



¿Mantener o traducir?

*Un análisis de la traducción al inglés de
realia en folletos de atracciones turísticas
en España*

Trabajo fin de grado

Marjolein Hiddink, s1001135

Filología Hispánica

Radboud Universiteit, Nijmegen

Supervisor: Dr. G. Mulder

Segundo lector: Prof. Dr. M. Steenmeijer

Fecha: 12-07-2020

Samenvatting

Dit onderzoek is gericht op het ontdekken van regelmatigheden in de toepassing van vertaalstrategieën die gebruikt worden voor het vertalen van *realia* in de folders van toeristische attracties in Spanje, vertaald van het Spaans naar het Engels. Er wordt verwacht dat het type folder, een reclamefolder of een didactische folder, invloed zal hebben op de keuze voor een bepaalde vertaalstrategie.

Florin en Vlahov definiëren *realia* als woorden of woordcombinaties die objecten of concepten van een cultuur en de sociale en historische ontwikkeling van een natie representeren (Borankulova y Sabik, 2019). Ze hebben geen exacte equivalent in andere talen, door de associaties die in de brontaal met de term gepaard gaan.

Eerder onderzoek naar de vertaalstrategieën die gebruikt worden voor het vertalen van *realia* in folders voor toeristen hebben uitgewezen dat transcriptie en transferentie toegepast worden (Terestyénki, 2011), maar ook dat een combinatie van exotisme en assimilatie wordt gebruikt (Cómitre Narváez en Valverde Zambrana 2014).

Realia hebben een classificatiesysteem waarbij ze worden onderverdeeld in categorieën die elk een eigen kenmerk hebben. Onder anderen Florin (2018), Newmark (1988) en Grit (1997) hebben hun eigen classificatiesystemen ontworpen. Voorbeelden van categorieën binnen een classificatie zijn, ecologie, materiële cultuur en historie. Naast een classificatiesysteem hebben Florin (2018) en Grit (1997) ook hun eigen typologie van vertaalstrategieën opgesteld. Op basis van deze bestaande classificatiesystemen en typologieën worden in dit onderzoek een nieuwe typologie en classificatie voorgesteld om de *realia* in de folders van toeristische attracties te analyseren.

Het resultaat van het onderzoek is dat er regelmatigheden te ontdekken zijn in de toepassing van vertaalstrategieën van *realia* uit bepaalde categorieën. Het soort folder heeft echter weinig invloed op de keuze voor een bepaalde strategie.

Índice

Introducción	3
Capítulo 1: <i>Realia</i>: perspectivas, categorías y estrategias de traducción	5
1.1: Equivalencia cero	5
1.2: ¿Qué son <i>realia</i>?	6
1.3: Denotación y connotación	8
1.4: Estrategias de traducción	9
1.5: Metodología	11
Capítulo 2: Folletos turísticos	13
Capítulo 3: <i>Realia</i> en folletos turísticos	15
3.1: <i>Realia</i> en folletos publicitarios	15
3.1.1: Ecología	15
3.1.2: Cultura material	16
3.1.3: Organizaciones	17
3.1.4: Nombres propios	18
3.1.5: Conceptos	18
3.2: <i>Realia</i> en folletos didácticos	19
3.2.1: Ecología	19
3.2.2: Cultura material	20
3.2.3: Organizaciones	21
3.2.4: Nombres propios	22
3.2.5: Conceptos	23
3.3: Conclusiones	24
Conclusión	25
Bibliografía	28
Anexo: Lista de los <i>realia</i>	34

Introducción

Cualquier persona lo reconoce: estando de vacaciones en el extranjero sin dominar el idioma oficial, leemos la versión traducida de la carta en un restaurante, pero a menudo no es correcta y encontramos traducciones divertidas.

Muchas veces es porque los términos traducidos son específicos de una cultura, pero no conocidos en la cultura de la lengua meta. Son los llamados *realia*, un concepto introducido por los búlgaros Florin y Vlahov (Borankulova y Sabik, 2019). Otros términos usados en la traductología para describir el mismo fenómeno son ‘términos culturales’, ‘referencias culturales’ o ‘objetos reales’. Un traductor tiene más conciencia de la presencia de *realia* que un turista, que a menudo sólo nota los *realia* traducidos incorrectamente.

Los *realia* son un ejemplo de un tipo específico de equivalencia, a saber, la equivalencia cero (Sipka, 2015). Significa que un concepto o una unidad léxica de una lengua no existe en otra lengua. También existen otros tipos de equivalencia, por ejemplo, la equivalencia uno por uno en la que una unidad léxica en la lengua fuente tiene un equivalente con el mismo significado en la lengua meta, o la equivalencia múltiple en la que una unidad léxica tiene múltiples equivalentes.

Una cuestión polémica es la pregunta si es posible traducir los *realia*. Algunos opinan que son tan específicos de una cultura que son intraducibles, otras, como Christiane Nord, opinan que sí es posible traducirlos. Una posibilidad es transformar el texto para que funcione en condiciones parecidas de la cultura meta, o sustituimos el *reale* en la lengua fuente por una unidad léxica en la lengua meta que tiene el mismo significado. (Fernández Guerra, 2012). De cualquier modo, la traducción de los *realia* siempre es un desafío.

Un ejemplo de un *reale* es *la paella*, en el diccionario español-holandés de los años 60 es sustituido por una unidad léxica en la lengua meta que es ‘un plato de arroz valenciano con carne, pescos, verduras, etcétera’ (Dam, 1963). La traducción es así, porque antes *la paella* no era muy conocida en otros países, pero a lo largo del tiempo se ha convertido en un plato popular en otros países y ellos han adoptado la palabra en sus lenguas, como se muestra en el diccionario español-holandés VanDale (s.f.) en el que *paella* es traducido como *paella*.

Una fuente importante de *realia* son los folletos de atracciones turísticas, como museos, iglesias y jardines botánicos. Además de proporcionar información sobre los precios, horarios y las señas del lugar, los folletos intentan convencer a los turistas a visitar la atracción turística mediante textos que describen lo que se puede ver en un museo, o actúan como guía para los visitantes del museo. Frecuentemente, dichos textos tratan de la historia

nacional de España y la ecología local, por lo que son una rica fuente de *realia*. El corpus de la presente investigación incluye folletos de museos, iglesias y jardines botánicos de toda España.

Un aspecto importante en el análisis de los *realia*, que está presente en cada unidad léxica, es la distinción entre la parte denotativa y la parte connotativa del significado, siendo el primero el significado referencial y el segundo las asociaciones personales y/o socioculturales que evocan la unidad léxica. A menudo se refieren a estos aspectos cuando se discuten las palabras tabúes, pero también resulta ser una distinción fundamental para el análisis de los *realia*.

Tomamos como ejemplo la palabra *ataifor*, encontrada en uno de los folletos del corpus, que en la versión inglesa del folleto es traducido como *serving dish*. Es una traducción global en comparación con la palabra española. El significado referencial ‘fuente’ se ha conservado, pero falta la asociación con el mundo árabe como en la palabra española.

Conservar el significado literal en la traducción es una de muchas posibilidades. Otras estrategias de traducción que encontramos en el estudio de los *realia* en folletos turísticos son las de transcripción o transferencia (Terestyénki, 2011) y la combinación de ‘exotización’ (mantenimiento de la unidad léxica con pequeños cambios) y ‘asimilación’ (sustitución de un *reale* de la lengua fuente por otro en la lengua meta) (Cómitre Narvéez y Valverde Zambrana, 2014).

La presente investigación se centra en la traducción de *realia*, pero no sólo enfoca en las estrategias de traducción utilizadas, como en los estudios anteriores, sino que también intenta determinar cuáles son las regularidades en la aplicación de las estrategias de traducción de los *realia* en folletos de atracciones turísticas en España, traducidos del español al inglés. Investigamos si hay una correlación entre el tipo de folleto y la aplicación de cierta estrategia de traducción.

En el primer capítulo se profundizará en la literatura sobre los *realia*, el concepto de equivalencia cero, los dos aspectos del significado de una unidad léxica y las estrategias de traducción utilizadas para los *realia*. El segundo capítulo discute, los folletos de atracciones turísticas en España que han sido utilizados como el corpus de la investigación. En el tercer capítulo se presentará el análisis de los *realia* en los folletos de atracciones turísticas y por último se presentarán las conclusiones.

Capítulo 1: *Realia*: perspectivas, categorías y estrategias de traducción

Para saber qué regularidades encontramos en la traducción de los *realia*, primero conviene definir la categoría de los *realia*, explicar cuáles son los problemas de traducción y qué estrategias se utilizan para la traducción. Así podemos seleccionar los *realia* en los folletos y analizar las estrategias de traducción, para sacar conclusiones sobre su uso en determinadas situaciones.

1.1 Equivalencia cero

Hay unidades léxicas en las que existe una equivalencia uno por uno entre la lengua fuente y la lengua meta. Tomamos como ejemplo la palabra *pendrive*, una memoria externa para almacenar documentos que se puede conectar al ordenador. En todas las culturas se conocen este objeto y el concepto. Sólo tiene un significado, por lo que hablando sobre un ‘pendrive’, ‘Datenstick’ o ‘USB stick’ todo el mundo piensa en el mismo objeto.

Además de la equivalencia uno por uno en la que la unidad léxica tiene el mismo significado en la lengua fuente como en la lengua meta, la unidad léxica en la lengua fuente puede tener múltiples equivalentes en la lengua meta (equivalencia múltiple) (Sipka, 2015), como la palabra inglesa ‘coach’ que podría referir a un ‘autobús’ o un ‘entrenador’. También es posible que la unidad léxica en la lengua fuente tenga un equivalente en la lengua meta con otras funciones (equivalencia parcial) (Sipka, 2015), como la expresión ‘ser pan comido’. Su traducción literal es ‘to be eaten bread’, pero así desaparece el aspecto idiomático. Al mantener el significado idiomático la traducción tendría que ser ‘to be a piece of cake’, pero así desaparece el aspecto semántico.

Una cuarta posibilidad es la equivalencia uno por cero, fenómeno llamado equivalencia cero (Sipka, 2015). Significa que al traducir una palabra a la lengua meta, puede ser que el concepto no existe en la lengua meta pero la palabra sí, cuando se trata de ‘equivalencia cero referencial (entity-related zero equivalence)’, o que el concepto sí existe pero la palabra no, cuando se trata de ‘equivalencia cero conceptual (concept-related zero equivalence)’ (Sipka, 2015).

Un ejemplo de una palabra con ‘equivalencia cero referencial’ es *tauromaquia*. Los toros siguen siendo una característica típica de la cultura española, y el español está lleno de unidades léxicas tomadas de la *tauromaquia*, con términos como ‘picador’, ‘banderilla’ y ‘burladero’ y expresiones idiomáticas como ‘ver los toros desde la barrera’, ‘echar un capote’ y ‘acoso y derribo’. La traducción inglesa de la palabra sí existe, es *bullfighting*, y el concepto

es conocido en el mundo anglosajón, pero el concepto y la cultura tal como existen en España, están ausentes en el mundo anglosajón. Además, el inglés no tiene un rico vocabulario relacionado con *bullfighting*. Concluimos que la palabra inglesa es la traducción literal de *tauromaquia*, pero *bullfighting* no corresponde con el concepto de la palabra española.

Un ejemplo de ‘equivalencia cero conceptual’ es *monte*, que no contiene nada cultural y significa ‘gran elevación natural del terreno’ (RAE.es). Es una palabra no marcada para un paisaje accidentado con vegetación, pero también refiere a una elevación más alta que una colina, pero más baja que una montaña. En el mundo anglosajón se conoce el concepto de ‘elevaciones de la tierra’, pero no hay tantas palabras como en español para diferenciar entre las elevaciones. En inglés se usan, por ejemplo, *hill*, para elevaciones bajas, y *mountain*, para elevaciones altas, pero no existe una palabra para una elevación entre un *hill* o *mountain* como sí es el caso en español.

Los *realia* es uno de los grupos que pertenece a la clase de la equivalencia cero y significa que estos términos nunca tienen una traducción uno por uno.

1.2 ¿Qué son *realia*?

El traductor búlgaro Florin, junto con su colega traductor Vlahov, contribuyeron a la conceptualización del término *realia* en la traductología (Borankulova y Sabik, 2019). Definen los *realia* como palabras o combinaciones de palabras que representan objetos o conceptos en una cultura y el desarrollo social e histórico de una nación, que no tienen un equivalente exacto en otros idiomas, debido a las asociaciones con el término en la lengua fuente (Florin, 2018).

La noción de *realia* puede referir tanto a objetos concretos, como *paella*, como a conceptos abstractos, como términos religiosos o educativos, valores, instituciones, nombres de personas, áreas geográficas, eventos, etcétera, (Leppihalme, 2011) como, por ejemplo, el rey *Felipe IV*. Como los *realia* tienen diferentes características, Florin (2018), Newmark (1988) y Grit (1997), entre otros autores, han intentado clasificar los *realia*. Florin (2018) ha diseñado una clasificación muy detallada que consta de tres categorías principales: *realia* geográficos (p.e. *monte*), *realia* etnográficos (p.e. *Hispania*) y *realia* sociales y territoriales (p.e. *diputación*). Dichas categorías principales están divididas en subcategorías. Grit (1997), por su parte, presenta una clasificación menos detallada que consta de seis categorías principales: términos (1) históricos, (2) geográficos, (3) institucionales privados, (4) institucionales públicos (5) unitarios y (6) socioculturales. La clasificación de Newmark (1988), está basada en la clasificación de Nida (1945). Como traductor de la Biblia, Nida

estudió muchos *realia*, sin utilizar este término, llamándolos ‘words’ que son ‘fundamentally symbols for features of the culture’. Presentó cinco categorías principales, a saber, (1) la ecología, (2) la cultura material, (3) la cultura social, (4) la cultura religiosa y (5) la cultura lingüística. Newmark (1988) la utilizó para su propia categorización de *realia*, llamándolos ‘términos culturales’. Su clasificación es así: (1) la ecología (p.e. *vergel*), (2) la cultura material (p.e. *ñames*), (3) la cultura social (p.e. *cafetería*), (4) las organizaciones, costumbres, actividades, procedimientos y conceptos (p.e. *la reconquista*) y (5) gestiones y hábitos (p.e. *comer con palillos chinos*).

La definición de la noción de *realia* es problemática. Se utiliza el término para referir a conceptos en la lengua fuente que no existen en la lengua meta. Sin embargo, un concepto puede cruzar las fronteras y ser introducido en la lengua meta como calco o préstamo, como la palabra ‘hijab’. Si una unidad léxica está incluida en la lengua meta falta el criterio de desconocimiento que, según Leppihalme (2011), es necesario para llamar algo un *reale*, pero sigue siendo una característica de la cultura de origen, así que la connotación podría ser diferente en ambas culturas.

Otro caso límite son los nombres propios, en la presente investigación nombres geográficos y nombres de personas. En general, no se traducen los nombres propios a menos que sean nombres que dicen algo sobre la persona con este nombre, o que sean los nombres de papas, monarcas, príncipes y santos, etcétera (Cuéllar Lázaro, 2014). Los nombres geográficos no se traducen si son nombres de capitales o calles importantes que el lector conoce. Cuando son menos conocidos, también se transfieren los nombres y además, se da la traducción entre paréntesis (Moya, 1993). En esta investigación se incluyen los nombres históricos y geográficos en la lista de *realia*, porque existe un concepto en España que no existe en otros países.

Además, se podría argumentar que una palabra como *monte*, que discutimos en el párrafo 1.1, es un *reale*. Por una parte no lo es porque la palabra no contiene nada cultural. Es un fenómeno natural, de lo que el concepto existe en más países, pero la palabra para este fenómeno no existe en cualquier país. Por otra parte *monte* sí es un *reale*, en primer lugar, porque existe equivalencia cero conceptual. En segundo lugar, un *monte* es una característica de la geografía e historia de un país que muestra lo que ha experimentado un país. La geografía e historia forman parte de la cultura y por eso también *monte* se puede considerar un *reale*. Sin embargo, en la presente investigación *monte* se considera un fenómeno natural y no un *reale*, por eso no está en la lista de *realia* (ver anexo).

Hay más casos límites. Un caso que sí se considera un *reale* se discute en el capítulo 3.

1.3 Denotación y connotación

Además de equivalencia cero, un *reale* tiene un significado que consta de dos aspectos: el significado denotativo y el significado connotativo. Se puede explicar esta dicotomía sobre la base de la teoría de Saussure (Hall, 1997). Saussure discute un signo, que es un objeto en la realidad, como un sonido, una imagen, etcétera, que consta de un significante y un significado. El significante es la forma, en esta investigación la palabra o la unidad léxica, que se oye, ve o lee. Lo primero que se piensa al percibir esta unidad léxica es el significado, también llamado el significado denotativo o referencial. El significado denotativo evoca otras asociaciones, adquiridas por ejemplo por experiencias previas y estas son el significado connotativo (Ott & Mack, 2009).

Tomamos como ejemplo el *reale ataifor*, encontrado en el folleto del Museo Nacional de Arqueología Subacuática. El significado denotativo es 'fuente'. La palabra es de origen árabe y podría evocar connotaciones relacionadas con el mundo árabe en las personas que ya tienen este conocimiento. El mundo árabe podría referir a construcciones y objetos artísticos, decorados, pero en la palabra inglesa *serving dish* falta el vínculo con el mundo árabe. En este caso se pierde la parte connotativa y sólo la parte denotativa es traducida y un visitante extranjero que lee la versión traducida nunca puede tener las mismas asociaciones que un visitante nacional que lee la versión original.

Además de la referencia a construcciones y objetos artísticos, también refiere a la historia islámica de la península. En el inicio del siglo VIII, los islámicos ocupaban España durante siete años e introdujeron el islam en España. Durante la Reconquista, los cristianos lo han reconquistado. La connotación que alguien podría tener de la palabra *ataifor* depende del conocimiento sobre este acontecimiento en la historia de España. Alguien con mucho conocimiento, podría tener esta connotación, mientras que alguien con poco conocimiento podría tener la connotación de construcciones y objetos artísticos, decorados.

Otro ejemplo que muestra las diferentes connotaciones que un *reale* podría tener es *Guerra Civil*, encontrado en el folleto del Museo de las Momias. Claro que se trata de la guerra civil española de 1936 a 1939 que ha tenido un impacto en la sociedad española hasta hoy en día. Existen diferentes connotaciones. Algunas personas que han experimentado la Guerra podrían tener otras connotaciones que alguien que tiene familiares que han experimentado la Guerra. Además, un extranjero, por ejemplo un estudiante que ha estudiado la historia de España, podría saber más sobre la Guerra Civil y su impacto posguerra que los niños en España ahora. Se debe, entre otros, a los libros escolares en España, que sí prestan

atención a la Guerra Civil, pero menos a la represión posguerra. También se utilizan términos que reducen la gravedad de la situación (Díez Gutiérrez, 2012). Debido a la imagen de la Guerra Civil en los libros escolares, los niños podrían tener otras connotaciones que un extranjero o un familiar mayor.

Guerra Civil es traducido como *Spanish Civil War*, pero un extranjero que ha estudiado la historia de España, o específicamente la historia de la Guerra Civil, tendrá connotaciones diferentes que alguien que no tiene muchos conocimientos de la historia de España y probablemente tenga connotaciones con las palabras ‘war’ y ‘civil war’ en general. Aun así, habrá una diferencia con las connotaciones de los españoles que han experimentado la Guerra por sí mismo o que tienen familiares que lo han experimentado.

1.4 Estrategias de traducción

La traducción de la parte denotativa de un *reale*, en el caso de *ataifor*, es una de las estrategias que se debe aplicar a *realia*, pero hay otras estrategias que se pueden aplicar. Florin (2018) presenta las estrategias de traducir los *realia* en su estudio y explica que hay dos posibilidades para traducirlos a la lengua meta, mediante transcripción y sustitución. Transcripción es la estrategia más fácil, pero si un traductor no la considera suficiente, se puede optar por sustitución, que se puede hacer de diferentes maneras:

A. Introducción de neologismos: Se introducen calcos que se pueden utilizar para la traducción de *realia* de diferentes maneras:

1. Cada palabra se traduce literalmente.
2. Una traducción literal de una parte del *reale* en combinación con el mantenimiento de otra parte en la lengua fuente.
3. La palabra se adapta a la lengua meta por la introducción de flexión y afijos.

También es posible que un traductor introduce un neologismo semántico o una palabra compuesta recién acuñada en la lengua meta que suelen nacer sobre una base etimológica distinta de la de la palabra de la lengua fuente.

B. Traducción aproximada: En este caso se comunica el contenido general en vez del contenido exacto del *reale*. El resultado inevitable es que siempre se pierde la connotación local y/o histórica.

También se puede sustituir la denotación general, como *agua*, por una denotación específica, como *Aquadeus*.

Además, es posible que se sustituya un concepto conocido por un concepto desconocido.

Con estas estrategias el traductor podría tratar de lograr una reacción por parte del lector de la traducción que se considera similar a la reacción del lector del original. Cuando no hay otra opción se utilizan descripciones o explicaciones.

C. Traducción contextual: Esta estrategia se caracteriza por la ausencia de correspondencia con la palabra o las palabras en la lengua fuente. Su contenido o significado es comunicado por un contexto, como es el caso con muchos conceptos vigentes en los países socialistas, que son desconocidos en otros países. Con esta estrategia se sólo comunica el significado referencial, la denotación; se pierde la parte connotativa.

Grit (1997), por su parte, elaboró la siguiente lista de estrategias de traducción:

A. Mantenimiento: Se mantiene el concepto o término en la traducción desde la lengua fuente a la lengua meta.

B. Calco: Se traduce los *realia* literalmente desde la lengua fuente hasta la lengua meta, lo que puede causar problemas cuando alguien no tiene conocimiento previo.

C. Acercamiento: Se busca por una expresión existente en la lengua meta que es similar a la expresión en la lengua fuente.

D. Descripción o definición en la lengua meta: Es una estrategia mucha utilizada, para transmitir la denotación o connotación. Sin embargo, es difícil para utilizarlo en por ejemplo una novela, porque se traduce una palabra a una frase.

E. Traducción del núcleo: Se solo traduce una parte de los *realia*. Solo el significado denotativo más importante de la expresión es traducido.

F. Adaptación: Se traduce la función del término y no las palabras.

G. Omisión: Se utiliza cuando el traductor piense que la denotación del término es irrelevante para el público.

H. Combinación de diferentes estrategias de traducción: Porque cada estrategia tiene sus problemas, suele utilizarse una combinación de estrategias para traducir *realia*.

La elección de una estrategia depende del género del texto (Leppihalme, 2011), en nuestro caso el de los folletos turísticos, y también del objetivo del texto y el público destinatario (Grit, 1997), lo que se discute en el siguiente capítulo.

1.5 Metodología

De cara al análisis en el capítulo 3 se presenta el modelo de análisis de esta investigación. En primer lugar, se han seleccionado folletos de atracciones turísticas en España, con información en español y la traducción de la misma en inglés. Los datos se pueden encontrar al final del trabajo (ver bibliografía).

Después de seleccionar los folletos hemos seleccionado los *realia* y sus traducciones al inglés. Estos ejemplos de *realia* constituyen el conjunto de datos que utilizaré para el análisis, lo que se puede ver en el anexo de la investigación.

Luego analizaremos las traducciones, a base de una clasificación nueva de los *realia* basada en las clasificaciones de Newmark (1988), Florin (2018) y Grit (1997). Con esta clasificación se pueden categorizar los *realia* seleccionados en los folletos. Las categorías que se distinguen son:

1. Ecología: Incluye todos los *realia* que se relacionan con la naturaleza, por ejemplo, animales, vientos o áreas de naturaleza.
2. Cultura material: Incluye *realia* que se pueden tocar, por ejemplo, edificios, como *la Casa del Cura*, u objetos, como *ñames*.
3. Organizaciones: Incluye todos los nombres de organizaciones políticas, gobiernos locales, pero también de otras organizaciones españolas.
4. Nombres propios: Incluye los nombres históricos y geográficos.
5. Conceptos: Incluye los *realia* que no pertenecen a las otras categorías y tienen una connotación.

También determinaré la estrategia de traducción. Las estrategias que se utilizan para categorizar los *realia* y que están aplicadas a los *realia* por los traductores, son basadas a los estudios de Florin (2018) y Grit (1997). Se hace una distinción en tres categorías:

1. Neologismos: Que implica la aplicación de una de las siguientes estrategias:
 - a. Calcos: Las palabras se traducen literalmente, pero se puede añadir un artículo o palabra en la lengua meta.
 - b. Una combinación de las estrategias en esta lista.
2. Traducción aproximada: Que implica la traducción del núcleo, donde sólo se traduce la parte más importante de un *reale*.
3. Mantenimiento: Que implica que no se traduce el *reale* desde la lengua fuente hasta la lengua meta, pero se puede añadir una palabra para aclarar el *reale*.

También es posible la aplicación de la estrategia de mantenimiento y después, entre paréntesis, la traducción inglesa.

Este modelo está diseñado para lograr el objetivo de la presente investigación, a saber, ver qué regularidades hay en la aplicación de estrategias de traducción. Al comparar las diferentes categorías y analizar la denotación y/o connotación de una palabra es posible.

Capítulo 2: Folletos turísticos

Un folleto es un instrumento de comunicación importante para el sector turístico y prácticamente imprescindible para los destinos turísticos y las empresas, atracciones y actividades de un área determinada (Molina Collado, 2007). Por propia experiencia he notado que un folleto o sitio web suele ser la primera introducción a un museo, jardín botánico, una iglesia, etcétera. En base de la información y las imágenes en el folleto uno decide si visita esta atracción o no. Así que para generar publicidad para un museo es importante tener un buen folleto. Para las pequeñas empresas los folletos a veces son la única forma de comunicación utilizada para promocionar sus actividades (Molina Collado, 2007).

Los folletos utilizados para la investigación se pueden dividir en dos géneros. Primero, los folletos publicitarios, que tienen que convencer a un turista de que visita la atracción turística, y que se pueden encontrar, por ejemplo, en la recepción de hoteles. Consisten por una parte en un texto informativo que quiere ofrecer al lector más información y enriquecer sus conocimientos, ilustraciones con texto conciso, títulos o encabezamientos informativos y una presentación completa de servicios y atractivos. Por otra parte consisten en la información ‘básica’ como el mapa, los horarios, precios y teléfonos.

El segundo género son los folletos didácticos que se pueden encontrar en el lugar turístico mismo. También pueden contener información sobre los precios y horarios, pero suele centrarse en la descripción de los objetos en las salas o jardines, como las obras de arte o especies de plantas. No es un folleto de pocas páginas, como el folleto publicitario, que se puede obtener en la recepción de un hotel, sino que estos folletos didácticos podrían tener hasta 25 páginas.

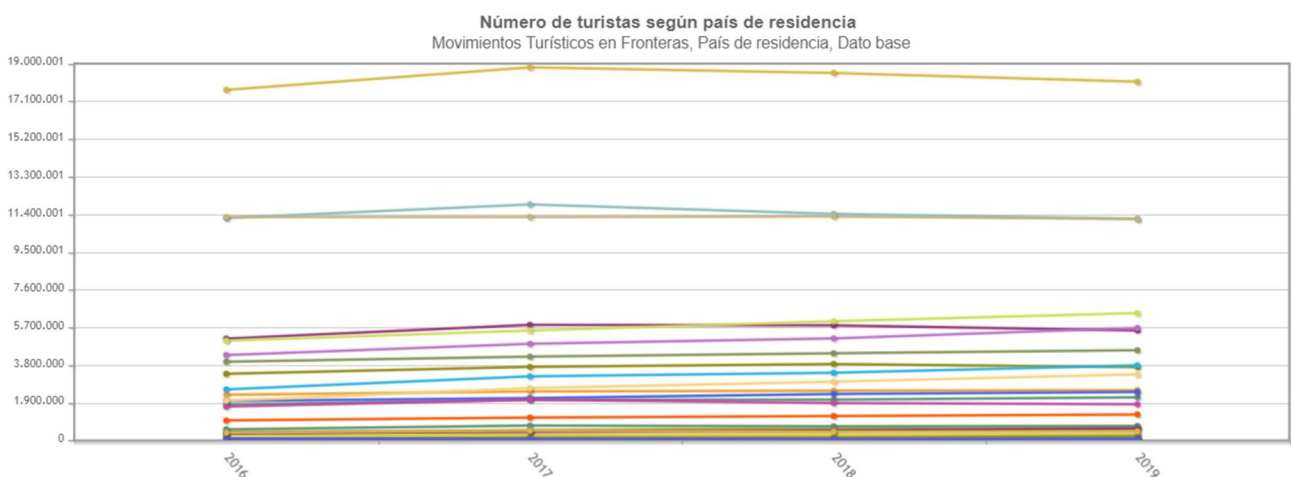
En el caso de los folletos publicitarios, el texto del folleto debe ser breve y convencer al turista a visitar el museo. Una estrategia de traducción como describir o definir un *reale* en la lengua meta es demasiado larga cuando se intenta convencer a alguien y podría ser un motivo de no aplicar esta estrategia en estos casos. Otra posibilidad es dar un calco; que sea más breve lo que podría ser un motivo de aplicar esta estrategia en los folletos publicitarios.

Los folletos didácticos, por lo general, tienen más páginas que los folletos publicitarios. La mayoría consiste en un texto informativo, mientras que en un folleto publicitario el texto informativo es de sólo una o media página. Un folleto didáctico funciona como una guía en un museo, jardín botánico o iglesia, lo que es un motivo para presentar un texto más detallado que el texto publicitario. Además, los visitantes de un lugar turístico suelen visitarlo porque están sinceramente interesados y quieren más información sobre el

lugar. Por eso, se espera encontrar en los folletos didácticos la estrategia de definir o describir un *reale* en la lengua meta.

La necesidad de describir o definir un *reale* también depende del público meta. En este caso, excursiones a un museo, iglesia o jardín botánico son un aspecto del turismo cultural, es decir, el motivo principal de los turistas es conocer la cultura. Para los turistas que ya tienen conocimientos sobre España y/o la lengua española, la información adicional que reciben por medio de la estrategia de definir o describir es menos importante que para los visitantes que no tienen conocimientos previos y que quieren más información para saber más de España.

El objeto de estudio de esta investigación son folletos en español traducidos al inglés, porque la mayoría de los visitantes que vienen a España para pasar sus vacaciones allí son del Reino Unido (Imagen 3.1; INE, 2020). Además, en la actualidad el inglés es una lengua global, siendo casi por antonomasia una lengua franca, por lo que muchos turistas que no vienen de países anglosajones también utilizan los folletos ingleses cuando los folletos en su lengua materna no existen.



3.1 Gráfico. La línea lo más alta representa el Reino Unido, después siguen las líneas de Alemania y Francia, y después de los otros países.

Capítulo 3: *Realia* en folletos turísticos

En los capítulos anteriores hemos discutido el fenómeno de *realia*, sus clasificaciones y las estrategias de traducción y también el corpus de folletos turísticos. En este capítulo se analizan los *realia* encontrados en los folletos. El corpus consta de 118 *realia*, por lo que se ha realizado una selección de los *realia* analizados. Todos los *realia* analizados se pueden encontrar en el anexo y escrito según la ortografía en los folletos. Para cada categoría de la clasificación propuesta en el capítulo 1 fijamos la estrategia de traducción utilizada y cuál podría ser el motivo.

Como se ha discutido en el capítulo 2, podemos distinguir entre dos tipos de folletos turísticos, lo que puede llevar a diferentes estrategias de traducción. En este capítulo se discuten primero los *realia* encontrados en los folletos publicitarios y luego los *realia* encontrados en los folletos didácticos.

3.1: *Realia* en folletos publicitarios

3.1.1: *Ecología*

<i>reale</i>	traducción	estrategia
pyrenaica	“Spanish ibex”	traducción aproximada
el Huerto de Tramoyeres	the Hort de Tramoieres	neologismo: calco
el vergel del mismo	it’s garden	traducción aproximada

Tabla 1: Ejemplos de *realia* ecológicos

Se han seleccionado seis *realia* ecológicos, de los que la mitad tiene una traducción aproximada en la versión inglesa. Un *reale* interesante es *vergel* en el folleto del Museo de las Momias, utilizado para describir dónde Quinto, el lugar donde se encuentra el museo, está situado. Se explica que está ‘en pleno valle medio del Ebro y frontera entre el vergel del mismo y la sequedad de la estepa circundante...’ Un *vergel* es un ‘huerto con variedad de flores y árboles frutales’ (RAE, 2020).

El significado denotativo del *reale* es ‘huerto’. La connotación que alguien tiene al leer el texto, podría ser la de un terreno fértil, grande y amplio, con árboles frutales, flores y muchos colores y olores. En la versión inglesa *vergel* es traducido con *garden* y así probablemente falta la connotación que la palabra española tiene, porque *garden* la forma no marcada, mientras que *vergel* es marcado frente a ‘jardín’.

En este caso se trata de equivalencia cero conceptual. El concepto de un terreno con árboles y flores silvestres sí se conoce en el mundo anglosajón, pero no existe una palabra para esta forma específica de naturaleza. Sólo se podría describirla como un paisaje rústico.

El traductor podría haber optado por la estrategia de la traducción aproximada, siendo lo más importante en la descripción del lugar la distinción entre la fértil y la tierra seca, y no el significado exacto de un *vergel*. Utilizando la palabra *garden*, se refiere al segundo significado de la misma, ‘zona fértil’, lo que corresponde con la parte del significado más importante.

Alguien que tiene el inglés como lengua materna podría entender que se refiere al segundo significado, mientras que un hablante del inglés como segunda lengua no podría conocerlo. Sin embargo, la contradicción es clara para todos, porque un jardín generalmente tiene flores.

3.1.2: Cultura material

<i>reale</i>	traducción	estrategia
Alcazaba árabe	Arabic fortress	traducción aproximada
Ternasco de Quinto	Aragon lamb	traducción aproximada
“La casa del cura”	La Casa del Cura (The Priest’s House, XVIth century)	mantenimiento

Tabla 2: Ejemplos de realia de la cultura material

Se han seleccionado 10 *realia* en los folletos publicitarios que refieren a la categoría de la cultura material de lo que se muestran tres ejemplos en la tabla 2 y el resto se puede encontrar en el anexo. El traductor ha utilizado diferentes estrategias para la traducción, pero la estrategia de mantenimiento en combinación con otra estrategia se ha aplicado en 7 de los 10 *realia*.

También se utiliza la traducción aproximada, como es el caso con *alcazaba árabe* en el folleto del Museo Picasso Málaga. *Alcazaba* refiere a las fortalezas construidas por los islámicos que vivían en España, en aquella época al-Ándalus. En la versión inglesa del folleto es traducido como *arabic fortress*.

La palabra *alcazaba* es de origen árabe, que podemos ver porque empieza con el artículo árabe ‘al’. En este caso el adjetivo *árabe* sigue el *reale alcazaba*, lo que hace que cada persona piense al mundo árabe, pero las connotaciones dependen del conocimiento de alguien sobre la historia de España. Una persona que sabe que es una palabra de origen árabe y conoce la historia de España podría tener connotaciones relacionadas con esa historia, mientras que alguien que no tiene estos conocimientos podría tener connotaciones relacionadas con el significado denotativo ‘fortaleza’.

La palabra inglesa *fortress* no es de origen árabe y por eso falta la connotación con el mundo árabe. Debido al adjetivo *arabic*, sí es posible vincular la fortaleza con el mundo árabe y dependiendo del conocimiento que los extranjeros tienen podrían tener las mismas connotaciones que los lectores del texto español.

Es posible que el traductor haya elegido una traducción aproximada en lugar de mantenimiento, porque el museo sólo quiere mencionar que está situado en las proximidades de la *alcazaba*. *Fortaleza* es una palabra más común que *alcazaba* y los turistas podrían vincularla más fácilmente con el entorno que esta última.

3.1.3: Organizaciones

<i>reale</i>	traducción	estrategia
Compañías de Guardiamarinas	Guardamarinas Companies	neologismo: calco
el Depósito Hidrográfico	the Hydrographic Deposit	neologismo: calco
el Instituto Hidrográfico de Cádiz	the Hydrographic Institute of Cádiz	neologismo: calco

Tabla 3: Ejemplos de *realia* de nombres de organizaciones

En los folletos publicitarios se usan pocos *realia* que pertenecen a la categoría de las organizaciones. Se encuentran sólo en el folleto del Museo Naval de Madrid, como una lista para explicar la procedencia de la colección del museo.

Los *realia* están en la misma lista y en la lengua meta son todos calcos. Tomamos como ejemplo *el Depósito Hidrográfico*, una institución que se dedicaba, entre otros, a la creación del Atlas marítimo de España. En 1932 desapareció administrativamente y se fusionó con el Instituto Hidrográfico de la Marina (“Déposito Hidrográfico”). Antes era una institución importante para la marina y la navegación.

Para los que no tengan conocimientos de la marina o navegación el significado denotativo podría ser ‘institución’ u ‘organización’, que es muy general. Las connotaciones serían, por supuesto, también diferentes, porque tiene que derivarlas del *reale*, mientras que alguien con conocimientos al respecto podría tener connotaciones relacionadas con el Atlas marítimo.

En la versión inglesa el *reale* es traducido como *the Hydrographic Deposit*. Los turistas internacionales probablemente tengan tantas connotaciones al ver el *reale* que los españoles que no están familiarizados con la marina y la navegación.

El traductor podría haber elegido esta estrategia, porque ya se puede deducir bastante información de las palabras que forman el *reale*. Además, se trata de información secundaria y no es tan importante conocer toda la organización de donde proviene parte de la colección.

3.1.4: Nombres propios

<i>reale</i>	traducción	estrategia
Felipe IV y Felipe V	Philip IV and Philip V	mantenimiento

Tabla 4: Ejemplo de nombres propios

El *reale* en la tabla 4 es el único ejemplo de un *reale* en los folletos publicitarios que pertenece a la categoría de los nombres propios. Está en el folleto del Museo del Prado.

Felipe IV fue el rey de España durante la Guerra de los Ochenta Años y el declive y ruina de la Monarquía Hispánica (“Felipe IV de España”). *Felipe V*, el nieto del rey Luis XIV de Francia, fue proclamado rey de España en 1700, tras la muerte del rey Carlos II y la Guerra de Sucesión (“Felipe V de España”). Los dos reyes son importantes figuras históricas.

El significado denotativo de ambos nombres es ‘rey’. Las connotaciones de los españoles podrían ser diferentes de las connotaciones de los turistas internacionales. Durante la Guerra de los Ochenta Años, la monarquía hispánica englobó gran parte de la presente Europa. Los reyes sí son conocidos en los otros países, pero puede ser que los turistas internacionales tengan otras connotaciones, porque conocen la historia de la guerra desde la perspectiva de su país de origen, mientras que los españoles conocen la historia desde la perspectiva de España. Las personas con menos conocimientos sobre la historia, podrían tener connotaciones más generales que pertenecen al significado denotativo.

Explicando el origen de las pinturas francesas del Prado se dice: ‘Las relaciones hispano-francesas durante el siglo XVII y las adquisiciones de algunos reyes, como Felipe IV y Felipe V, están en la base de la colección...’ El mantenimiento de los nombres en la versión inglesa del folleto en este caso es suficiente. Sólo se quiere aclarar de dónde viene la colección de pintura francesa y todos podrían entenderlo a base del texto, tanto los turistas sin conocimientos históricos, como los turistas que sí los tienen y que podrían tener connotaciones con respecto a Felipe V y su abuelo Luis XIV de Francia.

3.1.5: Conceptos

<i>reale</i>	traducción	estrategia
de entreguerras	between the wars	neologismo: calco
periodo Auriñaciense	Aurignacion period	neologismo: calco

los Reyes Católicos	their Majesties the Catholic King and Queen of Spain	traducción aproximada
---------------------	--	-----------------------

Tabla 5: Ejemplos de realia de la categoría conceptos

De los ocho *realia* que pertenecen a la categoría de los conceptos, seis se traducen mediante la introducción de un neologismo en la lengua meta, que puede ser un calco o una combinación de diferentes estrategias.

Un ejemplo de un *reale* en el folleto español que es un calco en la versión inglesa del folleto es *de entreguerras* encontrado en el folleto del Museo Thyssen-Bornemisza, un museo de arte. El período *de entreguerras* es el período entre las dos guerras mundiales, en España, entre otros, caracterizado por el crack de la bolsa, la Segunda República y el golpe de estado que desembocó en la Guerra Civil.

Como se ha explicado anteriormente, las personas que experimentaron ese período por sí mismas, o que tienen familiares que lo experimentaron podrían tener otras connotaciones que las personas que no tienen esa experiencia.

En este caso se trata de equivalencia cero referencial. En el inglés existen diferentes términos para describir el período, como, ‘period between the Wars’, ‘Interwar Period’ y ‘Interbellum’, pero el concepto de ese período, probablemente, es diferente en el mundo anglosajón y otros países europeos que en España. Como cada país vivió ese período de una manera diferente, las connotaciones de los españoles podrían ser diferentes de las connotaciones de los turistas internacionales.

En la versión inglesa *de entreguerras* es traducido como *between de Wars* y no se ha añadido nada en la traducción sobre lo que implica ese período para España. Podría ser porque es una descripción que forma parte de una leyenda, por lo que tiene que ser lo más breve posible. Además, es un folleto publicitario y es posible que se dé más información durante la visita al museo.

3.2: Realia en folletos didácticos

3.2.1: Ecología

<i>reale</i>	traducción	estrategia
el cantábrico	the Cantabrian área	neologismo: calco
los vientos Alisios	northeast Trade Winds	traducción aproximada
los vientos Alisios	the Alisian Winds	neologismo: calco

Tabla 6: Ejemplos de realia ecológicos

De los *realia* encontrados en los folletos didácticos, sólo siete pertenecen a la categoría de la ecología. La mayoría, cinco, son traducidos mediante un calco en la lengua meta.

El *reale los vientos Alisios*, ocurre dos veces en el texto informativo del folleto de La Casa de Colón, discutiendo la influencia de los vientos en el viaje a América y la influencia en la isla de Gran Canaria. Para la traducción a la versión inglesa, la primera vez se utiliza la estrategia de la traducción aproximada y la segunda vez el *reale* se transforma en un calco, como se puede ver en la tabla 6.

Los vientos Alisios son vientos que sólo existen en el sur de Europa y que soplan durante todo el año, excepto cuando viene el fenómeno meteorológico el Niño (“El Niño (fenómeno)”). Los españoles que tienen conocimiento del clima o que han experimentado el Niño, podrían tener otras connotaciones que los que no tienen este conocimiento. Ellos podrían derivar las connotaciones del significado denotativo *viento*.

En el Reino Unido y los países de Europa del norte no existen *los vientos Alisios*, pero sí tienen palabras para describir el fenómeno y conocen los vientos. Existe una equivalencia cero referencial.

Al tener conocimiento del clima los turistas internacionales podrían tener las mismas connotaciones que los españoles con conocimiento, mientras que los turistas internacionales sin conocimiento podrían tener connotaciones iguales a los españoles sin conocimiento.

Los vientos Alisios la primera vez es traducido como *Northeast Trade Winds*, lo que podría evocar connotaciones derivadas de las palabras en las que consiste la traducción. La segunda vez es traducido como *the Alisian Winds*. Las diferentes estrategias de traducción podrían ser porque el traductor en primer lugar, quería dar información adicional a un fenómeno quizás no bien conocido. Es el único viento que se discute en el folleto y en ambas situaciones en relación con las Islas Canarias, por lo que podría ser claro que trata del mismo viento y el traductor la segunda vez ha elegido otra estrategia más cerca de la palabra original.

3.2.2: Cultura material

<i>reale</i>	traducción	estrategia
el Códice Calixtino	the Codex Calixtinus	neologismo: calco
la ermita de San Juan	the San Juan shrine	traducción aproximada
la Casa de Contratación	the Casa de la Contratación, (Seville Trade House)	mantenimiento

Tabla 7: Ejemplos de *realia* de la cultura material

Los folletos turísticos en el corpus contienen 28 *realia* que pertenecen a la categoría de la cultura material. La estrategia de la traducción aproximada se utiliza en muy pocos casos, mientras que la introducción de neologismos y la estrategia del mantenimiento son más comunes. Lo que sí es el caso cuando se aplica la estrategia de mantenimiento es que después del *reale* original sigue la traducción inglesa entre paréntesis.

El *reale* *Códice Calixtino* se ha encontrado en el folleto sobre la peregrinación como fenómeno universal y es un manuscrito, probablemente escrito por un monje francés, que contiene docenas de textos y se guarda en la Catedral de Santiago de Compostela (“Codex Calixtinus”).

Se podría decir que el *Códice* pertenece a la fe católica y no forma parte de la cultura española, pero sí se ha incluido en la lista de los *realia*, porque también tiene otro significado para España, lo que hace que el concepto en España del *Códice* es diferente al concepto del objeto en el Reino Unido por ejemplo. Los españoles utilizan el *Códice* para estimular la peregrinación a la tumba de Santiago y el *Códice* también asegura que más turistas vengan a España.

Los españoles que han viajado al *Códice*, tienen conocimiento sobre el objeto o trabajan a lo largo de la ruta de la peregrinación, podrían tener otras connotaciones de los españoles que no tienen experiencias previas con el objeto. Los que no tienen conocimiento podrían tener las mismas connotaciones que los turistas internacionales, pero si los turistas tienen conocimiento podrían tener otras connotaciones.

El *reale* es traducido como *the Codex Calixtinus*. El traductor podría haber elegido por esta manera, porque es un objeto que forma una pequeña parte de la información en el folleto, da otra palabra al objeto sólo es confuso. En la versión española no se aclara lo que es para los que no lo saben y también podría ser un motivo para no aclarar *the Codex* en la versión inglesa, de esta manera la gente podría buscar en el internet lo que es.

3.2.3: Organizaciones

<i>reale</i>	traducción	estrategia
la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía	the Department of Culture of the Regional Government of Andalusia	traducción aproximada
la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando	la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando	mantenimiento
Caja de Asturias	Caja de Asturias	mantenimiento

Tabla 8: Ejemplos de *realia* de nombres de organizaciones

Los folletos didácticos contienen 20 *realia* que pertenecen a la categoría de las organizaciones. En dos casos se aplica la estrategia de la traducción aproximada, mientras que en los otros casos se eligen un calco en la lengua meta o la estrategia de mantenimiento.

El *reale la Consejería* se encuentra en el folleto de la Alcazaba de Almería, discutiendo que *la Consejería* se esfuerza en modernizar los museos andaluces, como la alcazaba. Es un ‘departamento de un gobierno de una comunidad autónoma’ (RAE, 2020) en lo que la gente que forma parte de una *consejería* tiene la misma función que los departamentos del gobierno nacional, enfocándose en la educación, la cultura, etcétera (“Consejería (España)”).

En este caso se trata de equivalencia cero referencial, el concepto sí se conoce pero no existe en el Reino Unido pero sí tienen palabras para nombrar estos gobiernos regionales. No se conoce el concepto en el Reino Unido, porque tiene otro sistema político que España. Sí se hace una distinción entre los diversos temas como la educación y la salud, igual que en España, pero se hace sólo a nivel nacional. Luego, el gobierno regional toma las decisiones y realiza la acción.

En la versión inglesa del folleto el *reale* es traducido como *department*, pero porque el sistema político en, entre otros, el Reino Unido es diferente que lo de España es probable que los turistas internacionales tengan otras connotaciones que los turistas nacionales, a no ser que tengan conocimiento sobre el sistema político español.

La estrategia aplicada es la de la traducción aproximada, porque a pesar de que se conoce el concepto en el mundo anglosajón, no tienen un nombre para este concepto y es necesario utilizar una palabra que acerca el significado de la palabra española. No se necesita definir o describir el *reale* en la lengua meta, porque es información secundaria que se da además de la información sobre la alcazaba y en ambos folletos ya se explica lo más importante que hace la *consejería* de Cultura.

3.2.4: Nombres propios

<i>reale</i>	traducción	estrategia
la isla de “La Española”	the island of Hispaniola	neologismo: calco
María Luisa de Saboya	Marie Louise of Savoy	mantenimiento
Rey Santo Fernando III	Ferdinand III	mantenimiento

Tabla 9: Ejemplos de nombres propios

Los folletos didácticos contienen ocho *realia* que pertenecen a la categoría de los nombres propios. La mayoría es traducida con la estrategia de mantenimiento, mientras que en otros casos se ha aplicado la introducción de un neologismo.

Un ejemplo de la introducción de un neologismo es *la isla de “La Española”* en el folleto de la Casa de Colón. *La Española* es una isla del mar Caribe donde Cristóbal Colón llegó en su primer viaje a América. Al regresar quería crear una nueva ciudad en la isla, la actual República Dominicana, llamada ‘La Isabela’, en honor a la reina de Castilla (“La Española”).

Los turistas nacionales que no tengan conocimientos de la historia de la isla, podrían tener connotaciones relacionadas con la España actual, siendo el nombre español *la Española*, mientras que los turistas internacionales que no tengan conocimientos sobre la isla, o sólo un poco, tendrán connotaciones relacionadas con Hispania, que era el nombre de la Península Ibérica. Pasa porque en la versión inglesa la isla es llamada *Hispaniola*.

Los turistas nacionales e internacionales que sí tienen conocimientos sobre la historia de la isla, podrían saber que Cristóbal Colón descubrió la isla. En la época de Colón, el nombre ‘España’ se refirió a la Península Ibérica. Si los turistas lo saben podrían tener las mismas connotaciones.

En este caso el conocimiento que alguien tiene de la isla no es tan importante, porque la isla forma parte de una lista de los viajes que hizo Colón. Por eso la introducción de un calco en la lengua meta es suficiente y no es necesario que el traductor describe lo que es *la isla de “La Española”*.

3.2.5: Conceptos

reale	traducción	estrategia
la Guerra de Sucesión	the War of the Spanish Succession	neologismo: calco
la reconquista	the “Reconquest”	neologismo: calco
costumbrismo español	Spanish Genre	traducción aproximada

Tabla 10: Ejemplos de realia de la categoría conceptos

Se han encontrado 26 *realia* que pertenecen a la categoría de los conceptos en los folletos didácticos. La mayoría de los *realia* es traducida a la lengua meta por la introducción de un neologismo, mientras que se ha aplicado la estrategia de mantenimiento en tres casos.

Uno de los *realia* encontrados es *la reconquista* en el folleto de la Santa Iglesia Catedral de Sevilla, mencionado que después de *la reconquista* la mezquita se convirtió en dicha catedral.

La reconquista es el término tradicional para referirse a la Península Ibérica islámica en la Edad Media. Durante mucho tiempo los islámicos y los cristianos convivían, pero mediados del siglo XV los islámicos fueron expulsados de la Península Ibérica por los

cristianos. En la versión inglesa del folleto es traducido como *the "Reconquest"*. Es una palabra que la mayoría de los turistas internacionales, hablantes del inglés que vienen a España, podrían conocer. Pero el concepto de *la reconquista* no existe en los otros países europeos. *La reconquista* es un período histórico que tiene su impacto hasta hoy en día, porque todavía existen construcciones árabes. Como la palabra es conocida, pero no así el concepto, se trata de equivalencia cero referencial.

En España se enseña este período en el colegio (Rasskin-Gutman y Brescó de Luna, 2019), por lo que es probable que casi todos los españoles sepan qué es *la reconquista*. En base a su conocimiento los españoles podrían tener connotaciones propias. Turistas internacionales que tienen conocimiento sobre este período podrían tener connotaciones parecidas, mientras que los turistas internacionales sin conocimientos al respecto podrían tener otras connotaciones.

El traductor no ha optado por la opción de dar información adicional sobre *la reconquista*, mientras que para los turistas sin conocimientos podría ser importante, porque así podrían entender por qué antes era una mezquita y ahora un catedral.

3.3: Conclusión

Después del análisis de los *realia* se puede concluir que no existen grandes diferencias entre los folletos publicitarios y didácticos con respecto a la aplicación de las estrategias de traducción a los *realia*.

Sí, se han encontrado regularidades en la aplicación de las estrategias, como los *realia* de origen árabe en la categoría de la cultura material, que no tienen equivalente en inglés, que son traducidos por la aplicación de la estrategia de la traducción aproximada.

Otra regularidad es la traducción de los *realia* en la categoría de los conceptos. Suelen ser traducidos mediante la introducción de un calco, por lo que los turistas internacionales que no tienen conocimientos sobre el concepto, nunca podrían tener las mismas connotaciones que los turistas nacionales.

Además de estas regularidades, se han encontrado más regularidades que se discuten en el siguiente capítulo, la conclusión.

Conclusión

Los *realia* son unidades léxicas que representan una cultura y que seguirán existiendo mientras existan diferentes culturas. No tienen un equivalente en otra lengua, refieren tanto a objetos concretos como conceptos abstractos y suelen ser divididos en categorías con un tema específica.

La definición de la noción de *realia* es problemática. Cada investigador tiene sus criterios para determinar lo que es un *reale*, por lo que una unidad léxica que un analítico sí considera un *reale*, otro no lo podría considerar como tal. Debido a que falta una definición clara podría ser que las unidades léxicas que en la presente investigación se consideran *realia*, otros estudiosos no lo consideraran así.

En el análisis de la traducción de un *reale* es fundamental tener en cuenta varios aspectos. Una es la equivalencia cero, el hiperónimo de *realia*, que quiere decir que no existe un equivalente de un *reale* en la lengua meta. Cuando la unidad léxica existe en la lengua meta, pero no el concepto, se habla de ‘equivalencia cero referencial’; si es al revés, se habla de ‘equivalencia cero conceptual’.

Otro aspecto fundamental son los aspectos del significado de un *reale*, a saber, el significado denotativo, que es el referente de la unidad léxica, y el significado connotativo, la idea o el concepto que tenemos en nuestra mente por experiencias previas. Una denotación normalmente es igual para todos los hablantes, pero las connotaciones a menudo difieren, dependiendo del conocimiento que un hablante tiene de la unidad léxica.

Es un desafío traducir los *realia*, y según muchos es una tarea imposible. Aun así, varios investigadores han estudiado qué estrategias se utilizan para traducir los *realia*. En esta investigación se han analizado qué estrategias se han utilizado para la traducción de los *realia* seleccionados y cuáles son las regularidades en la aplicación de estas estrategias a base de una clasificación nueva.

Los *realia* investigados vienen de los folletos de atracciones turísticas, como museos, jardines botánicos e iglesias, de toda España. Se han seleccionado la palabra del folleto en español y su traducción en la versión inglesa de lo mismo. Se pueden distinguir dos tipos de folletos. En primer lugar, los folletos publicitarios, que sirven para convencer a los turistas visitar la atracción turística y en segundo lugar los folletos didácticos que funcionan como una guía, que acompaña los turistas por el museo y contiene información sobre los objetos que se pueden ver. En el análisis se ha seguido esta distinción, porque resultó ser tan importante.

En base al análisis se podría concluir que no existen muchas diferencias en la aplicación de cierta estrategia de traducción a los *realia* en los folletos publicitarios o didácticos cuando pertenecen a la misma categoría de clasificación.

En casi todos los casos, la estrategia más utilizada para la traducción de un *reale* de cierta categoría es la misma tanto en los folletos publicitarios como en los folletos didácticos. En la categoría de la cultura material y la de las organizaciones las estrategias más utilizadas son la introducción de un calco o la estrategia de mantenimiento, mientras que en la categoría de los nombres propios es sólo la estrategia de mantenimiento y en la categoría de los conceptos es la introducción de un neologismo.

En la categoría de la ecología sí existe una distinción. En los folletos publicitarios se aplica frecuentemente la estrategia de la traducción aproximada y sólo una vez se introduce un calco, mientras que en los folletos didácticos la introducción de un calco es la estrategia más utilizada. Podría ser porque los folletos publicitarios sólo quieren centrarse en características importantes para entender el texto. Para los folletos didácticos se necesitan palabras parecidas al *reale*, con un significado más o menos similar, por lo que el traductor podría optar por una traducción literal.

Con respecto a las regularidades en la aplicación de las estrategias de traducción, se podría concluir que cuando se mencionan objetos concretos de la categoría de la cultura material, como *el Códice Calixtino* o *La Casa del Cura*, que son únicos, porque son religiosos, se aplica la estrategia de mantenimiento y se introduce un neologismo. Cuando se trata de un *reale* de origen árabe, que no tiene equivalente en inglés, se puede aplicar la estrategia de la traducción aproximada.

De la categoría de las organizaciones se podría concluir que en los casos en los que se deduce ya suficiente información del nombre de la organización, como en *el Depósito Hidrográfico*, se podría introducir un calco en la lengua meta. Cuando se trata de un departamento político como *consejería* se traduce el *reale* y puede aplicar la estrategia de la traducción aproximada, porque hay una equivalencia cero referencial.

Como se ha discutido en el capítulo 1 no se suelen traducir los nombres propios de personas, y es también lo que ocurre con los *realia* en esta investigación: los nombres propios, que no dicen nada sobre las personalidades de las personas, se mantienen en la lengua meta. También se mantienen los nombres geográficos, a veces se introduce un neologismo, pero nunca se aplica la estrategia de la traducción aproximada.

De las traducciones de los *realia* en la categoría de los conceptos que son propios de la cultura española, se podría decir que frecuentemente son traducidos mediante la introducción de un calco. Los turistas podrían deducir algo del significado denotativo, pero cuando no tienen ningún conocimiento sobre un concepto importante en la cultura española, nunca podrían tener las mismas connotaciones que los turistas nacionales. La adición de información sobre el concepto podría ser una solución.

No sólo en la categoría de los conceptos las connotaciones de los turistas podrían variar, sino también en las otras categorías. Las connotaciones dependen del conocimiento que uno tiene de un *reale*, si lo ha experimentado por sí mismo o por familiares o sólo sabe lo que le han enseñado en los colegios.

La presente investigación no tiene un corpus de la misma cantidad de folletos publicitarios que folletos didácticos. Por lo que no podemos concluir que el número de *realia* en los folletos publicitarios es más bajo que el número de los *realia* en los folletos didácticos.

Además, esta investigación se centra en dos aspectos de *realia*, que influyen en su traducción que son los dos aspectos del significado y la equivalencia cero. Sin embargo, existen más aspectos que se podrían tener en cuenta al analizar traducciones. Por ejemplo, es posible que la opinión del cliente tenga influencia en la elección de una estrategia sobre la otra. También el lugar de un *reale* podría influir en la elección de una estrategia. Es posible que se opte por una estrategia si el *reale* forma parte de la oración principal y se opte por otra si forma parte de la oración subordinada. Sin embargo, en esta investigación los dos aspectos mencionados son suficientes para concluir que existen regularidades en la aplicación de estrategias de traducción de *realia*.

Bibliografía

1. Corpus

Folletos turísticos:

- “Alcazaba of Almería.” Junta de Andalucía (2018).
- “Aljibes árabes.” Almería Ciudad. Conseguído en enero de 2020.
- “ARQUA (español).” Museo Nacional de Arqueología Subacuática (2016).
- “ARQUA (inglés).” Museo Nacional de Arqueología Subacuática (2016).
- “Casa del Cine Almería.” Almería Ciudad. Conseguído en enero de 2020.
- “Columbus House.” Conseguído en febrero de 2020.
- “Diviértete, es un museo.” MUJA, Museo del Jurásico de Asturias (2018).
- “Enjoy, it’s a Museum.” MUJA, Museo del Jurásico de Asturias (2018).
- “Guía del visitante.” Jardín Botánico Atlántico (2013).
- “Jardí Botànic.” Universitat de València. Conseguído en marzo de 2020.
- “Jardins de Cap Roig (español).” Obra Social “la Caixa”. Conseguído en marzo de 2020.
- “Jardins de Cap Roig (inglés).” “La Caixa” Foundation. Conseguído en marzo de 2020.
- “Jayran Reservoirs.” Almería Ciudad. Conseguído en enero de 2020.
- “La Alcazaba de Almería.” Junta de Andalucía (2018).
- “La Aventura del Conocimiento.” La Ciutat de les Arts i les Ciències València (2020).
- “La Casa de Colón.” Conseguído en febrero de 2020.
- “La Catedral Gótica más grande del mundo.” Santa Iglesia Catedral de Sevilla. Conseguído en marzo de 2020.
- “La peregrinación como fenómeno universal.” Conseguído en mayo de 2020.
- “Museo de Altamira.” Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015).
- “Museo de Altamira.” Ministry of Education, Culture and Sports (2014).
- “Museo de America (español).” Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016).
- “Museo de America (inglés).” Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2013).
- “Museo de Bellas Artes de Asturias (English).” Gobierno del Principado de Asturias y Ayuntamiento de Oviedo (2016).
- “Museo de Bellas Artes de Asturias (español).” Gobierno del Principado de Asturias y Ayuntamiento de Oviedo (2016).

- “Museo de la Guitarra.” Almería Ciudad. Conseguído en enero de 2020.
- “Museo de la Minería y de la Industria de Asturias.” Fundación Nuevas Tecnologías y Cultura (marzo de 2016).
- “Museo de las Momias.” Quinto Zaragoza. Conseguído en marzo de 2020.
- “Museo de las Peregrinaciones y de Santiago.” Xunta de Galicia (2016).
- “Museo Nacional de Artes Decorativas.” Ministerio de Cultura y Deporte (2016).
- “Museo Nacional de Artes Decorativas.” Ministry of Education, Culture and Sports (2016).
- “Museo Nacional de Ciencia y Tecnología (MUNCYT).” Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Conseguído en mayo de 2020.
- “Museo Naval.” Ministerio de Defensa (2011).
- “Museo Picasso Málaga (Información Castellano).” Legado Paul, Christine y Bernard Ruiz-Picasso y Junta de Andalucía. Conseguído en febrero de 2020.
- “Museo Picasso Málaga (Information English).” Legado Paul, Christine y Bernard Ruiz-Picasso y Junta de Andalucía. Conseguído en febrero de 2020.
- “Museo Provincial de Lugo.” Red Museística de la Deputación de Lugo. Conseguído en febrero de 2020.
- “Museo Thyssen-Bornemisza (español).” Gobierno de España y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016).
- “Museo Thyssen-Bornemisza (English).” Gobierno de España y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016).
- “Museum of Pilgrimage and Santiago.” Xunta de Galicia (2016).
- “National Science and Technology Museum.” Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Conseguído en mayo de 2020.
- “Naval Museum.” Ministerio de Defensa (2011).
- “Pilgrimage as a universal phenomenon.” Conseguído en mayo de 2020.
- “Plan 2019-2020 English.” Museo del Prado 200 años (2019).
- “Plano 2019-2020 español.” Museo del Prado 200 años (2019).
- “Provincial Museum of Lugo.” Lugo Provincial Museum Network. Conseguído en febrero de 2020.
- “Quinto’s Mummy Museum.” Quinto Zaragoza. Conseguído en marzo de 2020.
- “Salvador Dalí: Apprentice Painter.” Dalí Theatre – Museum (2017).
- “Salvador Dalí: Aprendiz de Pintor.” Teatro – Museo Dalí (2017).

- “The largest Gothic Cathedral in the world.” Holy Church Seville Cathedral. Conseguido en marzo de 2020.
- “The Mining and Industry Museum of Asturias.” Fundación Nuevas Tecnologías y Cultura (abril de 2016).
- “Villa Romana: La Olmeda (español).” Diputación de Palencia. Conseguido en febrero de 2020.
- “Villa Romana: La Olmeda (inglés).” Diputación de Palencia. Conseguido en febrero de 2020.
- “Villa Romana: La Tejada (español).” Diputación de Palencia. Conseguido en febrero de 2020.
- “Villa Romana: La Tejada (inglés).” Diputación de Palencia. Conseguido en febrero de 2020.
- “Visit to Neocave.” Museo de Altamira. Conseguido en febrero de 2020.
- “Visita a la Neocueva.” Museo de Altamira. Conseguido en febrero de 2020.
- “Visitor’s guide.” Jardín Botánico Atlántico (2013).

2. Literatura secundaria:

- Borankulova S. y E. Sabik (2019). “The Linguacultural Aspect of Translating Kazakh Language’s Realia into Japanese Language.” *Journal of Oriental Studies*, vol. 89, no. 2, pp. 227-235.
- “Codex Calixtinus.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 17 de junio de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Codex_Calixtinus
- Cómitre Narváez, Isabel y Valverde Zambrana, José María (2014). “How to translate culture-specific items: a case study of tourist promotion campaign by Turespaña.” *The Journal of Specialised Translation*, no. 21, pp. 71-112.
- “Consejería (España).” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 17 de octubre de 2019, [https://es.wikipedia.org/wiki/Consejer%C3%ADa_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Consejer%C3%ADa_(Espa%C3%B1a))
- Cuéllar Lázaro, Carmen (2014). “Los nombres propios y su tratamiento en traducción.” *Meta*, vol. 59, no. 2, pp. 360-379.

-Dam, C.F.A. van (1963). “Van Goor’s klein Spaans woordenboek: Spaans-Nederlands en Nederlands-Spaans.” Amsterdam, Van Goor Zonen.

-“Depósito Hidrográfico.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 1 de septiembre de 2019, https://es.wikipedia.org/wiki/Dep%C3%B3sito_Hidrogr%C3%A1fico

-Díez Gutiérrez, Enrique Javier (2012). “La Memoria Histórica en los Libros de Texto Escolares.” Foro por la Memoria de León y Ministerio de la Presidencia, pp. 173-185.

-“El Niño (Fenómeno).” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 7 de julio de 2020, [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Ni%C3%B1o_\(fen%C3%B3meno\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Ni%C3%B1o_(fen%C3%B3meno))

-“Felipe IV de España.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 20 de junio de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Felipe_IV_de_Espa%C3%B1a

-“Felipe V de España.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 19 de junio de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Felipe_V_de_Espa%C3%B1a

-Fernández Guerra, Ana B. (2012). “Crossing Boundaries: The Translation of Cultural Referents in English and Spanish.” *Word and Text*, vol. 2, no. 2, pp. 121-138.

-Florin, Sider (2018). “Realia in translation.” *Translation as social action*. Routledge, pp. 122-128.

-Gambier, Yves y Luc van Doorslaer, editores (2011). *Handbook of Translation Studies*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.

-Grit, Diederik (1997). “De vertaling van realia.” En Naaijken et al, pp. 189-196.

-Hall, Stuart, ed (1997). “Saussure’s Legacy.” *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Thousand oaks (CA): Sage, pp. 30-36.

-INE (2020). “Movimientos Turísticos en Fronteras.” *Instituto Nacional de Estadística*, <https://ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23984#!tabs-grafico>. Consultado el 12-04-2020.

-“La Española.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 13 de mayo de 2020,
https://es.wikipedia.org/wiki/La_Espa%C3%B1ola

-Leppihalme, R. (2011). “Realia.” En Gambier y van Doorslaer, pp. 126-130.

-Molina Collado, Arturo, et al. (2007). ‘Análisis de los folletos de información turística: una aplicación a destinos nacionales mediante la investigación de mercados.’ *Investigación y Marketing*, no. 95, pp. 47-54. <https://urlverkorten.com/Ldt28>

-Moya, Virgilio (1993). “Nombres Propios: Su Traducción.” *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna*, no. 12, pp. 233-247.

-Naaijken, Ton et al, editores (2010). *Denken over vertalen: Tekstboek vertaalwetenschap*. Uitgeverij Vantilt.

-Newmark, Peter (1988). “Translation and Culture.” *A Textbook of Translation*. Prentice Hall, pp. 94-103.

-Nida, Eugene (1945). “Linguistics and Ethnology in Translation-Problems.” *WORD*, vol. 1, no. 2, pp. 194-208.

-Ott, B. L. y R. L. Mack (2009). “Rhetorical Analysis.” *Critical Media Studies: An Introduction*, Chichester, John Wiley & Sons Ltd., pp. 99-121.

-RAE (2020). “Diccionario de la lengua española.” Asociación de Academias de la Lengua Española, <https://dle.rae.es/>. Consultado el 25-06-2020.

-Rasskin-Gutman, I y I. Brescó de Luna (2019). “Identidad y alteridad en libros de texto escolares: un estudio de caso sobre la representación de Al-Andalus.” *Avances en Psicología Latinoamericana*, vol. 37, no. 3. Pp. 471-488.

-Sipka, Danko (2015). “Cases of lexical anisomorphism.” *Lexical Conflict: Theory and Practice*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 47-69.

-Terestyényi, Enikő (2011). “Translating Culture-specific Items in Tourism Brochures.” *SKASE Journal of Translation and Interpretation*, vol. 5, no. 2, pp. 13-22.

-VanDale (s.f.). “Paella.” <https://run-vandale-nl.ru.idm.oclc.org/zoeken/zoeken.do>

-“Vientos alisios.” *Wikipedia*, Wikimedia Foundation, 11 de marzo de 2020, https://es.wikipedia.org/wiki/Vientos_alisios

Anexo: Lista de los *realia*

Folletos publicitarios:

-Aljibes Árabes:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
Aljibes Árabes	Jayran Reservoirs	neologismo: combinación	cultura material
las fuentes de Alhadra	the Alhadra fountains	neologismo: combinación	cultura material
“Peña el Taranto”	“Peña el Taranto”	mantenimiento	concepto

-Museo de Altamira; folleto:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
periodo Auriñaciense	Aurignacion period	neologismo: calco	concepto
pyrenaica	“Spanish ibex”	traducción aproximada	ecología
alpina	“Alpine ibex”	traducción aproximada	ecología

-Museo de las Momias:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
“El Piquete”	El Piquete	mantenimiento	ecología
el vergel del mismo	its garden	traducción aproximada	ecología
“La casa del cura”	La Casa del Cura (The Priest’s House, XVIth century)	mantenimiento	cultura material
Ternasco de Quinto	Aragon lamb	traducción aproximada	cultura material
la cebolla D.O.P Fuentes de Ebro	the Fuentes de Ebro certificate of origin onion	neologismo: combinación	concepto

antigua iglesia de la Asunción	the ancient Our Lady of the Assumption church	mantenimiento	cultura material
fábrica mudéjar	mudéjar masonry	neologismo: combinación	cultura material
Guerra Civil	Spanish Civil War	neologismo: calco	concepto

-Museo del Prado; 200 años:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
Felipe IV y Felipe V	Philip IV and Philip V	mantenimiento	nombres propios

-Museo Nacional de Arqueología Subacuática:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
Bajo de la Campana	Bajo de la Campana site	mantenimiento	ecología
ataifor	serving dish	traducción aproximada	cultura material

-Museo Naval de Madrid:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
los Reyes Católicos	the Catholic King and Queen	neologismo: combinación	concepto
Compañías de Guardiamarinas	Guardamarinas Companies	neologismo: calco	organización
el Depósito Hidrográfico	the Hydrographic Deposit	neologismo: calco	organización
el Real Observatorio de la Marina de San Fernando	the Royal Observatory of San Fernando Navy	neologismo: calco	organización
el Instituto Hidrográfico de Cádiz	the Hydrographic Institute of Cádiz	neologismo: calco	organización

los Reyes Católicos	their Majesties the Catholic King and Queen of Spain	traducción aproximada	concepto
---------------------	--	-----------------------	----------

-Museo Picasso Málaga:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
palacio de Buenavista	the Buenavista palace	neologismo: combinación	cultura material
Alcazaba árabe	Arabic fortress	neologismo: combinación	cultura material

-Museo Thyssen-Bornemisza:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
el Palacio de Villahermosa	the Palacio de Villahermosa	mantenimiento	cultura material
de entreguerras	between the Wars	neologismo: calco	concepto

-Universitat de València; Jardí Botànic:

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
el Huerto de Tramoyeres	the Hort de Tramoieres	neologismo: calco	ecología

Folletos didácticos:

-Jardín Botánico Atlántico

reale	traducción	estrategia	categoría
la Aliseda del río Peñafrancia	the Peñafrancia river bank alder forest	traducción aproximada	ecología
el cantábrico	the Cantabrian area	neologismo: calco	ecología
el Monumento Natural de la Carbayera del Tragamón	the Natural Monument El Tragamón oak grove	neologismo: combinación	concepto

-La Alcazaba de Almería

reale	traducción	estrategia	categoría
Tesoro Artístico Nacional	National Artistic Treasure	neologismo: calco	concepto
la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía	the Department of Culture of the Regional Government of Andalusia	neologismo: calco	organización
la institución Conjunto Monumental de la Alcazaba	the Monumental Ensemble institution of the Alcazaba	neologismo: calco	organización
los Reyes Católicos	the Catholic Kings	neologismo: calco	concepto
una torre albarrana o adelantada	an albarrana or adelantada tower	neologismo: combinación	cultura material
torre Redondeada y torre de los Espejos	the Torre Redondeada (round tower) and the Torre de los Espejos (mirrors tower)	mantenimiento	cultura material

acequias escalonadas	tiered irrigation canals	traducción aproximada	concepto
la torre del Saliente	The Torre del Saliente (eastern tower)	mantenimiento	cultura material
la ermita de San Juan	the San Juan shrine	traducción aproximada	cultura material
casa del Alcaide	Casa del Alcaide (warden's house)	mantenimiento	cultura material
la torre de la Odalisca	the Torre de la Odalisca (odalisque tower)	mantenimiento	cultura material
la torre del Homenaje	the Torre del Homenaje (tower of homage)	mantenimiento	cultura material
la torre de la Noria	the Torre de la Noria (noria tower)	mantenimiento	cultura material
la torre de la Pólvara	the Torre de la Pólvara (gunpowder tower)	mantenimiento	cultura material

-Jardins de Cap Roig

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la Obra Social “la Caixa”	“la Caixa” Foundation's work	neologismo: calco	organización

-La Casa de Colón

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la Casa de los Gobernadores	the Governor's House	neologismo: calco	cultura material
el Cabildo	the Cabildo (Local Government)	mantenimiento	organización

los Reyes Católicos	the Crown of Castile	neologismo: calco/ traducción aproximada	concepto
los vientos Alisios	northeast Trade Winds/ the Alisian Winds	traducción aproximada/ neologismo: calco	ecología
la isla de “La Española”.	the island of Hispaniola.	neologismo: calco	nombre propio
la Casa de Contratación	the Casa de la Contratación, (Seville Trade House)	mantenimiento	cultura material
La Luisiana	Louisiana	mantenimiento	nombres propios
el edificio de las “Casas del Cabildo” o Ayuntamiento	the Town Hall	traducción aproximada	cultura material
Cabildo de Gran Canaria	the Island Council of Gran Canaria	traducción aproximada	organización
Bodegón con fruta y caza	Bodegón con fruta y caza (Still Life with Fruit and Game)	neologismo: combinación	cultura material
María Luisa de Saboya	Marie Louise of Savoy	mantenimiento	nombre propio
costumbrismo español	Spanish Genre	traducción aproximada	concepto

-La peregrinación como fenómeno universal

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
al Monte Ilicino	to Mount Ilicino	neologismo: calco	ecología
el monte Libredón	Mount Libredón	neologismo: calco	ecología
en el reinado de Alfonso II	when Alfonso II was King of Asturias	traducción aproximada	concepto

la catedral de Santiago	Santiago Cathedral	neologismo: calco	cultura material
El Camino Francés	The Camino Francés or French Way	neologismo: combinación	concepto
la ruta del Mar de Arousa y Ulla	a route called Mar de Arousa y Ulla	neologismo: combinación	concepto
la esportilla, zurrón o escarcela (pera)	the basket (esportilla), and the sporran (escarcela)	neologismo: combinación	cultura material
la Orden de Santiago	the Order of Santiago	neologismo: calco	concepto
la Orden de Caballería de Santiago	the Order of Knights of Santiago	neologismo: calco	concepto
el Códice Calixtino	the Codex Calixtinus	neologismo: calco	cultura material
con bordón (bastón), escarcela (zurrón)	with a large staff (bordón), a sporran (escarcela)	neologismo: combinación	cultura material
batalla de Clavijo	Battle of Clavijo	neologismo: calco	concepto
conquista de Coimbra	Conquest of Coimbra	neologismo: combinación	concepto
la “Santa Apostólica y Metropolitana Iglesia de Santiago”	the “Holy Apostolic Metropolitan Cathedral of Saint James”	neologismo: calco	cultura material
la Plaza de la Quintana	the Plaza de la Quintana	mantenimiento	cultura material

-Museo de America

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la técnica del enconchado	the enconchado technique	neologismo: combinación	concepto
las Grandes Llanuras	the Great Plains	neologismo: calco	ecología

-Museo de Bellas Artes de Asturias

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la Casa de Oviedo-Portal	the Oviedo-Portal House	neologismo: calco	cultura material
los museos del Prado y Reina Sofía	the Museo del Prado and the Museo Reina Sofía	neologismo: combinación	cultura material
filandón	filandón (Nocturnal gathering)	mantenimiento	concepto
Santa Catalina y Santa Margarita	Saint Catherine and Saint Margaret	mantenimiento	nombres propios

-Museo de la Guitarra

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
“La Leona”	“La Leona” (The Lioness)	mantenimiento	cultura material

-Museo de la Minería y de la Industria de Asturias

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
Galdácano (Vizcaya)	Galdácano (Spain)	neologismo: combinación	nombre propio
el Principado de Asturias	the Principado de Asturias	mantenimiento	organización
Caja de Asturias	Caja de Asturias	mantenimiento	organización
la Sociedad Anónima Española de la Pólvora Dinámica	the Sociedad Anónima Española de la Pólvora Dinamita	mantenimiento	organización
“Unión Española de Explosivos”	Unión Española de Explosivos (Spanish Union of Explosives)	mantenimiento	organización

“cartucheras”	“cartucheras” (cartridges)	mantenimiento	concepto
la Sociedad Anónima La Manjoya	the Sociedad Anónima La Manjoya	mantenimiento	organización
el Cuerpo de Artilleros del Ejército Español	the Spanish Army’s Artillery Unit	neologismo: calco	organización
el Principado	the región	traducción aproximada	concepto

-Museo de las Peregrinaciones y de Santiago

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
el Camino de Santiago	the Camino de Santiago	mantenimiento	concepto
el sepulcro del apóstol Santiago	the Sepulchre of the Apostle St. James	neologismo: calco	cultura material
la Casa Gótica	the Casa Gótica	mantenimiento	cultura material
Banco de España	Bank of Spain	neologismo: calco	concepto
el Consorcio de Santiago	the Consortium of Santiago	neologismo: calco	organización

-Museo del Jurásico de Asturias (MUJA)

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
“La Costa de los Dinosaurios”	“The Dinosaur Coast”	neologismo: calco	nombre propio

-Museo Nacional de Artes Decorativas

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
en Talavera de la Reina (Toledo)	in Talavera de la Reina (Toledo)	mantenimiento	nombre propio

la Guerra de Sucesión	the War of the Spanish Succession	neologismo: calco	concepto
la Real Fábrica de Cristales de La Granja	the Royal Glass Factory at La Granja	neologismo: combinación	cultura material

-Museo Nacional de Ciencia y Tecnología (MUNCYT)

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
el Ayuntamiento de Madrid	the Madrid City Council	neologismo: calco	organización
del Colegio Imperial de Madrid	from the Imperial College of Madrid	neologismo: calco	organización
la Corona española	the Spanish Crown	neologismo: calco	concepto
el Palacio Real de Madrid	the Royal Palace in Madrid	neologismo: calco	cultura material

-Museo Provincial de Lugo

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la Diputación de Lugo	the Government of Lugo	neologismo: calco	organización
el Palacio de San Marcos	Pazo de San Marcos	mantenimiento	cultura material
la Real Fábrica de Sargadelos	the pottery, Real Fábrica de Sargadelos	neologismo: calco	cultura material

-Salvador Dalí; Aprendiz de Pintor

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando	la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando	mantenimiento	organización

la Fundació Gala – Salvador Dalí	the Fundació Gala – Salvador Dalí	mantenimiento	organización
----------------------------------	-----------------------------------	---------------	--------------

-Santa Iglesia Catedral de Sevilla

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
la reconquista	the “Reconquest”	neologismo: calco	concepto
Rey Santo Fernando III	Ferdinand III	mantenimiento	nombre propio
la Parroquia del Sagrario	the Parish Church of the Tabernacle	traducción aproximada	organización

-Villa Romana; La Olmeda

<i>reale</i>	traducción	estrategias	categoría
la Diputación Provincial de Palencia	the Diputación of Palencia	neologismo: combinación	organización
cenefa	frieze	traducción aproximada	concepto
de Hispania	in Spain	traducción aproximada	concepto

-Villa Romana; La Tejada

<i>reale</i>	traducción	estrategia	categoría
“potentiores”	high class owners (potentiores)	neologismo: combinación	concepto
la Diputación de Palencia	the Provincial Council of Palencia	neologismo: calco	organización