet* de Almería se realiza una explicitación de información general de la Alcazaba almeriense, indicando que se trata del «only remaining Islamic monument in town». Dentro de la amplificación se ofrece como sinónimo de *alcazaba* el elemento *watchtower*, que no es sino una parte de la fortaleza o la torre vigía de que disponen algunos castillos o fortalezas. Así pues, la amplificación incluye una particularización del elemento cultural:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|----------|---------------|--|-------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Almería | alcazaba | arquitectura | Almería's watchtower, the grand Alcazaba , is the only remaining Islamic monument in town and a reminder of the city's former historical importance | exotización | amplificación | préstamo |

Tabla 5: Ficha de análisis del culturema *alcazaba*

La amplificación en otras ocasiones, se realiza con el uso de un segundo elemento clave en la LM, a modo de sinónimo equivalente, como es el caso que se produce en la misma guía y en el que se explicita el significado de la palabra *alcazaba* asociándolo al vocablo *citadel*:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|----------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Almería | alcazaba | arquitectura | There's already plenty in Almería for a couple of days' stay: the enormous Alcazaba (citadel) is a major historical site; | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 6: Ficha de análisis del culturema *alcazaba*

El DRAE define *alcazaba* como «recinto fortificado, dentro de una población murada, para refugio de la guarnición», por lo que el uso de *citadel*, ofrece de modo sintético la información principal e informa de la función para la que servía este edificio. Sin embargo, se trata de una opción neutralizante, pues la traducción no tiene en cuenta que en al-Ándalus, entre los siglos VIII y XV se construyeron un gran número de alcazabas. La misma guía *Lonely Planet Andalucía*, en su sección provincial *Almería*, menciona una y otra vez este culturema, y para ello va utilizando distintas versiones de amplificación. En la siguiente ficha de análisis podemos observar de nuevo la técnica del préstamo combinado con la amplificación a modo de definición-descripción, que trata de sintetizar el principal contenido informativo pero no incluye el contenido cultural fundamental de la *alcazaba*, su origen y carácter musulmán:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|----------|---------------|--|-------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Almería | alcazaba | arquitectura | The Alcazaba is Almería's premier attraction: a monstrous fortress that rises austerely from impregnable cliffs to dominate the city. | exotización | amplificación | préstamo |

Tabla 7: Ficha de análisis del culturema *alcazaba*

Podemos observar que esta vez, el mediador define *alcazaba* como *premier attraction*, aportando información de carácter turístico general y la define como *fortress*, haciendo uso del el adjetivo enfático *monstrous*, en una ejemplificación clara de la exageración tan propia del lenguaje turístico para, a continuación, describir su situación geográfica.

A lo largo del estudio y análisis de las guías *Lonely Planet* hemos podido observar que, como ocurre con *alcazaba*, los mediadores se refieren en varias ocasiones al mismo culturema. En cada ocasión ofrecen una información adicional a la anterior o una perspectiva nueva, y se sirven de la amplificación para ir conformando, a través de las distintas ocurrencias de un mismo culturema una representación del objeto cultural en la mente del turista.

Las páginas de la guía *Lonely Planet Andalucía* que están dedicadas a la provincia de Málaga también recogen el culturema *alcazaba*. El portal turístico de esta ciudad³ presenta este monumento como un «palacio fortaleza de los gobernantes musulmanes de la ciudad. Fue construido en su mayor parte en el siglo XI y es uno de los monumentos emblemáticos de la capital malagueña».

La técnica de traducción combina el uso del préstamo y la amplificación. El mediador posiblemente se documentó a través de este portal turístico pues, casualmente, utiliza la misma terminología que aparece en el portal turístico municipal para definir esta construcción (*palace-fortress*) y la sitúa cronológicamente en el período musulmán:

³ www.malagaturismo.com

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|--------|----------|---------------|---|-------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Málaga | alcazaba | arquitectura | ALCAZABA In the shadow of the Gibralfaro, the 11th century Alcazaba (Map p246 ; %952 22 51 06; Calle Alcazabilla; admission €2, Alcazaba & Castillo de Gibralfaro €3.20; h9.30am-8pm Tue-Sun Apr-Sep, 8.30am-7pm Tue-Sun Oct-Mar; w) was the sumptuous palace-fortress of the Muslim governors. Its multifaceted construction, meandering waterways and leafy terraces, with their rising sequence of viewpoints, are a pleasure to visit, especially in the summer heat. | exotización | amplificación | préstamo |

Tabla 8: Ficha de análisis del culturema *alcazaba*

La amplificación de la *alcazaba* malagueña incluye una descripción detallada de algunos elementos arquitectónicos que, desde el punto de vista del mediador, son dignos de ver. Finalmente, la amplificación recoge información de carácter práctico pero a todas luces subjetivo, al recomendar el verano como período óptimo para la visita, en una clara alusión a las buenas condiciones climatológicas del sur de España.

En otros casos, la dificultad es mayor cuando del elemento secundario del culturema no se infiere claramente una función, una característica o un detalle que pueda explicarse con facilidad al viajero. En muchos casos, tampoco llega a transferirse la carga cultural o histórica que subyace detrás de un elemento cultural determinado. Este es el caso de *Torre de la Vela*⁴, que constituye la torre de defensa más grande del conjunto militar de la Alhambra, y que por su altura domina toda la vega granadina. Su nombre procede de la campana que los cristianos colocaron en la torre tras la conquista de la ciudad. Cuando los cristianos tomaron Granada, trajeron una campana cuyo nombre era *La Vela*, o *La centinela*, utilizándola para sonar las campanadas de la victoria desde el punto más alto de la Alcazaba mora. En la lucha entre las religiones, la campana se había convertido en el símbolo del cristianismo, de la misma forma que la lámpara era el símbolo del Islam. El mediador, en este caso, ha optado por transferir únicamente la finalidad fundamental del objeto descrito que estaba destinado a la defensa y a la vigilancia (*Watch tower*), obviando la carga cultural subyacente:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|------------------|---------------|---|------------|-----------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Granada | Torre de la vela | arquitectura | What remains of the Alcazaba is chiefly its ramparts and several towers, the most important and tallest being the Torre de la Vela (Watch Tower), with a narrow staircase leading to the top terrace, which has splendid views. The cross and banners of the Reconquista were raised here in January 1492 | combinada | calco | préstamo |

Tabla 9: Ficha de análisis del culturema *torre de la vela*

Otro culturema que debemos destacar es *alcázar*. La técnica empleada en este caso es el triplete préstamo-amplificación-calco:

⁴ http://www.alhambra.info/alhambra_guia_granada/guia_alhambra_monumental.asp?zona=TorreVela

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 | Técnica 3 |
|-------------------------|---------|---------------------------------|---------------|--|------------|---------------|-----------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Córdoba | alcázar de los reyes cristianos | arquitectura | Continuing southwest from the Mezquita, down Calle Amador de los Ríos, will bring you to the massive fortified Alcázar de los Reyes Cristianos (Castle of the Christian Kings; %957 42 01 51; Campo Santo de los Mártires s/n; adult/child €4/2, Fri free; h10am-2pm & 4.30-6.30pm Tue-Satmid-Oct-Apr, 10am-2pm & 5.30-7.30pm Tue-Sat May, Jun & Sep-mid-Oct, 8.30am-2.30pm Tue-Sat Jul & Aug, 9.30am-2.30pm Sun & public holidays year-round). | combinada | amplificación | calco | préstamo |

Tabla 10: ficha de análisis del culturema *alcázar*

El *Alcázar de los Reyes Cristianos* es una fortificación militar declarado Bien de Interés Cultural. El DRAE define *alcázar* en primer lugar como «*fortaleza o recinto fortificado*» y en segundo lugar como «*casa real o habitación del príncipe, esté o no fortificada*». El mediador en este caso deja claro la doble dualidad de esta construcción al proveer al lector de una breve explicación histórica de las funciones de este edificio. El uso del calco resulta muy conveniente para transferir la información lingüística de una parte del culturema: *Reyes Cristianos*.

4.3 EDIFICIOS DESTINADOS A LA VIDA SOCIAL Y AL OCIO

Las técnicas de traducción amplificación y préstamo se combinan de nuevo para la transmisión del contenido cultural del culturema *alhambra*. En el caso de *alhambra*, la amplificación recoge otro tipo de información que refiere la etimología de la palabra misma:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|----------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Granada | alhambra | arquitectura | The Alhambra takes its name from the Arabic <i>al-qala'at al-hamra</i> (red castle). The first palace on the site was built by Samuel Ha-Nagid, the Jewish grand vizier of one of Granada's 11th-century Zirid sultans (whose own fortress was in the Albayzín). | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 11: Ficha de análisis del culturema *alhambra*

El mediador explica al turista de dónde proviene la palabra *Alhambra* en lo que creemos que es una marcada intención de acercar al viajero a la cultura musulmana y exotizar el texto. La inclusión de la denominación en árabe de esta palabra no aporta información turística de relevancia para el lector, pero lo introduce en el mundo árabe reforzando el color local con el uso de palabras como *vizier* y *sultan* propias del contexto histórico. El contenido principal del culturema queda expresado a través de las explicitaciones *castle* y *palace*, que dan la idea de conjunto fortificado.

El uso del triplete amplificación-calco-préstamo ha quedado registrado para una serie de elementos culturales que necesitan de una mayor explicitación por su gran contenido en información cultural. Este es el caso de la *Sala de la Barca*, una de las estancias de *La Alhambra*, en la que se opta, después de mencionar el culturema en LO, por calcar en la lengua meta la estructura del culturema en la LO, y amplificar el calco lingüístico con una explicitación informativa acerca de la etimología del culturema, como observamos en la siguiente ficha de análisis:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|------------------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Granada | sala de la barca | arquitectura | Through the northern portico, inside the Torre de Comares (Comares Tower), is the Sala de la Barca (Hall of the Blessing) from the Arabic al-baraka for blessing, a word endlessly carved on the walls. This room leads into the square Salón de Comares (Comares Hall), also called the Salón de los Embajadores (Hall of the Ambassadors), where the emirs would have conducted their negotiations with Christian emissaries | combinada | amplificación | calco |

Tabla 12: Ficha de análisis del culturema *sala de la barca*

A través de esta técnica de traducción el mediador consigue transmitir casi la totalidad de la información más relevante de esta sala. Sin embargo, en otros casos no se reproduce este tipo de estrategia para la transmisión de la información cultural. En el caso del culturema *Torre de Comares*, el mediador transmite el culturema con el calco léxico (*Comares Tower*) sin ningún tipo de amplificación adicional. En este caso, pues, no se realiza la mediación sobre el contenido cultural del culturema, pues el mediador omite que su nombre se debe a las vidrieras de colores de los balcones que iluminan la gran sala que ocupa el interior de la torre, denominadas *Comarías*. En este caso, el lector recibe una información muy reducida de esta torre, quizás porque en su interior se encuentra la *Sala de Comares*, que sí merece una atención especial por parte del mediador que, a través la amplificación da cuenta de la función de dicha sala dentro del conjunto arquitectónico.

La técnica combinada del calco y el préstamo es la segunda técnica con más frecuencia de uso en el campo semántico *arquitectura*. Se ha podido constatar que el uso de esta técnica se emplea muy frecuentemente en el caso de tener que realizar la mediación sobre culturemas cuya morfología contiene un elemento universal y otro con una carga cultura específica, como es el caso de *teatro romano*. En este caso, el elemento principal es una realidad común a cualquier cultura, pero lo que genera la dificultad en la traducción es elemento secundario, que es el que aporta la carga cultural. Si observamos las fichas de análisis, observamos que la dificultad en este caso queda salvada haciendo uso del calco léxico:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|--------|---------------|---------------|---|------------|-----------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Cádiz | teatro romano | arquitectura | On the seaward edge of the Barrio del Pópulo, drop into the excavated Teatro Romano (Roman Theatre; %956 21 22 81; Campo del Sur s/n; admission free; h10am-2pm), where you can walk along the gallery beneath the tiers of seating. The remains of the ancient stage are still buried beneath the adjacent buildings. | combinada | calco | préstamo |

Tabla 13: Ficha de análisis del culturema *teatro romano*

Con esta pequeña operación y la información adicional arquitectónica que proporciona el contexto, el mediador considera que queda suficientemente claro el significado y la connotación cultural de este tipo de construcción. Este culturema es propio de la cultura española, pero también es compartido con otras culturas de otros países europeos, por lo que el mediador también aprovecha el carácter transcultural de este culturema y el conocimiento previo del lector y considera que éste forma parte ya del diccionario universal del viajero.

Cabe destacar la elección realizada por el mediador para acercar al visitante o turista no sólo la información turística y cultural del destino turístico, sino también la lengua propia de la cultura sobre la cual se realiza la mediación. En ámbito de la arquitectura el lector se encuentra con palabras propias de la lengua árabe que ayudan a contextualizar el lugar descrito, como es el caso de los *baños árabes*:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|--------|--------------|---------------|---|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Cádiz | baños árabes | arquitectura | Live like a sultan or Muslim princess and pamper yourself at Jerez's new hammam (Arabic baths; %956 34 90 66; www.hammamandalusi.com; Calle Salvador 6; baths €15, plus 15 min massage €25, plus full-body massage €40) or baños Árabes. | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 14: Ficha de análisis del culturema *baños árabes*

La técnica empleada para la mediación incluye el uso del préstamo puro *hammam* tomado de la lengua árabe, junto con la amplificación, que se compone de una traducción literal y la expresión en lengua española. Este uso de la lengua árabe es completamente intencionado por parte del mediador, en un intento de situar el objeto de mediación en conexión con su cultura de pertenencia y extranjerizar lo máximo posible la traducción para darle un mayor «color local».

4.4 EDIFICIOS TURÍSTICOS Y HOTELES

Si existe un elemento cultural por excelencia dentro del ámbito de la arquitectura y el turismo, ese es *parador*. Se trata de una palabra específico-cultural por lo que la dificultad en la transmisión del contenido cultural presenta todo un reto para el traductor. A continuación mostramos la ficha de análisis del culturema *parador*.

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|---------|---------------|---|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Córdoba | parador | arquitectura | Something of a hike if you're not driving, this parador (state-owned luxury hotel) is 3km north of the city centre. | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 15: Ficha de análisis del culturema *parador*

En este caso, de nuevo el mediador ha optado por mantener la denominación en LO a través del uso del préstamo. No obstante, al no disponer de un equivalente funcional o cultural en la LM, el redactor-mediador se ve obligado a indicar las características de este tipo de alojamiento realizando la amplificación en la que se explicitan la información que se considera fundamental sobre este tipo de alojamientos. El mediador realiza una amplificación a través de una pre-modificación adjetival indicando que son hoteles de titularidad estatal y de lujo, si bien la traducción resulta inadecuada, pues no incluye una de sus características más relevantes, como el hecho de que sean en su gran mayoría palacios, conventos, castillos, y edificios singulares en emplazamientos singulares y donde se degusta gastronomía tradicional de las distintas regiones en las que éstos se ubican.

Otro edificio destinado al alojamiento con un claro componente cultural y que presenta gran dificultad para su traducción es *hospedería*. El DRAE recoge hasta 3 acepciones diferentes para este vocablo, que puede referirse a *habitación destinada en las comunidades a recibir huéspedes*, a una *casa particular o de empresa destinada a recibir viajeros o viandantes*, e incluso, a una *casa que las comunidades religiosas tienen en algunos pueblos para hospedar a los regulares de su orden*. En la guía de Málaga se resuelve la traducción exotizando el texto con el uso del préstamo e indicando únicamente que es una casa antigua que ofrece alojamiento:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|--------|------------|---------------|---|-------------|-----------|---------------|
| Lonely Planet Andalucía | Málaga | hospedería | arquitectura | Hospedería Coso San Francisco (%952 84 00 14; Calle Calzada 27-29; s/d €22/35; pai) A friendly place 400m northeast of Plaza de San Sebastián, this 17th-century town house has been completely renovated and refurbished. The 10 rooms are plainly decorated but retain some interesting features from the original building. It has a good restaurant | exotización | préstamo | amplificación |

Tabla 16: Ficha de análisis del culturema *hospedería*

4.5 CONSTRUCCIONES Y CASAS TÍPICAS REGIONALES

Otros culturemas con equivalencia cero que merecen especial mención son aquellos que servían en el pasado para organizar política y administrativamente el territorio. Este es caso de los culturemas *rafal* y *alquería*. En el levante español y algunas zonas de Andalucía y Baleares son habituales este tipo de construcciones, que son una herencia de la arquitectura árabe y que se caracterizan por estar situadas en el campo, y servir para actividades agrícolas y ganaderas.

En la ficha de análisis del culturema *rafal* observamos que el mediador opta por la utilización de la técnica del préstamo y la adaptación a través del uso de *hamlet*, realidad perteneciente a la cultura meta:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|------------------------|----------|---------|---------------|--|---------------|------------|-----------|
| Lonely Planet Mallorca | Mallorca | rafal | historia | With the conquest of Mallorca complete, Jaume I proceeded to divide it up among his lieutenants and allies. The Arab <i>alquerías</i> (farmsteads), <i>rafals</i> (hamlets) and villages were handed over to their new <i>senyors</i> (masters). Many changed name but a good number retained their Arab nomenclature. Places beginning with Bini (Sons of) are Arab hangovers. Many took on the names of their new lord, preceded by the possessive particle <i>son</i> or <i>sa</i> (loosely translated as 'that which is of...'). Jaume I codified this division of the spoils in his <i>Llibre del Repartiment</i> . | domesticación | adaptación | préstamo |

Tabla 17: Ficha de análisis del culturema *rafal*

En el Oxford Dictionary Online se recoge el término *hamlet*, que se define como «a small settlement, generally one smaller than a village, and strictly (in Britain) one without a church». El DRAE, por su parte, define *rafal* como «granja, casa o predio en el campo». Observamos, pues que no existe una correspondencia entre *hamlet* y *rafal* y que el mediador ha optado por naturalizar el culturema adaptándolo a una realidad próxima a la de la cultura meta en lo que consideramos una completa inadecuación de la propuesta traductora.

En nuestro análisis también hemos identificado edificios que representan una realidad cultural típica de amplias zonas de España son las casas tradicionales de campo de las diferentes regiones españolas. Ilustraremos esta categoría con el culturema *cortijo*. El Diccionario de la Real Academia Española lo define como «*finca rústica con vivienda y dependencias adecuadas, típica de amplias zonas de la España meridional*». De nuevo, se trata de una palabra específico-cultural con grado 0 de traducción. La transmisión de la cultura en este caso se ha realizado a través del uso en técnica simple del préstamo:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|--------|---------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Málaga | cortijo | arquitectura | Hotel Cortijo La Reina (%951 01 40 00; www.hotelcortijolareina.com; Carretera Málaga-Colmenar; s/d €116/150; pasw) This Andalusian-style <i>cortijo</i> (country property) is 30 minutes' drive north of Málaga. At 800m it enjoys beautiful views over the valleys, and rooms are sumptuously decorated with four-poster beds and lots of swishy fabrics. A great base for exploring the Parque Natural Montes de Málaga | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 18: Ficha de análisis del culturema *cortijo*

El lector-destinatario puede entender perfectamente por el contexto que se trata de un lugar alejado de un núcleo urbano, aislado y en lo alto de una montaña. Sin embargo, el uso único del préstamo presupone el conocimiento cultural por parte del lector de este tipo de construcciones propias de la mitad sur de España, dedicadas en su mayoría a la explotación agrícola y ganadera y con unas características arquitectónicas e históricas propias. En este caso se ha optado por exotizar el texto sin tener en cuenta la necesidad de trasvasar las peculiaridades arquitectónicas ni decorativas típicas de este tipo de construcciones, sino únicamente destacando su ubicación en el campo y su estilo andaluz (*Andalusian-style country property*).

4.6 PARTES O ELEMENTOS ARQUITECTÓNICOS DE EDIFICIOS O CONSTRUCCIONES

En ocasiones la dificultad reside no en la traducción del edificio u obra arquitectónica en sí, sino en una de las partes o elementos arquitectónicos dichos edificios. Es el caso del culturema catalán *trencadís*, que literalmente significa *troceado* o *hecho picadillo*. Se trata de un tipo de aplicación ornamental del mosaico a partir de fragmentos cerámicos, básicamente azulejos, unidos con argamasa; muy habitual y característico en la arquitectura modernista mediterránea. Para su traducción, se utiliza la combinación de las técnicas estrella, el préstamo más la amplificación:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|------------------------|----------|-----------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Valencia | Valencia | trencadís | arquitectura | Beyond it, the Palau de les Arts Reina Sofia, the most imposing structure, its shell shimmering with bright, white trencadís (slivers-of-broke-tile-mosaic) resembles a supine armadillo. | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 19: Ficha del culturema *trencadís*

Otro culturema de difícil traducción por su condición de palabra específico-cultural es *corral*. El DRAE remite a la nominalización *casa de vecindad*, que describe como «*casa que contiene muchas viviendas reducidas, por lo común con acceso a patios y corredores*». En la guía de Sevilla se explica este culturema haciendo énfasis precisamente en la organización de las viviendas alrededor del patio:

| Guía | Ciudad | Término | Ámbito de uso | Contexto | Estrategia | Técnica 1 | Técnica 2 |
|-------------------------|---------|---------|---------------|--|------------|---------------|-----------|
| Lonely Planet Andalucía | Sevilla | corral | arquitectura | Patio de la Cartuja (Map pp94-5 ; %954 90 02 00; www.patiosdesevilla.com; Calle Lumbreras 8-10; s/d €69/98; pa) Excellent-value accommodation for those wanting to self-cater, this is an apartment hotel in a former <i>corral</i> – a three-storey patio community that was once the typical form of Sevillian lower-middle-class housing. | combinada | amplificación | préstamo |

Tabla 20: ficha del culturema *corral*

La técnica utilizada en este caso es la combinada, que incluye el uso del préstamo más la amplificación, en la que observamos una intención estratégica de exotizar el texto con el uso de *patio*, presuponiendo una vez más el conocimiento lingüístico del lector y viajero, pues *patio* está recogido como voz inglesa en el Diccionario Oxford y se define como «*paved outdoor area adjoining a house*». Se transmite, pues, la carga cultural de modo parcial y se utiliza el conocimiento compartido entre lector y redactor.

5. CONCLUSIONES

En este estudio hemos abordado la traducción de los culturemas en el ámbito de la arquitectura desde la perspectiva del par de lenguas español-inglés con el objetivo principal de analizar las técnicas y estrategias de traducción empleadas y reflexionar sobre los condicionantes y barreras que estos referentes culturales plantean para la traducción.

A modo de resumen podemos decir que la técnica de préstamo y amplificación es la técnica más utilizada en el ámbito arquitectónico. El uso de la denominación en la LO se respeta y se utiliza la amplificación para ofrecer la información específica y más relevante del culturema (su función, sus características más relevantes, su etimología,...) u otro tipo de información práctica y de interés turístico. La dificultad de los culturemas de este campo semántico se halla en los casos en los que nos hallamos ante una palabra específico-cultural, para los que el mediador debe poseer un conocimiento sólido de la cultura y entender las distintas manifestaciones artísticas y el peso específico en la misma cultura y su influencia a lo largo de la historia.

Asimismo, podemos concluir que la transmisión de la función o desempeño principal de los diversos edificios y construcciones arquitectónicas no representa una dificultad para el traductor, pues se dispone de elementos del lenguaje general en la LM con una funcionalidad equivalente o parcialmente equivalente que no incluyen el elemento cultural, pero de los que el traductor se vale para la transmisión del significado primario. Sin embargo, cuando se trata de transmitir la carga cultural de las palabras específico-culturales, a menudo se produce una pérdida parcial que puede resultar, en ocasiones, en una traducción inadecuada. La cultura popular también se halla presente en la arquitectura, a través de culturemas que refieren a los nombres que los oriundos de un lugar utilizan para referirse a los distintos edificios y monumentos arquitectónicos. De nuestro análisis también hemos constatado que existen ciertos culturemas relacionados entre sí (como los diferentes edificios destinados al culto religioso) que necesitan de una gran explicitación por parte del mediador y de un estudio e investigación previos por la especificidad y las peculiaridades que presentan.

En cuanto a la estrategia principal de traducción, podemos afirmar que, si bien se tiende a exotizar claramente el texto para acercarlo a la cultura meta y transmitir el color local, haciendo uso en algunos casos del diccionario universal del viajero, la amplificación del culturema, necesaria para trasvasar la información cultural del mismo, suele comprender técnicas más neutralizantes o el uso de adaptaciones y otros equivalentes cercanos a la lengua y cultura del lector-destinatario, con el objetivo de facilitar su comprensión.

6. BIBLIOGRAFÍA

- A.A.V.V. (2007). *Andalucía*. 5ª edición. Londres: Lonely Planet Publications.
- A.A.V.V. (2008). *Mallorca*. 1ª edición. Londres: Lonely Planet Publications.
- A.A.V.V. (2009). *Spain*. 7ª edición. Londres: Lonely Planet Publications.
- A.A.V.V. (2010). *Valencia Encounter*. 1ª edición. Londres: Lonely Planet Publications.
- Alesón Carbonell, M.A. (2001). «Translating E.S.P.: Introducing English for Tourism to future Translators» en Valero Garcés, C. y de la Cruz Cabanillas, I. (eds.): *Traducción y nuevas tecnologías. Herramientas auxiliares del traductor*. Universidad de Alcalá, 105-113.
- De la Cruz Trainor, M. M. (2004). «Traducción al inglés de términos culturales en textos turísticos» en Gallegos Rosillo, J. A. y Benz Busch, H. (eds.): *Traducción y cultura: el papel de la cultura en la comprensión del texto original*. Málaga: Encasa, 83-114.
- Durán Muñoz, I. (2012). «Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones». *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 103-113.
- Fuentes Luque, A. y Le Poder, M. E. (eds.) (2005). «El turismo en España: panorama introductorio» en *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrio.
- González Pastor, D. M. y Cuadrado Rey, A. (2012). «La traducción de las expresiones idiomáticas en el texto turístico», en *Actas del V Congreso AIETI (Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación)*. vol. I, 47-55, Universitat Jaume I.
- y Candel Mora, M. A. (2014a). «Las técnicas de traducción de los culturemas del ámbito de las fiestas y espectáculos en el texto turístico», en E. Ortega Arjonilla (coord.). *Traducir la cultura*. Granada: Comares, 845-858.
- y Cuadrado Rey, A. R. (2014b). «El léxico en el ámbito de la gastronomía valenciana: un estudio de las técnicas de traducción de los culturemas», en Chelo Vargas Sierra (ed.). *TIC, trabajo colaborativo e interacción en Terminología y Traducción*. Granada: Comares, 345-358.
- González Pastor, D.M. (2017). *¿Cómo se traducen los culturemas del lenguaje turístico? Análisis de estrategias de traducción (español-inglés)*. Granada: Comares (colección Interlingua).
- Kelly, D. (1997). «The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints», *Trans*, 2, 33-42.
- Luque Nadal, L. (2010). *Fundamentos teóricos de los diccionarios lingüístico-culturales. Relaciones entre fraseología y culturología*. Granada: Granada Lingvistica.
- Marangon, G. (2016). «La traducción-adaptación de textos turísticos en la combinación lingüística italiano-español». *Entreculturas*, 7-8, 293-304.
- Molina, L. y Hurtado, E. (2002). «Translation techniques revisited: a dynamic and functionalist approach», en *Méta*, 47, 4, 498-512.
- Navarro Coy, M. y Soto Almela, J. (2014). «La traducción de la idiomática en el contexto turístico español-inglés», en *Paremia*, 23, 135-146. URL <http://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/023/013_navarro-soto.pdf>.
- Newmark, P. (1992). *Manual de Traducción*. Madrid: Cátedra.
- Ortega Arjonilla, E. (2016a). «De comunicación/incomunicación, traducción y cultura. Posibles aplicaciones al estudio interdisciplinar del espacio trasatlántico», *Transatlantic Studies Network, Revista de Estudios Internacionales*, 1, 111-119.
- (2016b). «About Perceptions, Transfer of Meaning and Cultural Barriers in Translation. Sobre percepciones, transmisión del sentido y barreras culturales en la traducción», en GUANG YI. *Lingual, Literary and Cultural Translation (Translation Center. Nanjing University, Taiwan)*, 12, 1-52.
- Payo Peña, L. (2002). «La traducción de las referencias culturales en un texto turístico», en *Puentes: hacia nuevas investigaciones en la mediación intercultural*, 1, 1, 33-45.

- Pérez Vicente, N. (2008). «El culturema en la tipología textual turística: ejemplos de traducción al italiano» en Pegenaute, L., Tricàs, M., de Cesaris, J., Bernal, E. (eds.): *La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI*, vol. I, Barcelona: PPU, S.A.
- Rodríguez Abella, R. M. (2008). «La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía (Análisis de folletos de TURESPAÑA)», en *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione*, 10: 47-69.
- Soto Almela, J. (2013). «La traducción de culturemas en el ámbito del patrimonio cultural: análisis de folletos turísticos de la Región de Murcia», en. *Tonos Digital 24*. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/883>
- Taft, R. (1981). «The Role and Personality in the Mediator», en S. Bochner (ed.): *The Mediating Person: Bridges between cultures*. Cambridge: Schenkman, 53-88.
- UNESCO. *Lista del Patrimonio Mundial*. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
[consulta 16/08/2016]