

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE DERECHO

TESIS DE MAESTRÍA



**LA TRADUCCIÓN ESPAÑOL-INGLÉS DE ELEMENTOS CULTURALES EN EL
ÁMBITO DEL TURISMO BOGOTANO**

AUTORA: NATALY POVEDA CARDOZO

DIRECTORA: DRA. ANGELITA MARTINEZ

BOGOTÁ, 2020

Índice

Índice de tablas	5
Agradecimientos	6
1. Introducción.....	8
1.1. Fundamentación.....	9
1.2. Pregunta investigativa	10
1.3. Hipótesis.....	10
1.4. Objetivos.....	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10
2. Estado del arte	12
3. Marco Teórico	18
3.1. Lengua y cultura	18
3.2. Elementos culturales o <i>culturemas</i>	22
3.2.1. Clasificación de los elementos culturales.....	25
3.3. Aspectos relevantes sobre la traducción	30
3.3.1. Teorías de la traducción.....	32
3.3.2. La dimensión cultural de los textos en la traducción	39
3.3.2. Introducción a las técnicas de traducción	41

3.3.3. Propuesta de técnicas de traducción según Molina (2001).....	44
3.3.4. Métodos de traducción.....	49
3.3.5. Errores de traducción.....	51
3.4. La traducción de textos turísticos	53
4. Metodología	56
4.1. Tipo de estudio	56
4.2. Enfoque de la investigación.....	57
4.3. Diseño metodológico	58
4.3.1. Selección del corpus textual.....	58
4.3.2. Extracción de los términos culturales.....	59
4.3.3. Clasificación de los términos culturales según su campo semántico ...	60
4.3.4. Descripción de la técnica de traducción para cada culturema	61
4.3.5. Extracción de las dificultades de traducción en el contexto del culturema	62
4.3.6. Refinamiento de las dificultades de traducción más evidentes	63
5. Resultados	63
5.1. Clasificación de los términos culturales.....	63
5.2. Descripción de la técnica de traducción de cada culturema	68
5.3. Problemas de traducción y refinamientos propuestos	134

5.3.1. Comentarios generales de los refinamientos.....	161
6. Conclusiones.....	164
Referencias bibliográficas	170
ANEXOS	182
Anexo I. Materiales seleccionados para el corpus textual	182
Anexo II. Elementos culturales no validados y su definición.....	186

Índice de tablas

Tabla I. Categorías para el análisis de los referentes culturales en la traducción de textos.....	28
Tabla II. Comparación de los métodos de traducción.....	50
Tabla III. Clasificación de los culturemas.....	64
Tabla IV. Distribución total y porcentual de los culturemas por categorías.....	67
Tabla V. Distribución total y porcentual de los culturemas por áreas para la categoría “universo cultural”.....	67
Tabla VI. Distribución total y porcentual de los culturemas por áreas para la categoría “cultura material”.....	68
Tabla VII. Distribución total y porcentual de las técnicas de traducción utilizadas en el corpus seleccionado.....	133
Tabla II. Dificultades de traducción y total de casos.....	159

Agradecimientos

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que aportaron a la elaboración del trabajo final de la Maestría en Traducción e Interpretación.

A mi directora de tesis, la Dra. Angelita Martínez, por haber sido mi apoyo fundamental y haberme aportado su infinito conocimiento y sus oportunas recomendaciones.

A la facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires y sus excelentes profesores de la Maestría en Traducción e Interpretación, a quienes debo mi formación de posgrado.

A la ciudad de Buenos Aires por haberme abierto sus puertas durante mi estadía y haber sido mi segunda casa.

Por mis familiares y afectos por sus palabras de aliento.

Infinitas gracias.

1. Introducción

La tarea de traducir implica más que trasvasar elementos lingüísticos; se trata también de transmitir singularidades y saberes propios de una cultura. En ciertas ocasiones, hallar un equivalente lingüístico o conceptual no es una labor fácil, pues el traductor debe verter una misma realidad escrita a otra lengua y cultura, en consecuencia, necesita salvar la distorsión que sobre esa realidad han generado una de las lenguas y de las culturas (Molina, 2001).

En palabras de Igareda (2011, p.12):

en cualquier tipo de traducción, sea cual sea el género y tipo de texto, la persona responsable del encargo realiza una doble operación: compara culturas y compara lenguas. Su trabajo necesita atender a determinados elementos de suma importancia, como son los aspectos socioculturales de ambas culturas (original y meta), la finalidad e intención de la traducción, el conocimiento de la cultura meta sobre todos los contenidos del texto original, los aspectos ideológicos y los profesionales, entre muchos otros.

Así, el interés de la presente investigación es el de analizar el tratamiento de aquellos elementos que representan una problemática de traducción por su carga semántica, es decir determinar las técnicas de mediación a la hora de trasvasar términos culturales también conocidos como *culturemas*. Para ello, nuestro corpus se centra en el ámbito del turismo, en especial, material turístico de Bogotá traducido del español al inglés desde el año 2009 hasta el 2019. Paralelo a esto, identificamos algunas problemáticas de traducción en el contexto donde se presenta el elemento

cultural o *culturema* y creemos pertinente sugerir un refinamiento para las dificultades más evidentes que tenga en cuenta los distintos niveles de dificultad percibida.

1.1. Fundamentación

La principal justificación para realizar el presente estudio se basa en que, a pesar de la actual trascendencia socioeconómica de la actividad turística en Bogotá, existe poca reflexión teórica sobre el texto turístico desde el punto de vista académico y desde el ámbito de la traducción. Por ende, consideramos la necesidad de contribuir a subsanar este vacío académico.

También existe un interés por observar los mecanismos de mediación existentes cuando se traduce la cultura y por ello, esta investigación se enfoca no solo en analizar el tratamiento de 95 elementos culturales sino también en refinar las dificultades de traducción más evidentes. Esto con el fin de aportar a una futura versión, lo que podría beneficiar a los traductores especializados en turismo o interesados en traducción de cultura.

Por lo tanto, existe la necesidad de presentar una investigación original que amplíe la información en nuestro contexto sobre los culturemas y su relación con la traducción en especial desde el ámbito del turismo. Cabe destacar que el estudio se apoya en una metodología cualitativa y que trata temas como traducción y cultura y tratamiento de los culturemas por parte de la traductología.

1.2. Pregunta investigativa

¿Cómo se resuelve la traducción español-inglés de los elementos culturales en material turístico de Bogotá?

1.3. Hipótesis

Para acortar la distancia intercultural entre el texto de origen y el texto meta los traductores emplean estrategias o técnicas de traducción que vienen determinadas, principalmente, por el grado de traducibilidad de ciertos culturemas y que en algunos casos producen una pérdida parcial de su carga cultural.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Analizar el tratamiento de los elementos culturales en la traducción español-inglés de material turístico de Bogotá.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Identificar los términos culturales presentes en el texto original.
2. Clasificar los términos culturales en campos semánticos.
3. Determinar la técnica de traducción para cada culturema.
4. Señalar las dificultades más significativas de traducción del contexto donde se encuentran los elementos culturales.

5. Lograr un mayor abordaje para las dificultades de traducción más evidentes que tenga en cuenta los distintos niveles de dificultad percibida.

2. Estado del arte

Es pertinente realzar que se destacan varios trabajos significativos sobre la traducción de los elementos culturales, ya sea en los textos turísticos como en los textos vinculados a otras áreas, que pueden ser de gran utilidad para esta presente investigación.

En primer lugar, se toman como referencia tres trabajos vinculados con la traducción de elementos culturales. El primero de ellos es el de Lucía Molina (2001) que en su tesis doctoral "*Análisis Descriptivo de la Traducción de Culturemas árabe-español*" investiga en torno al tratamiento de los elementos culturales en la traducción de textos, en el caso específico de las culturas árabe e hispánica. Su trabajo se centra en la descripción de los focos culturales, los cuales representan los problemas más significativos en la traducción árabe – español, creando un modelo para el análisis de los elementos culturales en la traducción integrado por tres instrumentos: 1) un instrumento para la caracterización y contextualización de las traducciones, para analizar los factores que participan en la traducción de un texto; 2) un instrumento para la clasificación de los elementos culturales encontrados en los textos, y 3) un instrumento para la clasificación de las soluciones del trasvase de dichos elementos en las traducciones. Además, la autora propone una clasificación de los culturemas contemplando su dimensión dinámica, así como el análisis de esos elementos centrado en la función que desempeñan en la globalidad del texto traducido.

El segundo trabajo corresponde a Ya Fang (2008), que en su tesis de maestría “*Traducción de los Culturemas Chino –Castellano de la serie televisiva 7 Vidas*”, realiza la comparación de las estrategias de *domesticación* y *extranjerización*, con una propuesta metodológica que está basada en el análisis de una traducción audiovisual y propone una metodología de análisis en la que describe los factores que determinan la adopción de las estrategias de traducción. El trabajo de Fang identifica los culturemas y propone cuál estrategia -extranjerización o domesticación- utilizar para lograr un equilibrio en la traducción y ofrecer a los receptores una traducción adecuada, concluyendo que el uso de la extranjerización en la traducción audiovisual no representa necesariamente una falla por parte del traductor, puesto que los espectadores podrán comprender el mensaje sin problemas.

En tercer lugar, se menciona a Jonas Dahlgren (2011), cuya tesis denominada “*La traducción de fenómenos culturales y lingüísticos del sueco al español en Rocky de Kellerman*” se centra en el análisis de las estrategias de traducción del sueco al español en la novela *Rocky*, con un enfoque minucioso y pormenorizado puesto en los elementos culturales. Dahlgren (2011) resalta que en la novela se encuentran varias características lingüísticas y culturales muy específicas que la convierten en una obra idónea para un análisis del arte de la traducción, considerando que, en cuanto a las características lingüísticas, la obra tiene un lenguaje informal con un estilo relacionado con la lengua influida por el inglés.

La revisión de la literatura sobre traducción de textos turísticos permitió hallar varios antecedentes muy interesantes sobre esta temática. El primero en esta línea es

el trabajo de Marie-Louise Nobs (2003), que en su tesis doctoral *“Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales”*, se basa en 180 mujeres germano-hablantes para determinar sus expectativas y evaluar la traducción de un folleto turístico de Sierra Nevada. En este estudio de Nobs (2003) recaba los datos mediante un cuestionario que consta de una primera parte explícitamente descriptiva y una segunda parte experimental. La parte descriptiva se refiere a las expectativas de los usuarios reales de folletos turísticos y en la parte experimental se centra en la evaluación que estos realizan respecto a dos textos traducidos concretos, una traducción publicada y una traducción manipulada, ambas elaboradas a base del mismo texto original. Una de las principales conclusiones de este trabajo es que en el caso de folletos turísticos, el texto-meta debe entenderse como una oferta de información que se construye sobre la base de otra oferta de información que es el texto-original, *“lo que supone una ampliación del concepto de traducción en el que la capacidad de producir textos que funcionen en la situación comunicativa en la que serán recibidos recobre un peso cada vez mayor”* (Nobs, 2003, p.391).

A su vez, Diana González Pastor (2012), con su tesis doctoral denominada *“Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el texto turístico”*, analiza las técnicas de traducción centrándose con especial interés en los culturemas, situando el texto turístico en todo momento en su contexto comercial, con textos originalmente escritos en español y sus correspondientes traducciones al inglés. La autora toma como objeto de estudio a las guías *Lonely Planet* que versan sobre ciudades y regiones españolas, seleccionadas por la enorme carga cultural presente en estas guías,

reconocidas por su calidad, con un análisis de datos cuantitativo y cualitativo de las técnicas de traducción en los diferentes campos semánticos. Esta investigadora concluye que el texto turístico constituye una rama de la traducción especializada independiente que posee distintas modalidades discursivas, múltiples tipologías textuales y un caudal léxico tan variado y multitemático que le confieren una gran dificultad para la traducción y que necesitan de un mediador profesional y especializado en comunicación turística para que la comunicación intercultural se realice con éxito en este ámbito. Y en este sentido afirma que *“el traductor de textos turísticos debe hacer frente al reto que supone la existencia de objetos, costumbres, comidas, ideas, personajes célebres reales e imaginarios que son propios de una cultura y que no tienen correspondencia en otras culturas, incluso próximas a ellas”* (González Pastor, 2012, p. 311).

En la misma línea argumental, Isabel Durán Muñoz (2012), en su trabajo *“Necesidades de mejora y adecuación en la traducción de textos turísticos promocionales”*, se aproxima a los problemas y las dificultades que se encuentran en este tipo de textos turísticos, así como a las soluciones que se podrían adoptar, buscando contribuir a la calidad de la traducción en el ámbito turístico, para lo cual incide en la idea de que es necesario que el traductor posea una formación específica, como responsable que es de la imagen de la atracción turística sobre la que informe el texto que traduce.

Por otro lado, Jorge Soto Almela (2014) en su tesis doctoral *“Los términos culturales en el ámbito turístico español – inglés: traducción, manipulación y recepción”*

real en usuarios anglófonos” se enfoca en determinar la relación entre los grupos de usuarios anglófonos de folletos turísticos y la técnica preferida para la traducción de culturemas. Para la recolección de datos el autor elaboró una encuesta de preguntas cerradas dirigida a los usuarios finales de la traducción, conformada por una muestra de 364 usuarios anglófonos visitantes o residentes de la Región de Murcia en España. En las conclusiones de este trabajo hay coincidencias con González Pastor (2012) y con Durán Muñoz (2012) en la necesidad en que la traducción de textos turísticos debe ser llevada a cabo por *“traductores profesionales, adecuadamente formados y cualificados para enfrentarse a un texto léxicamente heterogéneo y con un profundo arraigo cultural”* (Soto Almela, 2014, p.235). Pero además señala que *“el culturema origen no debe eliminarse puesto que resulta fundamental para que los usuarios reconozcan la realidad cultural en el destino turístico y puedan nombrarla o referirse a ella”* (Soto Almela, 2014, p.236).

Por su parte, Genoveva Déniz Suárez (2015), con su tesis doctoral *“La traducción de textos turísticos (español-inglés): los folletos de museos”*, se enfoca en el discurso y la traducción de textos turísticos en el ámbito geográfico de las Islas Canarias, realzando que al ser el turismo la principal fuente de ingresos de la Comunidad Autónoma de Canarias, se lo debe cuidar y promocionar de forma adecuada, mediante la correcta elaboración y traducción de los textos promocionales que sirven para atraer al potencial turista. Se toma como objeto de estudio 24 folletos de museos británicos escritos originalmente en inglés y 24 folletos de museos canarios escritos originalmente en español y sus versiones traducidas al inglés. Luego del análisis del material, la

autora concluye que la traducción no es una mera transferencia de unidades lingüísticas, sino un proceso más complejo que debe basarse en un conocimiento amplio de la cultura de origen y de la cultura meta de los textos turísticos, y que en el producto traducido debe primar el lenguaje publicitario porque el objetivo de los folletos turísticos es convencer e incentivar, en primer lugar, y luego de informar.

La tesis de maestría de Catalina Ríos Giraldo (2015), denominada “*La equivalencia de efecto en la traducción español-inglés de términos culturales en el ámbito del turismo cafetero colombiano*” se enfoca en la traducción de unidades terminológicas, su tratamiento y validación como términos y la aceptabilidad de su traducción en la lengua meta para llegar a determinar su grado de equivalencia con la lengua de origen. El corpus textual de este trabajo está basado en 5 sitios web de turismo que promocionan la cultura cafetera colombiana y que disponen de sus respectivas traducciones en inglés constituyéndolo en un corpus paralelo bilingüe español – inglés. La autora observó que la traducción de los términos culturales se basó principalmente en el método de la extranjerización y ningún término presentó una propuesta novedosa o acuñación por parte de los traductores; en el caso de los términos pertenecientes a los campos semánticos de alimentos y bebidas se añadió una perífrasis o explicación y descripción breve de los mismos entre paréntesis junto al término. Una de las conclusiones de este trabajo es que la principal dificultad a la que se enfrenta el traductor con la traducción de los términos culturales es la transmisión del sistema de creencias y costumbres que representan, y el uso del método de extranjerización no siempre garantiza que el lector meta comprendan la idea. Esto,

difiere de la ya mencionada investigación de Fang (2008), quien afirma que este método no es necesariamente una falla en la traducción audiovisual.

3. Marco Teórico

3.1. Lengua y cultura

La lengua y la cultura tienen un vínculo absolutamente inseparable, ya que ambas están necesariamente relacionadas entre sí por sus características distintivas, considerando, según González Pastor (2012), que la lengua es un producto que garantiza la evolución y la transmisión de una cultura. Asimismo, Sapir (2012) considera la lengua en relación con toda la cultura de las comunidades hablantes, afirmando que la cultura define el “qué” hace y piensa una sociedad dada y la lengua es el “cómo” lo piensa.

La lengua, analizada por Saussure (1961) como un modelo general y constante para todos los miembros de una colectividad lingüística que recurren a signos lingüísticos para comunicarse, se inserta en una determinada cultura, que es interpretada como un conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos (Carcedo González, 1998) que adquieren ciertos grados de desarrollo intelectual, espiritual y ético propios de una sociedad en un momento histórico (Pozzo y Soloviev, 2011). Así, las relaciones del lenguaje y la cultura establecen que el lenguaje es un elemento más del conjunto de los constitutivos sociales concretos (Delgado León, 2001).

A su vez, a partir de esta relación entre lengua y cultura, se puede destacar el concepto de *competencia comunicativa*, que se considera como un elemento básico en la sociopragmática y en la adquisición de una lengua. Este concepto se refiere por un lado al conocimiento de la gramática y, por el otro, a la capacidad de usar la lengua en su contexto (Di Franco, 2005).

Por su parte, Coseriu (1981) afirma que la relación entre la lengua y la cultura se puede entender en tres sentidos diferentes:

- 1) El lenguaje mismo es una forma primaria y fundamental de la cultura.
- 2) El lenguaje refleja la cultura no lingüística: manifiesta los saberes, las ideas y creencias acerca de lo conocido.
- 3) No se habla sólo con el lenguaje como tal sino también con la competencia extralingüística, es decir, los saberes, ideas o creencias acerca de las cosas, y cómo estos saberes, ideas y creencias influyen sobre la expresión lingüística y la determinan en alguna medida.

En relación a lo mencionado, González Pastor (2012) afirma que el primer aspecto que destaca Coseriu (1981) hace referencia a la lingüística en general, mientras que las otras dos acepciones indican que existen elementos culturales paralelos al lenguaje que se relacionan y lo condicionan directamente.

Asimismo, la lengua y cultura son claves para describir y analizar los hábitos compartidos de un grupo dentro de un marco geográfico determinado, ya que legitiman

pautas y un cúmulo de creencias que tienen fuerza de verdad y que marcan, en algún sentido, cada una de las actuaciones de los miembros de la sociedad (Gutiérrez Rivero, 2002).

Estas manifestaciones de las costumbres y las modas están dadas por la evolución que alcanza el lenguaje y las formas que adopta, ya que el cultivo del lenguaje es un factor importantísimo en la total elevación cultural del hombre (Gatica de Montiveros, 1949).

En este sentido, la cultura y la lengua son aspectos indivisibles e inquebrantables de la existencia total del ser humano porque entre muchas cosas, nos permite adentrarnos en el mundo del otro, entender al otro, establecer vínculos y lo más interesante construir identidad, la cual está en permanente construcción.

Asimismo, deben tenerse en cuenta varios factores, tales como el periodo histórico determinado (contexto histórico) y la permeabilidad de las culturas que siempre conviven con otras culturas y se influyen mutuamente (Pozzo y Soloviev, 2011). Muestra de ello, las palabras “macho”, “latino” “dulce de leche” o “mosquito” han sido incorporadas en especial al inglés estadounidense, mientras que los anglicismos “blue jean” (o bluyín), “clóset”, “locker” u “okay” son unidades léxicas habituales en el español de Colombia. En este sentido, las influencias lingüísticas no solo son adoptadas sino naturalizadas lo cual conlleva un arraigo cultural por parte de los hablantes.

A su vez, la elaboración lingüística se produce en contacto con la realidad que le toca vivir a cada pueblo en distintos territorios geográficos, contextos y periodos

históricos que difieren de otros pueblos. Este hecho se refiere no sólo a los colectivos sociales distintos entre sí, sino que se produce dentro del mismo colectivo lingüístico. (Pozzo y Soloviev, 2011).

Desde el punto de vista de la elaboración cultural, Pozzo y Soloviev (2011) añaden que se puede traducir el sentido literal de lo dicho de una lengua a otra y detectar su significado sin recurrir a un análisis cultural de dicha lengua, aunque lo cierto es que la traducción estaría incompleta, insuficiente y no abarcaría un sentido más amplio y extendido. Pongo por caso la traducción de sociolectos o platos típicos de cada país lo cual implica una mayor indagación cultural y por tanto una breve explicación para así no incurrir en una mera literalidad que resulte en confusiones por parte del receptor del mensaje. Es cierto también que dos personas no entenderían de manera exacta un término desconocido, pero se puede salvar alguna distorsión que pueda generar lo nuevo.

Por su parte, Carcedo (1998) agrega que la importancia de la relación entre la lengua y la cultura se da en que se genera, en su complemento, la fusión entre los modos de vida de una sociedad y el acto comunicativo. De este modo, si se pretende indagar en torno a las características distintivas de una sociedad se debe analizar dicha relación como un todo y no como si fueran aspectos aislados e inconexos.

Así, puede afirmarse que la mejor forma de acercarse a una cultura ajena es hacerlo mediante el contraste con la lengua y cultura propia. En este sentido, lo que se debe posibilitar es el intercambio entre la propia experiencia lingüística y cultural y los

nuevos conocimientos adquiridos, conociendo la gramática y cultura propia para luego profundizar en torno a las ajenas (Cerroloza, 1996).

Igualmente, según Sapir (2012), si bien es indudable la importancia de la lengua como un todo para la definición, expresión y transmisión de la cultura, la significación cultural de la forma lingüística debe buscarse en planos mucho más profundos que en el plano manifiesto de las pautas culturales definidas.

3.2. Elementos culturales o *culturemas*

Los *culturemas* se definen como las especificidades propias de una cultura (Nord, 1997) que para Luque Nadal (2009, p.97), son

elementos simbólicos específicos culturales, simples o complejos, que corresponden a todo objeto conocido entre los miembros de una sociedad. Este objeto funciona como valor simbólico y sirva de guía, referencia, o modelo de interpretación o acción para los miembros de dicha sociedad, siendo utilizado como medio comunicativo y expresivo en la interacción comunicativa de los miembros de esa cultura.

Por su parte, Vermeer (citado por Nord, 1997, p.34) afirma que un culturema es *“un fenómeno social de una cultura X, que es entendido como relevante por los miembros de esa cultura y que, comparado con un fenómeno correspondiente de una cultura Y, resulta ser percibido como específico de la cultura X”*.

Asimismo, Hurtado Albir (2013) realza que estos elementos culturales son de diversa índole, relacionados con la ecología, lo material, lo social, lo religioso y lo paralingüístico.

A su vez, los culturemas presentan ciertas características en común, ya que no existen fuera de contexto, sino que surgen en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas. Molina (2001) enumera dos rasgos comunes que caracterizan a los culturemas: por un lado, los culturemas surgen debido a la transferencia cultural que se produce entre dos culturas concretas y, por lo tanto, no deben plantearse como elementos propios de una única cultura, sino como la consecuencia de un trasvase cultural; y por otro, la actuación de un culturema como tal depende del contexto en el que aparezca.

Asimismo, se puede mencionar que los culturemas son unidades semióticas que contienen ideas de carácter cultural con las cuales se adorna un texto y también alrededor de las cuales es posible construir discursos que entretengan culturemas con elementos argumentativos. Por principio, el número de culturemas no es fácil de cuantificar, ya que en cualquier sociedad existen un número ilimitado de culturemas, que se incrementan continuamente (Luque Durán, citado por Luque Nadal, 2009).

Por su parte, Trujillo-González (2012) afirma que los culturemas no solo se refieren a un tipo de léxico determinado, sino que también engloban a categorías distintas y, por ende, requieren soluciones concretas. Al respecto, propone considerar tres cuestiones:

- 1) Cuando las culturas recurren a medios diferentes para alcanzar objetivos similares.

2) Cuando los mismos objetos o acontecimientos pueden tener sentidos diferentes (los falsos “amigos culturales”).

3) Cuando algunos objetos o acontecimientos no existen en otras culturas (la “inequivalencia”).

Björklund (2015) agrega que el traspaso de los elementos lingüísticos y culturales de una cultura a otra supone un desafío para el traductor, considerando que dicho proceso de transferencia requiere de competencias y habilidades significativas. Así, los propios culturemas, que son una rutina o concatenación de causas y efectos que sirven como un programa de acción o una guía de interpretación de hechos y conductas, pueden provocar un problema de índole cultural entre los textos origen y meta, al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción (Luque Nadal, 2009).

En este sentido, la dificultad estructural y simbólica de los elementos culturales que conforman las lenguas, hace que la distinción entre los distintos conceptos que aluden a ellos (idiotismos, paremias, símbolos, culturemas, palabras culturales) se convierta en una tarea compleja, aunque imprescindible (Trujillo-González, 2012).

Así, la problemática general en la cual locuciones verbales, refranes, frases proverbiales y otras paremias se mezclan (e incluso en numerosas ocasiones se clasifican de modo inadecuado), se debe a la complejidad del propio fenómeno, pues los culturemas, unidades fraseológicas y palabras culturales, comparten en una proporción importante los mismos hechos lingüísticos y culturales (Morrogón Huerta, citado por Trujillo-González, 2012).

De este modo, el complejo proceso de traducción de los culturemas exige tener en cuenta diferentes aspectos tales como el lingüístico, el sociocultural, el semántico y el textual, con el fin de lograr una traducción que sea, a la vez, fiel al contenido y a las ideas que el autor expresó en el texto original (Ordóñez y Tenorio, 2011).

Uno de los aspectos más interesantes en la traducción de culturemas es que no existen soluciones unívocas sino multiplicidad de opciones incluso con aquellas unidades fraseológicas inexistentes en otro lenguaje. Es por ello que el traductor cumple un rol activo en tanto se las ingenia para facilitar la comprensión de mundos desconocidos y transmitir la idea más aproximada de la otra cultura.

3.2.1. Clasificación de los elementos culturales

Los elementos culturales, interpretados como símbolos extralingüísticos culturalmente motivados, que sirven de modelo para que las lenguas generen expresiones figuradas, se clasifican según diversas cuestiones y características. (Pamies, 2007). Asimismo, Nord (1997) resalta la importancia de examinar esta caracterización de los elementos culturales, ya sea con un análisis específico de cada uno de ellos como en la evaluación de una situación de fondo, la cual comprende el entorno natural en el que se desarrolla la vida cultural de una comunidad, con todas sus costumbres, hábitos, creencias y tendencias culturales.

En este sentido, para determinar el valor de un culturema son importantes el contexto situacional y la función textual, mientras que en los fraseologismos y paremias el significado no depende del contexto (Luque Nadal, 2009).

Por su parte, Isidro Gómez (2012) interpreta la cultura como algo dinámico de lo que no se puede proponer una clasificación absoluta y excluyente, puesto que un mismo elemento cultural puede incluirse en diversos grupos según su percepción y el punto de vista adoptado.

Para Molina (2001) los culturemas se pueden clasificar de acuerdo con los siguientes aspectos:

1) *Medio natural*: hace alusión a las diferencias ecológicas entre zonas geográficas.

2) *Patrimonio cultural*: son las referencias físicas o ideológicas de una cultura y los hechos históricos, festividades, creencias populares, folklore, obras, movimientos artísticos, lugares conocidos y medios de transporte, entre otras.

3) *Cultura social*: se refiere a las convenciones y hábitos de una cultura, formas de tratamiento y cortesía, modo de comer, vestir, valores morales, gestos, saludos, sistemas políticos, legales, educativos, organizaciones, oficios o profesiones, monedas, calendarios, medidas o pesos.

4) *Cultura lingüística*: transliteraciones, refranes, frases hechas, nombres propios con significado adicional, metáforas generalizadas, asociaciones simbólicas, interjecciones, insultos o blasfemias, entre otras cuestiones.

Por su parte Eugene Nida (citado por Igareda, 2011 y por Prakaikietikul, 2018) establece cinco dominios en los que se pueden producir interferencias culturales y que, por lo tanto, pueden generar problemas de traducción:

1) *Ecología*: abarca los problemas derivados de las diferencias ecológicas (flora y fauna) entre las distintas zonas geográficas del mundo.

2) *Cultura material*: involucra objetos, productos, artefactos, comida, bebida, etc.

3) *Cultura social*: se refiere al trabajo y al tiempo libre, incluyendo hábitos sociales.

4) *Cultura religiosa*: según Nida, este es el ámbito más complejo.

5) *Cultura lingüística*: incluye los problemas de traducción derivados de las características propias de cada una de las lenguas referidos a diferencias fonológicas, morfológicas, sintácticas y léxicas.

Igareda (2011) desarrolló una herramienta metodológica de análisis cultural tomando como base las propuestas de diferentes autores sobre estrategias de traducción de referentes culturales (Newmark, 1988; Agost, 1999; Marco, 2004; Corteza, 2005; Molina, 2006 -citados por Igareda, 2011) y en una categorización temática del análisis cultural basada en los trabajos de Nida (1975), Poyatos (1976, 1983), Moreno (2003), Schwarz (2003) y Villacampa (2004) (citados por Igareda, 2011). Igareda (2011) añade, además de los elementos ya existentes en las estrategias y categorizaciones anteriores, otros aspectos que considera significativos, como la

intertextualidad, el humor, la ironía, la metáfora y las variedades lingüísticas, aspectos de la historia de especial relevancia, entre otros (ver Tabla I).

Tabla II. Categorías para el análisis de los referentes culturales en la traducción de textos.

Categorización temática	Categorización por áreas	Subcategorías
1. Ecología	1.1. Geografía / topografía	Montañas, ríos, mares
	1.2. Meteorología	Tiempo, clima, temperatura, color, luz
	1.3. Biología	Flora, fauna (domesticada, salvaje), relación con los animales (tratamiento, nombres)
	1.4. Ser humano	Descripciones físicas, partes / acciones del cuerpo
2. Historia	2.1. Edificios históricos	Monumentos, castillos, puentes, ruinas
	2.2. Acontecimientos	Revoluciones, fechas, guerras
	2.3. Personalidades	Autores, políticos, reyes / reinas (reales o ficticios)
	2.4. Conflictos históricos	
	2.5. Mitos, leyendas, héroes	
	2.6. Perspectiva eurocentrista de la historia universal (u otra)	Historias de países latinoamericanos, los nativos, los colonizadores y sus descendientes
	2.7. Historia de la religión	

3. Estructura social	3.1. Trabajo	Comercio, industria, estructura de trabajos, empresas, cargos
	3.2. Organización social	Estructura, estilos interactivos, etc.
	3.3. Política	Cuerpos del Estado, organizaciones, sistema electoral, ideología y actitudes, sistema político y legal
	3.4. Familia	
	3.5. Amistades	
	3.6. Modelos sociales y figuras respetadas	Profesiones y oficios, actitudes, comportamientos, personalidades, etc.
	3.7. Religiones "oficiales" o preponderantes	
4. Instituciones Culturales	4.1. Bellas artes	Música, pintura, arquitectura, baile, artes plásticas
	4.2. Arte	Teatro, cine, literatura (popular o aprendida)
	4.3. Cultura religiosa, creencias, tabús, etc.	Edificios religiosos, ritos, fiestas, oraciones, expresiones, dioses y mitología; creencias (populares), pensamientos, etc.
	4.4. Educación	Sistema educativo, planes, elementos relacionados
	4.5. Medios de comunicación	Televisión, prensa, internet, artes gráficas
5. Universo social	5.1. Condiciones y hábitos Sociales	Grupos, relaciones familiares y roles, sistema de parentesco, tratamiento entre personas, cortesía, valores morales y estéticos, símbolos de estatus, rituales y protocolo, tareas domésticas
	5.2. Geografía cultural	Poblaciones, provincias, estructura viaria, calles, Países
	5.3. Transporte	Vehículos, medios de transporte

	5.4. Edificios	Arquitectura, tipos de edificios, partes de la casa
	5.5. Nombres propios	Alias, nombres de personas
	5.6. Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	<i>Slang</i> , coloquialismos, préstamos lingüísticos, palabrotas, blasfemias, nombres con significado adicional
	5.7. Expresiones	De felicidad, aburrimiento, pesar, sorpresa, perdón, amor, gracias; saludos, despedidas
	5.8. Costumbres	
	5.9. Organización del tiempo	
6. Cultura material	6.1. Alimentación	Comida, bebida, restauración (tabaco)
	6.2. Indumentaria	Ropa, complementos, joyas, adornos
	6.3. Cosmética	Pinturas, cosméticos, perfumes
	6.4. Tiempo libre	Deportes, fiestas, actividades de tiempo libre, juegos, celebraciones folclóricas
	6.5. Objetos materiales	Mobiliario, objetos en general
	6.6. Tecnología	Motores, computadoras, máquinas
	6.7. Monedas, medidas	
	6.8. Medicina	Drogas y similares
7. Aspectos lingüísticos culturales y humor	7.1. Tiempos verbales, verbos determinados	Marcadores discursivos, reglas de habla y rutinas discursivas, formas de cerrar / interrumpir el diálogo; modalización del enunciado; intensificadores; atenuadores; deixis, interjecciones
	7.2. Adverbios, nombres, adjetivos, expresiones	
	7.3. Elementos culturales muy concretos	Proverbios, expresiones fijas, modismos, clichés, dichos, arcaísmos, símiles, alusiones, asociaciones simbólicas, metáforas generalizadas
	7.4. Expresiones propias de determinados países	
	7.5. Juegos de palabras, refranes, frases hechas	
	6. Humor	

Fuente: Igareda (2011, pp.19-21).

La herramienta metodológica propuesta por Igareda (2011) resulta de especial interés para este trabajo porque, tal como señala esta autora, “*no se centra en una sola cultura, autor o época, por lo que podría ser extrapolable a cualquier obra de cualquier año o cultura, y a cualquier combinación lingüística*” (Igareda, 2011, p. 29), y que en el caso del presente trabajo se utilizará como modelo para la clasificación de los términos culturales hallados en el material.

Si bien, nos parece la herramienta metodológica más acertada para la clasificación de culturemas, creemos conveniente se puedan incluir los gentilicios dentro de la *geografía cultural* y también una categorización temática que diera cuenta de la presencia de pueblos ancestrales u aborígenes para reconocer su influencia en la formación de elementos culturales.

3.3. Aspectos relevantes sobre la traducción

Para Nord (1997, p. 48) “*la traducción es un proceso de comunicación intercultural que tiene como base el lenguaje*” (Nord, 1999); en otras palabras, “*consiste en verter a otra lengua el significado de un texto en el sentido pretendido por el autor*” (Déniz Suárez, 2015, p. 53). Estos postulados se basan en la teoría de los *universales lingüísticos*, que sostiene la existencia de una estructura universal del lenguaje. Esta teoría se basa en que la estructura subyacente del lenguaje es universal y las diferencias entre las lenguas humanas son superficiales, por lo tanto, traducir implica superar las diferencias superficiales para enfocarse en los principios ontológicos fundamentales que son comunes y compartidos (Molina, 2001).

Sin embargo, una traducción va mucho más allá del trasvase de palabras de un idioma a otro; la traducción implica que el texto meta debe causar el mismo efecto en el lector meta que el texto original causa en el lector de origen, y donde los componentes

expresivos y estéticos del texto original no deberían perderse en el traslado a otras lenguas y culturas (Déniz Suárez, 2015).

En otras palabras, el mensaje del texto tiene que ser referido a la realidad cultural del receptor del texto meta, es decir, es necesario sobrepasar la “barrera cultural” (Nord, 2014). En este sentido, se puede coincidir con Hennecke (2015) que la traducción de textos puede concebirse como una “descodificación de cultura”: *“Si el mensaje de un texto llega al receptor en la forma pretendida, depende por un lado de su encodificación por parte del productor y de su descodificación por parte del receptor. Para esto hay que recurrir a conocimientos lingüísticos y textuales y a conocimientos extralingüísticos culturalmente específicos”* (Hennecke, 2015, p. 112).

Según Seleskovitch y Lederer (2014) traducir es un acto de comunicación y no de lingüística ya que significa transmitir el sentido de los mensajes que contiene un texto y no convertir en otra lengua la lengua en la que el texto está formulado originalmente. En este sentido, Hennecke (2015) realza que la traducción es un caso especial de contraste y los textos se encuentran en un área de tensión, ya que el traductor tiene que abordar el modelo cultural de los destinatarios del texto meta y también debe respetar la vinculación del texto original con la cultura base y así garantizar las coherencias inter e intratextuales del *translatum*.

En este sentido, la traducción no deja de ser una labor compleja porque debe apelar a la mayor fidelidad posible sin caer en literalidad, pero también hacer uso del ingenio y creatividad sin alejarse tanto del texto origen.

3.3.1. Teorías de la traducción

Hurtado Albir (2013) clasifica las actuales teorías traductológicas en cinco enfoques que, según señala esta autora, no deben considerarse como *compartimientos estancos*, sino de una perspectiva de prioridad de ciertos elementos sobre otros. La clasificación de Hurtado Albir (2013) contempla los siguientes enfoques:

1) **Enfoques lingüísticos.** Se basan en la aplicación de modelos procedentes de la Lingüística que inciden en la descripción y comparación de lenguas sin entrar en consideraciones de índole textual. En esta categoría agrupa la lingüística comparada tradicional, las estilísticas comparadas, las comparaciones gramaticales entre lenguas, la aplicación al estudio de la traducción de diferentes modelos de análisis lingüísticos, los enfoques semánticos y los enfoques semióticos.

2) **Enfoques textuales.** En esta categoría se incluye una perspectiva de reivindicación de la traducción como operación textual no centrada en el plano de la lengua.

3) **Enfoques comunicativos y socioculturales.** Se basan en la función comunicativa de la traducción, considerando los aspectos contextuales que rodean la traducción y señalando la importancia de los elementos culturales y de la recepción de la traducción. Entre los teóricos de esta corriente esta autora destaca los traductólogos bíblicos Nida, Taber y Margot; la corriente sociocrítica de Brisset; los representantes de la Escuela de la Manipulación, como Toury, Hermans, Rabadán y Vidal; el enfoque variacional de Hewson y Martín; las teorías funcionalistas: *skopos* (Reiss y Vermeer),

de la acción traductora (Holz-Mänttari) y funcionalismo y lealtad (Nord). Entre los que hacen incidencia específicamente en los aspectos comunicativos incluye a House; el análisis peritextual de Larose; las dimensiones del contexto de Hatim y Mason y el modelo comunicativo-funcional de Lvóskaya; incluye asimismo la corriente de Feminismo y traducción cuyos exponentes más destacados son, para esta autora, Díaz Diocaretz, Lotbinère-Harwood, Simon, von Flotow y Godayol.

4) **Enfoques psicolingüísticos.** Se centran en el análisis de los procesos mentales que efectúa el traductor, especialmente los de carácter más experimental que se han realizado para estudiar de modo empírico los mecanismos del proceso traductor, utilizando fundamentalmente la técnica del *Thinking Aloud Protocol* (TAP).

5) **Enfoques filosófico-hermenéuticos.** Estos enfoques se basan en la dimensión hermenéutica de la traducción o en aspectos filosóficos relacionados con ella.

Por otra parte, Pym(2016) realiza una revisión de los principales enfoques teóricos y paradigmas de la traducción, aclarando que las teorías no son mutuamente excluyentes, sino que difieren simplemente porque adoptan la perspectiva de un paradigma en particular, pero existe la posibilidad de diálogo entre teorías muy distintas.

A partir de estos postulados, Pym (2016) presenta seis teorías de la traducción:

1. **Teorías de la equivalencia.** A mediados del siglo XX surge el paradigma de la equivalencia, especialmente dentro del campo de la lingüística aplicada, cuyos principales exponentes son Nida y Wills (citados por Pym, 2016). Este enfoque teórico sostiene que traducir consiste en reproducir en la lengua de llegada el equivalente natural lo más próximo posible al mensaje de la lengua de partida y presupone una comprensión del contenido y el estilo del original.

Para Toury (1974) todas las traducciones manifiestan la equivalencia, específicamente porque se trata de, precisamente, *traducciones*.

2. **Teorías de la finalidad.** Aproximadamente en la década de 1980 se produce un cambio de paradigma a partir de la llamada teoría del *Skopos*, palabra griega que puede traducirse como “finalidad”. Uno de sus principales exponentes es Vermeer, quien sostiene que la traducción entendida como una acción obedece a las razones por las cuales alguien ha encargado la traducción, y en este sentido, las decisiones del traductor no estarían dominadas por el texto de partida o por los criterios de la equivalencia, a no ser que estos factores estén estipulados en la finalidad (*Skopos*) de la traducción.

Los puntos centrales de esta teoría son (Pym, 2016, p.73):

- Las decisiones de los traductores se determinan en última instancia por la finalidad de la traducción (*Skopos*).
- La finalidad de lo que hacen los traductores (la “acción traductora”) puede ser producir equivalentes de varios aspectos del texto de partida, pero también puede ser realizar tareas de reescritura, o dar consejo, según sea necesario.

- Un texto de partida puede ser traducido de diferentes maneras para servir a diferentes finalidades.
- Un factor principal para definir la finalidad de la traducción es la información que da el cliente o que se negocia con él.
- En última instancia, la finalidad de la traducción es definida por el traductor en relación al resto de actores sociales implicados.

Para Pym (2016) este paradigma general tiene ventajas si se lo compara con el paradigma de la equivalencia, entre otras:

- Reconoce que el traductor trabaja en una situación profesional con obligaciones complejas respecto a personas, más que a textos.
- Libera al traductor de teorías que intentan formular normas lingüísticas que gobiernen cada decisión.
- Induce a ver la traducción como un proyecto que involucra muchos factores y no como un trabajo realizado sobre un único texto.
- Invita a plantearse cuestiones éticas en términos sociales.

3. Teorías descriptivistas. Se basan en el estructuralismo, entendiendo que las estructuras existen dentro de la lengua y la cultura, independientemente de la subjetividad del investigador individual; en este sentido, se pretende revelar las verdades objetivas y verificables mediante procedimientos de descubrimiento claros y explícitos. Para esta corriente teórica el texto original y el texto de llegada son estructuras que se pueden comparar y las diferencias son pertenecientes al campo de

la traducción en términos de “desplazamientos”. Los desplazamientos no comprometen la existencia de equivalencias en términos de correspondencia formal.

Pym (2016) señala algunos aspectos positivos del paradigma descriptivista:

- Revela la vitalidad y variedad histórica de la traducción.
- Juega un papel central en la legitimación de los Estudios de la Traducción (*Translation Studies*) como una disciplina académica.
- Ha producido conocimientos útiles para todos los aspectos de la traductología.
- Rompe muchas de las dicotomías del paradigma de la equivalencia.
- Su búsqueda de leyes y de universales ha producido una serie de propuestas iniciales que resultan de interés para otras disciplinas.

Pero Pym (2016) también plantea algunas críticas a este paradigma:

- La teoría descriptivista de la traducción se enmarca en un paradigma positivista, sin conciencia de su papel social y posición histórica, presentando para este autor, los mismos problemas que el estructuralismo.
- Las descripciones no contribuyen directamente en la formación de traductores, dónde se necesitan prescripciones. Las leyes y universales formulados hasta el momento resultan irrelevantes para la formación.

- El modelo descriptivista se enfoca en textos y sistemas, pero no en la figura del traductor.

- Se centra en la cultura de llegada y de este modo no puede explicar todas las relaciones, en particular en contextos postcoloniales o cuando las asimetrías de poder son tan grandes que la cultura de partida no puede ser ignorada.

- Centrarse en las normas tiende a promover las posiciones conservadoras, impidiendo el desarrollo de una ética crítica de la traducción.

4. **Teorías indeterministas.** Surgen como oposición a otras teorías que, en líneas generales, se pueden considerar como “deterministas” en la medida en que refieren que un factor X determina la naturaleza de un factor Y; por ejemplo, en la teoría de la equivalencia, el texto de partida determina su traducción, así como en la teoría de la finalidad o *Skopos*, la consigna del cliente determina la finalidad del traductor. Por lo tanto, las teorías “indeterministas” no admiten que esta relación es tan directa, unidireccional, binaria o tan fácil de observar. Se basan en el paradigma del escepticismo epistemológico y en el principio de incertidumbre que ha afectado a todas las ciencias en el siglo XX.

5. **Teorías de la localización.** La localización implica hacer que un producto sea apropiado lingüística y culturalmente para el mercado local de llegada (país/región e idioma) donde se utilizará. Aunque este enfoque, a simple vista, parece tener puntos en común con la teoría del *Skopos*, que existen determinados aspectos que son nuevos en

la localización como, por ejemplo, formatos de fecha, referencias a la moneda, representaciones numéricas, etc.

La localización opera sobre la versión internacionalizada del producto o texto de llegada sin necesidad de hacer referencia al producto o texto de partida. Este enfoque se emplea especialmente en la traducción de software y sistemas informáticos.

6. Teorías de la traducción cultural. Los puntos principales de este nuevo paradigma son:

- La traducción cultural se puede entender como un proceso en que no hay ningún texto de partida; la atención se centra en procesos culturales más que en productos.

- La causa principal de la traducción cultural es la movilidad de personas (sujetos) más que la movilidad de textos (objetos).

- Los conceptos asociados con la traducción cultural pueden complementar otros paradigmas, poniendo de relieve la posición intermedia del traductor, la hibridación cultural que puede caracterizar dicha posición, los movimientos interculturales que conforman los lugares donde trabajan los traductores, y la naturaleza problemática de las fronteras culturales que traspasan las traducciones.

- La traducción cultural se basa en significados más metafóricos de la traducción que se configuran desde diferentes campos, tales como: 1) la antropología social, que busca describir la cultura extranjera, 2) la teoría actor-red (iniciada en Francia en la década de 1980 por Bruno Latour, Michel Callon y otros investigadores) donde las

interacciones que forman redes son vistas como traducciones, y 3) estudios de sociedades fragmentadas complejas, en particular aquellos grupos que se conforman a partir de los procesos migratorios.

Reconocemos el recorrido histórico de la traducción y creemos que todas las teorías han influido para entender esta labor desde la importancia de la cultura. El paradigma de la traducción cultural contribuye a la reflexión sobre un mundo globalizado en que los puntos de partida y llegada no son ni estables ni independientes.

3.3.2. La dimensión cultural de los textos en la traducción

Así, uno de los interrogantes más importantes de la interrelación entre lengua, texto, cultura y traducción es, entonces, de qué manera y de qué forma se pueden evaluar los hechos específicos y no específicos de índole cultural en torno a los textos que se pretendan traducir (Gercken, 1999).

Esto se debe abordar, según Nord (1997), desde una doble situación comunicativa intercultural: una primera que concierne a la producción y la recepción del texto original, y una segunda que se corresponde con la producción y recepción del texto meta.

De este modo resulta pertinente analizar las diversas propuestas culturales que hay en cuanto a la traducción, con el propósito de que el proceso traductivo, es decir, el de transformar las estructuras equivalentes en expresiones estilísticamente apropiadas (Vázquez Ayora, 1977), se encuentre en función de analizar el carácter intercultural en

el que se centran los diversos modelos comunicativos y socioculturales sobre la temática, siendo esto de gran relevancia para la traductología (Isidro Gómez, 2012).

Hewson y Martin (1991) sugieren una serie de opciones abiertas al traductor basadas en la adaptación de elementos culturales entre la cultura de partida y la cultura de llegada de la traducción, y las denominan reducción, inserción y conversión.

En relación a lo mencionado, Vermeer (citado por Hennecke, 2015) afirma que la condición para que el '*translatum*' se pueda convertir en un elemento integral de la cultura meta es que se debe desatar un fenómeno de sus entramados culturales anteriores de la cultura base e implantarlo en nuevos entramados culturales de la cultura meta. Solamente así se podría lograr lo que se denomina como coherencia pragmático-cultural del texto traducido.

Asimismo, Hennecke (2015) agrega que la producción y recepción de textos puede entonces concebirse como una actuación lingüística en el marco de una situación comunicativa concreta. Esto significa que la actuación lingüística está enmarcada en un contexto comunicativo y cultural específicos, es decir, está arraigada en la cultura de los interlocutores. Sin embargo, la cultura que subyace en los textos, queda manifiesta y visible únicamente en el contraste con otras culturas.

Por su parte, Hatim y Mason (2014) comparan los procesos comunicativos, pragmáticos y semióticos de un texto con su contexto haciendo hincapié en la decisiva influencia que el segundo ejerce sobre el primero, argumentando que un contexto que

constituye el entorno extratextual ejerce una influencia determinante en el lenguaje que se usa.

A su vez, la traducción, que consiste en determinar la significación de los signos lingüísticos en función de un *querer decir* concretizado en un mensaje (Delisle, 2003) es un proceso interpretativo y comunicativo consistente en la reformulación de un texto con los medios de otra lengua que se desarrolla en un contexto social y con una finalidad determinada que, por tanto, debe ser abordada destacando la influencia del contexto sociocultural (Hurtado Albir, 2013). Asimismo, considerando el contexto sociocultural, es decir, todo el conjunto de elementos sociales, culturales, políticos, económicos, naturales y de cualquier dimensión que conforman la realidad en la que se produce un texto, Nord (1997) distingue entre dos tipos básicos generales: la traducción-documento o la traducción-instrumento. La decisión metodológica del traductor depende de una serie de distintos factores de la situación comunicativa concreta.

En este sentido, los factores que juegan un papel son el encargo de traducción, el destinatario, el medio, el tiempo, la función pretendida del *translatum* y otros. Esto significa que una traducción solamente puede ser adecuada e idónea en relación con una situación concreta que determina el contexto (Hennecke, 2015).

3.3.2. Introducción a las técnicas de traducción

La importancia de la traducción radica en que el traductor es el portador de las representaciones simbólicas de su sociedad, siendo el vínculo vivo entre el texto original y su reescritura creativa en otra lengua (Delisle, 2003). Asimismo, se torna

imprescindible destacar las diferentes técnicas de traducción más significativas, estudiadas y analizadas.

En este sentido, según la clasificación de Vinay y Dalbarnet (1995), se distinguen siete técnicas de traducción que, como afirma Molina (2001), operan en los tres planos de la estilística: el del léxico, el de la distribución (morfología y sintaxis) y el del mensaje.

Así, Vinay y Dalbarnet (1995) caracterizan las siguientes técnicas de traducción:

1) *Adaptación*: se refiere a reemplazar un elemento cultural por otro propio de la cultura receptora.

2) *Calco*: es traducir literalmente e incorporar una palabra o sintagma de una lengua extranjera.

3) *Equivalente acuñado*: se trata de utilizar un término o expresión reconocido como equivalente en la lengua meta.

4) *Modulación*: es realizar un cambio de punto de vista, de enfoque o de categoría de pensamiento en relación con la formulación del texto original.

5) *Préstamo*: es incorporar una palabra a otra lengua sin modificarla ni traducirla.

6) *Traducción literal*: es traducir palabra por palabra un sintagma o expresión.

7) *Transposición*: es cambiar la categoría gramatical.

En relación a lo mencionado, Hurtado Albir (2013) afirma que el interés mayor de estos procedimientos radica en el hecho de que proporcionan un metalenguaje y una clasificación que sirve para identificar y caracterizar el resultado de la equivalencia traductora con respecto al texto original, catalogándolos como instrumentos de análisis para la descripción y comparación de traducciones.

Así, los diferentes tipos de traducción están en función de identificar los problemas terminológicos, consultar y evaluar las fuentes de información adecuadas para realizar la traducción con la mayor precisión posible (García, 2016). De este modo, se busca llevar a cabo el proceso de transferencia desde la comprensión del texto original hasta la reexpresión del texto final, teniendo en cuenta el propósito de la traducción y las características de los lectores del texto terminal (Gil Bardajì, 2003).

En este sentido, resulta clave la competencia traductora, interpretada como una macrocompetencia que constituye el conjunto de capacidades, destrezas, conocimientos e incluso actitudes que reúnen los traductores profesionales y que intervienen en la traducción como actividad experta (Kelly, 1997).

Asimismo, Toury (1974) describe la competencia traductora como un conjunto de habilidades que implican:

- La habilidad de descomponer textos según sean de un tipo textual u otro
- La habilidad de jerarquizar entre elementos relevantes y elementos no relevantes

-La habilidad de transferir de forma eficaz y completa estos rasgos relevantes, según el orden de relevancia dentro de sus límites lingüísticos y semióticos

-La habilidad de recomponer el texto en torno a los rasgos transferidos (el textorecompuesto debe ser aceptable en la lengua y cultura de llegada).

Sin embargo, para Wilss (1996) los intentos de definir qué es la competencia traductora topan a menudo con los criterios por los que se rigen las organizaciones que requieren servicios de traducción para la selección de traductores y para determinar lo que es o no es una buena traducción.

3.3.3. Propuesta de técnicas de traducción según Molina (2001)

Las técnicas de traducción son los medios de los que se vale el traductor para superar las dificultades de traducción (Muñoz Rico, 2007). Asimismo, se las puede analizar como los procedimientos e instrumentos que cualquier traductor utiliza para obtener paralelismos entre ambos textos (Viñez Daza, 2014).

Vinay y Dalbarnet (1995) dividen dichos procesos en dos grupos:

1) *Traducción directa*: es la traducción literal que se genera mediante una correspondencia exacta entre dos lenguas.

2) *Traducción oblicua*: es un tipo de traducción que, a diferencia de la directa, apela a determinados métodos y procedimientos que hacen que la traducción se aleje del traslado directo del texto origen.

Con la automatización de estas técnicas y procedimientos se permite liberar recursos cognitivos que hacen que la conducta experta sea también más eficaz cuando el traductor se enfrenta a determinados inconvenientes propios del proceso de traducción, es decir, a situaciones que no pueden ser fácilmente reducidas a categorías ya conocidas (Gil Bardaji, 2003).

Asimismo, solamente la práctica metódica puede proporcionar al traductor el dominio de estos procedimientos con los cuales logrará seguridad, facilidad y rapidez. Sin el conocimiento de las técnicas que la lingüística contemporánea ha puesto a su alcance, el traductor empírico seguirá envuelto en constantes perplejidades que le consumirán un tiempo precioso y, lo importante en esencia, le condenarán al literalismo, causa universal de toda clase de errores (Vázquez Ayora, 1977).

En consecuencia, Molina (2001), se basa en la clasificación mencionada de Vinay y Dalbernet (1995) sobre las siete técnicas de traducción y propone total de dieciocho, que son las siguientes:

1. *Adaptación*: reemplazar un elemento cultural por otro propio de la cultura receptora, como, por ejemplo, cambiar *baseball* por *fútbol* en una traducción al español.
2. *Ampliación lingüística*: añadir elementos lingüísticos; por ejemplo, traducir al español la expresión inglesa *No way* por *De ninguna manera* en lugar de utilizar una expresión con el mismo número de palabras, como podría ser *En absoluto*. Se opone a la técnica de la comprensión lingüística.

3. *Amplificación*: introducir precisiones no formuladas en el texto original (informaciones, paráfrasis explicativas), como, por ejemplo, añadir en una traducción del árabe al español *el mes de ayuno para los musulmanes* junto a la palabra *Ramadán*. Las notas a pie de página son un tipo de amplificación. Se opone a la técnica de reducción.
4. *Calco*: traducir literalmente una palabra o sintagma extranjero.
5. *Compensación*: introducir en otro lugar del texto meta un elemento de información o efecto estilístico que no se ha podido reflejar en el mismo lugar en que aparece situado en el texto original.
6. *Compresión lingüística*: sintetizar elementos lingüísticos, como, por ejemplo, traducir al español la frase interrogativa inglesa *Yes, ¿so what?* por *¿Y?*, en vez de una expresión con el mismo número de palabras como *¿Sí, y qué?* Se opone a la técnica de ampliación lingüística.
7. *Creación discursiva*: establecer una equivalencia efímera, totalmente imprevisible fuera de contexto como, por ejemplo, la traducción de la película *Rumble fish* por *La ley de la calle* en español.
8. *Descripción*: reemplazar un término o expresión por la descripción de su forma y/o función; por ejemplo, traducir el término italiano *panettone* como *bizcocho tradicional que se consume en las fiestas navideñas en Italia*.
9. *Equivalente acuñado*: utilizar un término o expresión reconocido como equivalente en la lengua meta. Por ejemplo, traducir la expresión inglesa *They are as like as two peas* como *Se parecen como dos gotas de agua*.

10. *Generalización*: utilizar un término más general o neutro como, por ejemplo, traducir los términos franceses *guichet*, *fenêtre* o *devanture*, por *window* en inglés. Se opone a la técnica de particularización.
11. *Modulación*: efectuar un cambio de punto de vista, de enfoque o de categoría de pensamiento en relación a la formulación del texto original; por ejemplo, traducir *Βί ΖφεΚα* como *vas a tener un hijo*, en lugar de *vas a ser padre*.
12. *Particularización*: utilizar un término más preciso o concreto como, por ejemplo, traducir el término inglés *window* por el francés *guichet*. Se opone a la técnica de generalización.
13. *Préstamo*: integrar una palabra o expresión de otra lengua tal cual se utiliza en el idioma original. Puede ser: puro (sin ningún cambio) como, por ejemplo, utilizar en un texto en español el término inglés *lobby*; o naturalizado (normalizado a la grafía de la lengua meta) como, por ejemplo, *fútbol*, *líder*, *mitin*.
14. *Reducción*: suprimir en el texto meta algún elemento de información presente en el texto original como, por ejemplo, eludir *el mes de ayuno* como aposición a *Ramadán* en una traducción al árabe. Se opone a la técnica de amplificación.
15. *Substitución* (lingüística, paralingüística): cambiar elementos lingüísticos por paralingüísticos (entonación, gestos) o viceversa. Por ejemplo, traducir el gesto árabe de llevarse la mano al corazón por *gracias*. Se utiliza sobre todo en Interpretación.

16. *Traducción literal*: traducir palabra por palabra un sintagma o expresión, pero no una sola palabra; por ejemplo, *She is reading* por *Ella está leyendo*.
17. *Transposición*: cambiar la categoría gramatical; por ejemplo, traducir al español *He will soon be back* por *No tardará en venir* cambiando el adverbio *soon* por el verbo *tardar*, en vez de mantener el adverbio y traducir: *Estará de vuelta pronto*.
18. *Variación*: cambiar elementos lingüísticos o paralingüísticos (entonación, gestos) que afectan a aspectos de la variación lingüística: cambios de tono textual, estilo, dialecto social, dialecto geográfico, etc. Ej.: introducción o cambios de marcas dialectales para la caracterización de personajes en la traducción teatral, cambios de tono en adaptaciones de novelas para niños, etc.

Hurtado Albir (2013), por su parte, clasifica las técnicas de traducción en función de cinco características básicas, que son:

- 1) Las que afectan el resultado de la traducción
- 2) Las que se catalogan en comparación con el original
- 3) Las que se refieren a micro unidades textuales
- 4) Las que tienen un carácter discursivo y contextual
- 5) Las que son funcionales.

Creemos que el traductor cumple una función activa en cuanto toma decisiones y elabora procesos de reescritura y que las técnicas de traducción son fundamentales para abordar problemas concretos. Para nuestro estudio, las técnicas de Molina (2001) son un aporte esencial para entender de qué forma se abordan obstáculos requieren mayor atención. Si bien las dieciocho técnicas se describen por separado, hemos notado que los traductores están en la libertad de combinar 2 o más técnicas para su encargo, lo cual indica que para futuras investigaciones se puede alargar este número de técnicas.

3.3.4. Métodos de traducción

Venuti (1995), uno de los autores que más importancia ha concedido al contexto y a los elementos culturales en el estudio de la traducción, utiliza el término *invisibilidad* para referirse a la traducción en la cultura anglo-americana contemporánea, concepto que refiere a que un texto traducido se considera aceptable si es transparente y crea la ilusión de que se trata de un texto original y no de su traducción. Para Fang (2008) el efecto de invisibilidad oculta no sólo que el texto es una traducción sino también que ha habido un traductor que intervino como intermediario entre dos culturas. En palabras de Venuti (1995, p.5), “*cuanto más natural sea la traducción, más invisible se vuelve el traductor*”.

Para Venuti (1995), el concepto de la invisibilidad del traductor está vinculado con dos estrategias o métodos principales de traducción: extranjerización (*foreignization*) y familiarización o domesticación (*domestication*). El método de familiarización es una

reducción etnocéntrica del texto extranjero a los valores culturales de la lengua meta, llevando el autor a esta cultura, mientras que el método extranjerizante supone una desviación de dichos valores para hacer patentes las diferencias culturales del texto extranjero, llevando al lector a la cultura ajena (Martínez Ortuño, 2015).

Para Fang (2008), ambos métodos tienen ventajas y desventajas, que se sintetizan en la Tabla II.

Tabla III. Comparación de los métodos de traducción.

	Extranjerización	Domesticación
Características	Traducción literal Tono extranjero El punto de partida es el texto original	Traducción dinámica Tono nacional El punto de partida es el receptor
Ventajas	Es totalmente fiel al texto original Los receptores pueden experimentar una cultura nueva y aprender nuevas maneras de expresar un idioma y usar diferentes metáforas	Los receptores no tendrán dificultades para entender Puede alcanzar el motivo que lleva el texto original con más facilidad
Desventajas	Los receptores tienen dificultades para comprender lo que se quiere expresar, a veces se pierde el motivo que quiere expresar el texto original	No respeta el texto original Se pierden oportunidades de aprender las culturas originales de otros países

Fuente: Fang (2008, p.11).

Desde una posición crítica, Venuti (1995) señala que la tradición angloamericana se basa en el método de domesticación para las traducciones al idioma inglés, asumiendo un concepto de subjetividad de cultura dominante que es muy diferente de las suposiciones humanistas subyacentes a la domesticación. Ni el escritor extranjero ni el traductor son concebidos como el origen trascendental del texto

Por otra parte, Venuti (1995) señala que el método de extranjerización puede alterar las formas en que se leen y producen las traducciones porque permite que el

traductor exprese libremente una idea comunicándola en un lenguaje transparente para un lector de una cultura diferente.

Sin embargo, el uso de la extranjerización no siempre implica que se pierda el motivo del texto original, pues como vimos en nuestro estado del arte, los espectadores pueden entender el mensaje sin dificultad en la traducción audiovisual.

3.3.5. Errores de traducción

Según Cruces Colado (2001), el error de traducción es una ruptura con las reglas de coherencia de un texto, sean éstas de tipo gramatical, de combinabilidad léxica, congruencia semántica o de conformidad al conocimiento del mundo y de la experiencia acumulada. Asimismo, sostiene que el error no es sólo una reformulación concreta sino la incapacidad para percibir la ruptura, considerando que la mayoría de los errores podríanser solventados con una revisión minuciosa, que a menudo se pasa por alto o se descuida.

Por su parte, Kussmaul (1995) denomina a los errores como procesos fallidos y cree que son precisamente las técnicas y las estrategias las que deben resolver los problemas que los motivan.

Nord (1996) destaca tres tipos diversos de errores en la traducción:

1) *Los errores pragmáticos*: se deben a una consideración inadecuada de las diferencias pragmáticas entre las situaciones origen y meta, como resultados, el texto

meta no es “coherente” para los receptores de la cultura meta y no cumple las funciones pretendidas.

2) *Los errores culturales*: se deben a una consideración insuficiente de las diferencias entre las convenciones de las culturas base y meta; el texto meta no es aceptable para los receptores de la cultura meta en casos en los que el encargo exige una adaptación a las normas y convenciones de la cultura meta.

3) *Los errores lingüísticos*: se deben a una consideración insuficiente de las diferencias entre los sistemas lingüísticos de los idiomas base y meta; el texto meta es deficiente, aunque en la mayoría de los casos es comprensible.

Por su parte, Juurik (2014) encuentra que los errores de traducción más frecuentes son:

- *Errores de lengua meta*: son errores de gramática, clichés o préstamos lingüísticos no generados durante el proceso de traducción.

-*Errores de tema y rema*: errores de construcciones de las frases donde la información desconocida (rema) es presentada antes de la información conocida.

-*Errores de colocación*: errores que se producen al elegir la colocación en la lengua meta, por ejemplo, traduciendo literalmente un adjetivo, cuando por las reglas de colocación de la lengua se debería utilizar otro.

-*Errores de estilo*: no se traduce en el mismo estilo que el texto de origen.

-*Errores de términos*: se usa un término incorrecto en el contexto, utilizando una palabra de lengua general porque no se reconoce un término.

-*Errores de la construcción de la frase*: las palabras en la frase están en el orden incorrecto, pero el sentido de la frase no cambia.

-*Traducción literal de palabras y gramática*: se traducen literalmente las palabras y/o las construcciones gramaticales.

-*Errores de sentido*: el sentido de la frase es diferente al del texto de origen porque se utiliza una construcción de la frase incorrecta.

Los intentos de definir qué es un problema de traducción y de establecer categorías siguen interesando a la pedagogía de la traducción, en tanto que el conocimiento previo de los problemas más frecuentes, así como de las distintas formas para solucionarlos constituyen herramientas fundamentales para prevenir errores y adquirir una mayor competencia (Gil Bardaji, 2003).

En todo caso, considerando que se distinguen una serie de errores e imperfecciones que pueden generar complicaciones para que se efectúe adecuadamente el proceso de traducción, es importante que el traductor se interiorice y esté al tanto de dichas posibles falencias.

3.4. La traducción de textos turísticos

El texto turístico es todo aquello que una organización pública o privada publique con la finalidad de ofrecer información a los potenciales visitantes o para anunciar o promocionar un destino y fomentar los viajes a dicha locación (Kelly1997), siendo, según Gross (citado por González Pastor, 2012), un hiperónimo que abarca subclases de texto, como pueden ser las guías turísticas, los catálogos o los artículos sobre viajes, entre otros.

Como característica distintiva, el texto turístico tiene como denominador común el destinatario, que es el turista o visitante, siempre con la intención de invitarlo a visitar dicha locación u ofrecerle la información que necesita para planificar y emprender su viaje (Déniz Suárez, 2015).

Por su parte, Fischer (2000) afirma que el texto turístico es todo escrito dirigido al público en general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades de un lugar y sugiere su visita.

Perton (2010) distingue dos tipos principales de tipos de textos turísticos:

- *Anuncios publicitarios y guías turísticas*: están destinados a vender un producto o promocionar una imagen y corresponde al grado máximo de exhortación.

-*Los folletos, artículos y reportajes*: son textos informativos en los cuales se mezclan la descripción y la persuasión.

Asimismo, varios autores han orientado su análisis a las similitudes existentes entre el discurso turístico y el publicitario con un enfoque eminentemente traductológico. Fuentes Luque y Kelly (2000) defienden que la imagen de un país en el extranjero depende en gran medida del traductor, que debe crear textos turísticos publicitarios que promocionen y fomenten los viajes como lo hace el creador del original, y que se orienten a informar y persuadir. Perton (2010) señala que además de centrarse en el aspecto publicitario de los textos turísticos, no debe descuidarse la importancia de tratar de forma adecuada los aspectos culturales a la hora de traducir.

Fuentes Luque (2005) afirma que, en su versión original, un texto turístico es un compendio de marketing, cultura y uso de sistemas lingüísticos y semióticos. La versión traducida debería seguir, en principio, las mismas convenciones. Sin embargo, no siempre es así, y a menudo ven la luz traducciones poco acertadas que comprometen el objetivo final que es atraer al potencial turista.

Por su parte, Federici (2007) destaca que el traductor tiene que leer e interpretar un texto turístico como un producto socio-cultural que está construido por un punto de vista restringido culturalmente, considerando que la traducción no solamente exige trasladar un código lingüístico o cultural a otro, sino que además es un acto de comunicación que traspasa fronteras lingüísticas y culturales.

En este sentido, lo más importantes es que el traductor se concentre en el lector del texto meta y su contexto y que entienda el texto en su nuevo contexto lingüístico, cultural y social, buscando satisfacer las expectativas del lector sobre un determinado destino turístico (Perton, 2010).

Por lo tanto, en la traducción de textos turísticos se debe tener en cuenta no sólo el contexto lingüístico, sino también el cultural, entendiéndose éste como el conjunto de costumbres y tradiciones, valores y reglas de comportamiento, la interpretación del entorno y el universo que cada comunidad de hablantes posee, así como el conocimiento de su historia y su literatura (Soto Almela, 2013).

Pensamos que la traducción de textos turísticos debe ser tratada como área especializada e incluirse en los planes de estudio en cuanto representa desafíos propios como la transmisión de costumbres, gastronomía, vestuario e ideas de una cultura y además el traductor cumple una función adicional que es la de promover la cultura y generar un impacto positivo en el lector meta que lo lleve a visitar o a indagar más sobre ese lugar.

4. Metodología

4.1. Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo empírico-descriptivo porque se fundamenta en *“la observación del aspecto o aspectos de la realidad que se investiga”* (Ávila Baray, 2006, p.6), con el propósito de describir *“eventos, situaciones representativas de un fenómeno o unidad de análisis específica”* (Ávila Baray, 2006, p.48).

Considerando que se recurre a traducciones de material turístico de la ciudad de Bogotá, Colombia, desde el año 2009 hasta la actualidad, tanto en formato físico como digital, es también una investigación de tipo documental porque busca *“describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información”* (Ávila Baray, 2006, p.51). Pero, tal como señala Campos Ocampo (2017, p.17), *“no se trata solamente de una recopilación de datos contenidos en libros, sino que se centra, más bien, en la reflexión innovadora y crítica sobre determinados textos y los conceptos planteados en ellos”* porque se busca identificar y analizar las soluciones dadas por estos textos para el trasvase de los elementos culturales.

4.2. Enfoque de la investigación

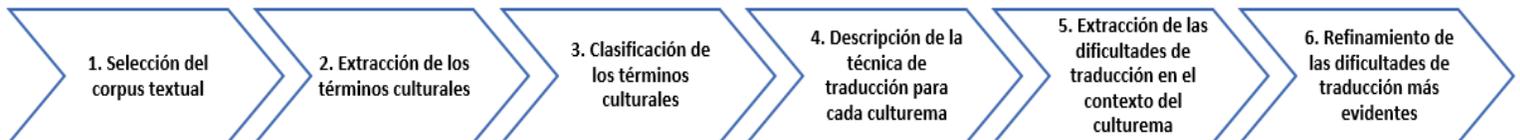
El enfoque metodológico de esta investigación es mixto: cualitativo porque se *“recurre a reflexiones discursivas realizadas a partir de la información obtenida”* (Campos Ocampo, 2017, p.16) y cuantitativo porque *“se fundamenta en aspectos observables y susceptibles de cuantificar”* (Barrantes Echavarría, 1999, p.64).

El enfoque cualitativo está dado por el análisis de elementos culturales de un corpus textual que pertenece al ámbito del turismo (específicamente a la ciudad de

Bogotá) y es traducido al inglés sobre la base de un texto redactado en español. Por su parte, en el enfoque cuantitativo se hace uso de la estadística en especial para evidenciar los campos semánticos y las técnicas de traducción encontradas.

4.3. Diseño metodológico

El siguiente esquema ilustra la propuesta metodológica de 6 etapas que se plantea para el análisis de los términos culturales.



4.3.1. Selección del corpus textual

Calvi (2010) clasifica los textos para promocionar un producto turístico en 7 géneros: editoriales, institucionales, comerciales, organizativos, legales, científicos-académicos e informales. Tomando como base esta clasificación, a la hora de seleccionar el material para este estudio, se tuvieron en cuenta dos de ellos: los *géneros editoriales* como las revistas y las guías de viajes o turismo y los *géneros institucionales* que se originan en los organismos oficiales tales como folletos y páginas web. A su vez, para la selección se consideraron también tres aspectos:

1. Ser un texto que perteneciera al ámbito del turismo, específicamente en la ciudad de Bogotá.

2. Ser un texto traducido al inglés sobre la base de un texto redactado en español.

3. Ser un texto de fácil acceso, es decir ubicado en bibliotecas públicas, librerías, puntos de información turística y páginas web.

Seis textos pertenecen al género editorial por tratarse de un libro impreso encontrado en bibliotecas públicas, tres guías y dos libros turísticos hallados en páginas web y uno corresponde al género institucional por ser de un portal web oficial. En el Anexo I se pueden consultar algunos datos básicos de los 7 textos utilizados, que se ordenaron cronológicamente en fichas de trabajo elaboradas sobre una adaptación del modelo propuesto por Ávila Baray (2006, p.52).

4.3.2. Extracción de los términos culturales

Una vez seleccionados los textos se realizó la lectura del material para centrar la atención en la búsqueda de términos que tengan valor simbólico o que sean conocidos entre los miembros de la sociedad bogotana, que para este estudio son tema de interés por cuánto representan un desafío en la traducción.

Ahora bien, durante la extracción de los culturemas, se tomaron en cuenta dos fuentes terminológicas para la validación de los elementos culturales, es decir se constató que formaran parte de algún material enciclopédico monolingüe que definiera las entradas según el contexto de uso y que mostrara ejemplos cotidianos. Las dos fuentes utilizadas, encontradas en formato digital y de acceso libre, son:

- *“Bogotólogo: usos y desusos y abusos del español hablado en Bogotá”*: escrito por Andrés Ospina, escritor y realizador de radio, proyecto ganador de la convocatoria Ciudad y Patrimonio en el 2009, organizada por el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural. El diccionario, del año 2011, invita a conocer la historia de la capital Colombia y define en 278 páginas y 4000 entradas, términos antiguos y contemporáneos con fotografías y ejemplos entretenidos (Ospina, 2012).

- *“Breve Diccionario de Colombianismos”*: realizado por la Academia Colombiana de la Lengua (4ta edición) en el 2012, reúne un conjunto de expresiones y peculiaridades léxicas del español hablado en Colombia y abarca los términos de distintas regiones del país con ejemplos claros que provienen de refranes, canciones, poemas y expresiones cotidianas. También muestra ilustraciones que ejemplifican en detalle algunos términos (AA.VV., 2012).

Mediante estos dos diccionarios se validaron 90 culturemas y también se creyó pertinente reconocer y añadir otros 5 términos porque, a pesar de que no se muestran como entradas, tienen un valor simbólico para la cultura colombiana en particular. En el Anexo II se pueden observar los seis términos junto a una definición propia (ver Anexo II).

4.3.3. Clasificación de los términos culturales según su campo semántico

Una vez seleccionados y verificados los términos culturales, se procedió a clasificarlos según su campo semántico. El objetivo de esta clasificación es delimitar a

qué categoría pertenece el culturema identificado y para ello se utilizó la clasificación de la propuesta de Igareda (2011) que resulta pertinente por su variedad.

Para el caso de los referentes culturales “Rock al parque” y “cuatro” se utilizó el campo musical que propone el folclorista colombiano Abadía (citado por Ríos Giraldo, 2015). El autor establece un esquema del folklore en cuatro campos en total: el literario, el musical, el coreográfico y el material o demosófico, de los cuales uno nos sirvió para nuestro estudio

Por otro lado, nos percatamos que no fue posible categorizar a los culturemas “sombbrero vueltaio” y “mochila wayuu” dentro de las propuestas anteriores. Por la importancia de los mismos, no sólo por ser artesanías indígenas sino también por considerarse símbolos culturales colombianos, hemos decidido proponer la categorización temática “símbolo cultural de la nación” junto a la categorización por área “artesanías indígenas”. Esto podría contribuir a futuras investigaciones.

De igual forma, también propusimos una nueva subcategoría llamada “gentilicios” a la ya existente categorización temática “universo social” en la categorización por área “geografía cultural” de Igareda (2011), con el objetivo de tener una mejor clasificación para los elementos culturales “cachaco”, “paisa” y “rolo”

4.3.4. Descripción de la técnica de traducción para cada culturema

Con el ánimo de dar soporte al análisis, es conveniente describir la técnica de traducción utilizada. Para este propósito se utilizó la propuesta de clasificación de

Molina (2001) sobre las técnicas de traducción más significativas. En ese sentido, se realizó un análisis del contexto del elemento cultural, abordando el contexto del texto origen, en este caso en español, y el contexto del texto meta, en inglés.

4.3.5. Extracción de las dificultades de traducción en el contexto del culturema

Después de analizar las técnicas de traducción empleadas para los culturemas en el ámbito del turismo, se procedió a determinar el contexto del elemento cultural, es decir a citar la situación empleada por el texto para poner en evidencia el uso del culturema. Para esto, se elabora una tabla con tres aspectos; el término o elemento cultural, el contexto del texto origen, en este caso en español, y el contexto del texto meta, es decir en inglés.

En segundo lugar, se extrajeron las dificultades de traducción más evidentes y se explicaron los distintos niveles de dificultad percibida de acuerdo con los problemas señalados por Nord (1996) de los cuales se dependen los errores de traducción (textuales, pragmáticos, culturales y lingüísticos) y por De la Cruz (2003) quien señala que los errores de traducción que se producen con mayor frecuencia son:

- 1 Influencia de la lengua de origen en la estructura de frases y la elección de palabras
- 2 la tercera lengua
- 3 las palabras inventadas
- 4 Empleo incorrecto de palabras

- 5 Omisión
- 6 Empleo de términos parecidos, pero no correctos
- 7 La no adaptación del sistema de pesos

Esta clasificación de errores es vital para nuestro estudio porque utilizamos las dificultades 1, 4, 5, y 6. Como aporte para futuras investigaciones, añadimos una categoría propia llamada “otros refinamientos” en la cual se incluyen traducciones que no se consideran como error pero que podrían refinarse para una mejor comprensión por parte del lector meta.

4.3.6. Refinamiento de las dificultades de traducción más evidentes

Finalmente, y como aporte de este proyecto investigativo, se elaboró un refinamiento de las dificultades halladas en el contexto donde se encuentra la traducción del culturema, entendiendo que la traducción de un elemento lingüístico es más comprensible para el receptor si existe una adecuada traducción del contexto, coincidiendo con Luque Nadal (2009, p.96) en que “*la actuación de un culturema como tal depende del contexto en el que aparezca*”. Estos refinamientos se elaboraron a partir de la variedad dialectal del inglés americano.

5. Resultados

5.1. Clasificación de los términos culturales

La Tabla III muestra la clasificación de los culturemas seleccionados

Tabla IV. Clasificación de los culturemas.

ID.	Elemento cultural	Categorización temática	Categorización por área	Subcategoría
1	Agua de panela	Cultura material	Alimentación	Bebidas
2	Ajiaco santafereño	Cultura material	Alimentación	Comida
3	Al detal	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
4	Alimentador	Universo social	Transporte	Medios de transporte
5	Arepa	Cultura material	Alimentación	Comida
6	Arequipe	Cultura material	Alimentación	Comida
7	Argolla	Cultura material	Indumentaria	Joyas
8	Articulado	Universo social	Transporte	Medios de transporte
9	Bacatá	Universo social	Geografía cultural	Provincias
10	Bocadillo	Cultura material	Alimentación	Comida
11	Bogotá	Universo social	Geografía cultural	Provincias
12	Bogotazo	Historia	Conflictos históricos	
13	Bomba	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
14	Buñuelos	Cultura material	Alimentación	Comida
15	Buseta	Universo social	Transporte	Medios de transporte
16	Cachaco	Universo social	Geografía cultural	Gentilicio
17	Calambur	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
18	Calentado	Cultura material	Alimentación	Comida
19	Calle	Universo social	Geografía cultural	Calles
20	Canelazo	Cultura material	Alimentación	Bebidas
21	Carimañola	Cultura material	Alimentación	Comida
22	Carrera	Universo social	Geografía cultural	Calles
23	Changua	Cultura material	Alimentación	Comida
24	Chévere	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
25	Chibcha	Instituciones culturales	Cultura religiosa, creencias, tabús, etc.	Dioses y mitología
26	Chicha	Cultura material	Alimentación	Bebidas
27	Chicharrón	Cultura material	Alimentación	Comida
28	Chimba	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
29	Chiva	Universo social	Transporte	Vehículos
30	Chocolate	Cultura material	Alimentación	Bebidas
31	Churro	Cultura material	Alimentación	Comida
32	Circunvalar	Universo social	Geografía cultural	Calles

33	Colectivo	Universo social	Transporte	Medios de transporte
34	Colonia	Historia	Perspectiva eurocentrista de la historia universal (u otro)	Historia de países latinoamericanos
35	Comedero	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
36	Condor de los Andes	Ecología	Biología	Fauna
37	Corabastos Plaza	Estructura social	Trabajo	Empresas
38	Coroto	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
39	Criollo	Historia	Perspectiva eurocentrista de la historia universal (u otro)	Descendientes
40	Cuajada con melao	Cultura material	Alimentación	Comida
41	Cuatro	Musical	instrumentos musicales	
42	Cucarachero	Ecología	Biología	Fauna
43	Cundinamarca	Universo social	Geografía cultural	Provincias
44	Doctor	Universo social	Condiciones y hábitos sociales	Cortesía
45	Don/Doña	Universo social	Condiciones y hábitos sociales	Cortesía
46	Ejecutivo	Universo social	Transporte	Medios de transporte
47	El centro	Universo social	Geografía cultural	Calles
48	Finca	Cultura material	Objetos materiales	Mobiliario
49	Fontibón	Universo social	Geografía cultural	Provincias
50	Fritanga	Cultura material	Alimentación	Comida
51	Guayabo	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
52	Lechona	Cultura material	Alimentación	Comida
53	Masato	Cultura material	Alimentación	Bebidas
54	Matatigres	Universo social	Geografía cultural	Provincias
55	Mochila wayuu	Símbolo cultural de la nación	Artesanías indígenas	
56	¿Me regalas...?	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
57	Mono/mona	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
58	Mote	Cultura material	Alimentación	Comida
59	Muisca	Instituciones culturales	Cultura religiosa, creencias, tabús, etc.	Dioses y mitología
60	No dar papaya	Aspectos lingüísticos culturales y humor	Expresiones propias de determinados países	Expresiones fijas
61	Norte	Universo social	Geografía cultural	Calles
62	Occidente	Universo social	Geografía cultural	Calles
63	Onces	Cultura material	Alimentación	Comida
64	Paisa	Universo social	Geografía cultural	Gentilicio
65	Pandebono	Cultura material	Alimentación	Comida
66	Pandeyucas	Cultura material	Alimentación	Comida
67	Pasabocas	Cultura material	Alimentación	Comida
68	Peto o mazamorra dulce	Cultura material	Alimentación	Comida
69	Picada	Cultura material	Alimentación	Comida

70	Picadito	Cultura material	Tiempo libre	Deportes
71	Pico y placa	Universo social	Transporte	Vehículos
72	Pilas	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
73	Ponqué	Cultura material	Alimentación	Comida
74	Qué Pena	Universo social	Expresiones	Perdón
75	Quesito	Cultura material	Alimentación	Comida
76	Quinta	Cultura material	Objetos materiales	Mobiliario
77	Rebusque	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
78	Refrigerio	Cultura material	Alimentación	Comida
79	Río Bogotá	Ecología	Geografía/ topografía	Ríos
80	Rock al parque	Musical	Festival	
81	Rolo	Universo social	Geografía cultural	Gentilicio
82	Roscón	Cultura material	Alimentación	Comida
83	Rumba	Cultura material	Tiempo libre	Actividades de tiempo libre
84	Sancocho	Cultura material	Alimentación	Comida
85	Septimazo	Universo social	Costumbres	
86	Sombrero “vueltaio”	Símbolo cultural de la nación	Artesanías indígenas	
87	Suba	Universo social	Geografía cultural	Provincias
88	Sumercé	Universo social	Condiciones y hábitos sociales	Cortesía
89	Tetero	Cultura material	Alimentación	Bebidas
90	Tierra caliente	Ecología	Meteorología	Clima
91	Tinto	Cultura material	Alimentación	Bebidas
92	Trancón	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
93	Tranvía	Universo social	Transporte	Medios de transporte
94	Vueltas	Universo social	Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	Coloquialismos
95	Zona Rosa	Universo social	Geografía cultural	Calles

Fuente: elaboración propia sobre categorías de Igareda (2011), la categoría musical de Abadía (citado por Ríos Giraldo, 2015) y la categoría propuesta de símbolo cultural de la nación.

La Tabla IV muestra la distribución total de los culturemas por categorías, donde se puede observar que la mayor parte de los términos culturales pertenecen a la categoría Universo social (45.3%), y, en segundo lugar, a la de Cultura material (39%).

Tabla V. Distribución total y porcentual de los cultuemas por categorías.

<i>Categorías</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Universo social	43	45.3%
Cultura material	37	39%
Ecología	4	4.2%
Historia	3	3.2%
Instituciones culturales	2	2.1%
Musical	2	2.1%
Símbolo cultural de la nación	2	2.1%
Aspectos lingüísticos culturales y humor	1	1%
Estructura social	1	1%
Total	95	100%

Fuente: elaboración propia.

Para la categoría “universo social” el área abordada con mayor frecuencia es la que corresponde a geografía cultural (37.2%), seguido de lenguaje coloquial (32.6%); mientras que para la categoría “cultura material” el área abordada con mayor frecuencia es alimentación (86.5%).

Tabla VI. Distribución total y porcentual de los cultuemas por áreas para la categoría “universo social”.

<i>Áreas</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Geografía cultural	16	37.2%
Lenguaje coloquial, sociolectos, idiolectos, insultos	14	32.6%
Transporte	8	18.6%
Condiciones y hábitos sociales	3	7%
Costumbres	1	2.3%
Expresiones	1	2.3%
Total	43	100%

Fuente: elaboración propia.

Tabla VII. Distribución total y porcentual de los cultuemas por áreas para la categoría “cultura material”.

<i>Áreas</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Alimentación	32	86.5%
Objetos materiales	2	5.4%
Tiempo libre	2	5.4%
Indumentaria	1	2.7%
Total	37	100%

Fuente: elaboración propia.

5.2. Descripción de la técnica de traducción de cada cultuema

El análisis del corpus textual se realiza a través de las siguientes secciones:

-Nombre del texto turístico, junto al año

-Número de página, en los casos donde se mostraba en el corpus

-Elemento cultural de análisis

-El contexto en el texto origen (TO), que incluye un fragmento textual en el que está insertado el cultuema

-El contexto en el texto meta (TM), que se trata de la traducción al inglés debido al corpus paralelo bilingüe español-inglés.

-Técnica de traducción, que presenta y describe la técnica o técnicas de traducción utilizadas para la transmisión del contenido cultural, descritas por Molina (2001). En esta descripción también se señala que tan pertinente resultó la técnica de traducción utilizada.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	30
Elemento(s) cultural(es) de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Agua de panela, - Ajiaco santafereño - Cuajada con melao - Peto o mazamorra dulce - Postre de natas - Sancocho
Contexto en TO	<p>En el barrio La Candelaria se encuentra este restaurante que les ofrece a sus comensales las mejores recetas de comida típica colombiana. Nació hace seis años como un negocio familiar. Su nombre es un homenaje a la bisabuela de la actual administradora, llamada Lucila y conocida por todos como “Mama Lupe”. La gran diversidad del menú tiene como principal característica la tradición en su sazón, que se ha mantenido generación tras generación desde 1816. En su carta sobresalen la bandeja paisa, el ajiaco santafereño, el sancocho y las carnes a la parrilla, y para concluir postres típicos como la cuajada con “melao”, arroz con leche, postre de natas o las marquesas rellenas de guanábana o arequipe que figuran entre los dulces más antiguos de Bogotá. Además, a cualquier hora del día se pueden encontrar tamales, chocolate, aguadepanela, peto o mazamorra dulce, acompañados de queso, almojábana y pan con mantequilla. Todo esto es un ambiente acogedor, al son de los boleros y la música colombiana.</p>
Contexto en TM	<p>This restaurant in <i>La Candelaria</i> offers visitors Colombia’s best traditional cuisine. It was opened six years ago as a family business. Its name comes from the current manager's grandmother; her name was Lucila, also known as <i>MamáLupe</i>. The wide diversity in the menu is mainly characterized by a traditional seasoning that has been passed through generations since 1816. The menú includes <i>paisa dish</i>, <i>ajiacosantafereño</i>, <i>sancocho</i> and grilled meats. To top it off, they</p>

	<p>have traditional desserts like cuajada (milk curd) with “melao”, rice pudding, milk cream dessert, <i>marquesas</i> filled with sour sop or caramel cream, all of which are Bogota’s oldest candy desserts. At any time of the day you get to eat <i>tamales</i>, hot cocoa, aguade panela, peto or sweet porridge with cheese, <i>almojábana</i> and buttered bread. Wrap it all in a cozy environment, at the sound of boleros and Colombian music.</p>
<p>Técnica de traducción</p>	<p>Agua de panela: Préstamo. Para la traducción del culturema <i>Agua de panela</i>, el mediador tomó directamente la palabra de la cultura origen y la incorporó a la lengua de llegada sin realizar ningún cambio. Calvi (2000) asegura que, al usar esta técnica, hay una mayor implicación del lector en la cultura local. Sin embargo, el uso único del préstamo presupone el conocimiento cultural por parte del lector de este tipo de bebida propia de la cultura suramericana y una de las más populares en Colombia. En este caso, para que se efectuara el trasvase cultural se necesitaría, además del préstamo, una amplificación que detallara de qué se trata el vocablo de manera que el lector genere una idea más clara del culturema.</p> <p>Ajiaco santafereño: Préstamo. Al igual que el culturema anterior, el mediador decidió incorporar <i>Ajiaco santafereño</i> a la lengua de llegada. Para facilitar la comprensión del elemento cultural, proponemos añadir la palabra <i>soup</i> dado que el ajiaco es una sopa típica, es decir <i>Ajiaco santafereño soup</i>.</p> <p>Cuajada con melao: Préstamo y amplificación. Para la traducción de este culturema, el mediador decidió mantener <i>cuajada</i> en la lengua de llegada, utilizar la técnica de amplificación (<i>milk curd</i>) y finalmente volver al uso del préstamo en <i>melao</i>. Si bien el uso de ambas técnicas es apropiado en este caso, la amplificación podría ir después del vocablo <i>melao</i>.</p> <p>Peto o mazamorra dulce: Préstamo y equivalente acuñado. Tanto peto como mazamorra dulce tienen la misma denominación y se puede reemplazar un término por el otro dependiendo de la provincia o departamento donde se utilice. El peto o mazamorra dulce es un postre tradicional a base de maíz blanco dulce y endulzado con panela, que se puede consumir frío o caliente. Para su traducción, el mediador optó</p>

	<p>por dejar constancia del culturema en la lengua origen y añadir un equivalente cultural en la lengua de llegada con el vocablo <i>sweet porridge</i>. El <i>Oxford English Dictionary Online</i> define <i>porridge</i> como “A dish consisting of oatmeal or another meal or cereal boiled in water or milk”, donde se describe que es un plato de avena con leche. Pese a que los ingredientes son distintos, ambos son platos típicos de consistencia similar.</p> <p>Postre de natas: Calco. El postre de natas consiste en un platillo tradicional de repostería bogotana a base de natas de leche y azúcar. En este caso, el mediador eligió una traducción literal que respeta el léxico y la sintaxis de la lengua meta en <i>milk cream dessert</i>. A pesar de ser un culturema propio de la cultura bogotana, pensamos que el uso del calco resulta conveniente para transferir la información lingüística del culturema.</p> <p>Sancocho: Préstamo. En este caso, el mediador ofrece el préstamo puro, con lo cual opta por mantener el vocablo en la lengua de llegada con el objetivo de acercar al lector a la cultural local. Sin embargo, al ser uno de los platos más famosos y de importancia cultural creemos que se podría refinar mediante una amplificación.</p>
--	--

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	85
Elemento cultural de análisis	- Al detal
Contexto en TO	Además de las ventas de mercado al detal y al por mayor a precios convenientes, la visitaral lugar constituye un encuentro con el colorido y el sabor de la inmensa variedad de productos que da el territorio nacional y que abarca desde los básicos hasta los más exóticos.

Contexto en TM	Besides the retail sales market and the wholesale at attractive prices, it is a meeting place with the color and flavor of the vast variety of products that are given to the national territory which ranges from basic to exotic products
Técnica de traducción	<p>Equivalente acuñado. En este caso, sólo tomamos una parte del contexto, sin embargo, en el original el total del contenido se refiere al mercado más importante del país “Corabastos” donde se venden alimentos de la canasta familiar. En la primera parte de este párrafo se enfatiza en las ventas tanto por unidad como por mayor.</p> <p>El cultrema <i>Al detal</i> que en otras palabras significa mercado minorista, en contraposición al mercado mayorista, es traducido por un término más reconocido en la lengua meta. El <i>Oxford English Online</i> define <i>retail</i> como “<i>the sale of goods to the public in relatively small quantities for use or consumption rather than for resale</i>” con lo que el mediador no tiene dificultad en traducir este cultrema porque ya existe un equivalente cultural en la lengua meta.</p> <p>Es importante mencionar que el texto origen presenta un error tipográfico en “la visitar” en el que posiblemente se agregó ya sea una “r” o el artículo determinado “la” de más pero que no afecta la comprensión del texto.</p>

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá
Número de página	71
Elemento cultural de análisis	- Alimentador
Contexto en TO	Bogotanos y visitantes se han acoplado al nuevo lenguaje del transporte masivo: estaciones de transferencia, alimentadores ,

	<p>portales y zonas alfabéticas, a las cuales se sumará próximamente el Sistema Integrado de Transporte (SITP), en el que con un mismo ticket o tarjeta se accederá a cualquiera de las modalidades del servicio de buses para lo cual se dividirá a la ciudad en seis grandes sectores</p>
Contexto en TM	<p>Local people and visitors alike have had to come to terms with the new language of public transport- transfer stations, feeders, terminals and alphabetic zones. The next development will be the integrated transit system SIT which will allow you to use a single ticket or cards to access any type or system of bus across the six sectors into which Bogota has been divided.</p>
Técnica de traducción	<p>Calco. En este caso, el contexto nos habla de algunos sistemas de transportes de la ciudad. El culturema alimentador es un tipo de transporte cuya función es abastecer a las estaciones terminales, es decir llevar a las personas a las terminales o de las terminales a puntos cercanos de sus viviendas.</p> <p>Podemos ver el uso de la técnica del calco al utilizar <i>feeder</i>. En este caso, la traducción del culturema, puede resultar un tanto estructural pues si bien el contexto nos habla de transporte, esta traducción no aporta información en su totalidad porque no especifica a qué tipo de servicio abastece, pues la definición más cercana para este contexto de <i>feeder</i> en el <i>Oxford English Online</i> es “a person or thing that <i>supplies something</i>” con lo que es una persona o cosa que abastece algo, pero no muestra qué en detalle.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	21
Elemento cultural de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Arepa - Carimañola - Chicharrón - Quesito
Contexto en TO	Casa Vieja ofrece platos de distintos rincones del país preparados con los mejores ingredientes y servidos a la mesa con excelente atención. Es sitio obligado para probar los platos del país, tales como las carimañolas de carne, arepa antioqueña con quesito , chicharrones ...
Contexto en TM	Casa Vieja offers plates from different corners of the country, prepared with the best ingredients and served with excellence. It is a must to try authentic dishes, like meat carimañolas , arepa antioqueña with cheese , chicharrones ...
Técnica de traducción	<p>Arepa, Carimañola y Chicharrón: Préstamo. Los tres culturemas pertenecen al campo semántico de comidas y contienen valor simbólico por ser alimentos caseros transmitidos de generación en generación. Para su transmisión, el traductor decidió integrar las palabras de la lengua de partida sin realizar cambios en la lengua de llegada. Si bien, es una técnica que favorece la cercanía del lector con la cultura origen, pensamos además en amplificar cada término de manera que no haya dificultades al momento de desentrañar su significado.</p> <p>Quesito: Generalización. Para el culturema <i>quesito</i>, el mediador decidió sustituir este elemento específico de la lengua origen por otro más general de la lengua de llegada, es decir utilizar la técnica de la generalización. Pese a que la traducción no distorsiona o transforma el sentido del culturema del texto original, consideramos que <i>cheese</i></p>

	no posee la misma carga cultural y por tanto se podría refinar.
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	41
Elemento cultural de análisis	- Argolla
Contexto en TO	Creatividad e innovación caracterizan esta marca que por más de 30 años ha diseñado y elaborado magnificas joyas en oro y plata. Su amplia trayectoria la han convertido en un referente para nacionales y extranjeros a la hora de comprar una alhaja. Sus exclusivas piezas hechas a mano, en las que figuran argollas brazaletes con esmeraldas, collares con piedras como el carbón y fibras como la damagua y cañaflecha, combinan glamour, calidad y precios razonables.
Contexto en TM	Design and innovation has characterized this brand, for over 30 years it has designed and produced magnificent gold and silver jewelry. Its broad experience has made it a landmark for locals and foreigners when buying a gem. Its unique handmade pieces, which include wedding rings , bracelets with emeralds, necklaces with stones such as coal and fibers such as Cañaflecha and damagua combine glamour, quality and reasonable prices.
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. Para la transmisión del culturema argolla, que es otra forma de decir anillo de matrimonio, el mediador se vale de la técnica del equivalente acuñado al utilizar <i>wedding ring</i> con lo que se transmite la totalidad de la información y no representa mayor dificultad porque se dispone de un equivalente en la lengua y cultura meta, lo cual facilita la transferencia.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Elemento cultural de análisis	- Articulado
Contexto en TO	El transporte masivo arriba a dos plataformas con cupo para 12 articulados , 4 alimentadores y 13 intermunicipales, dentro del edificio de dos pisos que da acceso al Portal Sur.
Contexto en TM	Transmilenio reaches two platforms with room for 12 articulated buses , 4 feeders and 13 long-distance buses in the two-story building that accesses the Southern Terminus.
Técnica de traducción	<p>Equivalente acuñado. El término articulado ha sido utilizado para denominar a unos autobuses rojos con una articulación gris en la mitad también denominados Transmilenio. En este sentido, no es necesario incluir la palabra buses en la lengua origen, porque ya atiende a un término comúnmente reconocido que nos habla de transporte. En cuanto a la traducción, el mediador eligió el vocablo <i>articulated</i>, que no se aleja ni en forma ni significado del original.</p> <p>El diccionario <i>Oxford</i>, define <i>articulated</i> como "<i>Having two or more sections connected by a flexible joint</i>" que atañe a dos secciones unidas por una articulación flexible y, además, el mediador decide añadir buses para especificar que se trata de medios de transporte. Al tratarse de dos vocablos reconocidos en la lengua meta, la técnica utilizada en este caso es equivalente acuñado.</p>

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2016)
-----------------------------------	-----------------------

Número de página	Página del texto origen: 20 Página del texto meta: 30
Elemento cultural de análisis	- Bacatá
Contexto en TO	Los invasores se pusieron a la tarea de levantar un caserío. Así que, donde queda el Chorro de Quevedo, hicieron doce chozas más un remedo de iglesia y las bautizaron Santa Fe de Bacatá .
Contexto en TM	The invaders set out to build a village. So, where today is the Chorro Quevedo, they established twelve huts and almost a mock church and christened them Santa Fe de Bacata .
Técnica de traducción	Préstamo. <i>Bacatá</i> es un vocablo antiguo con que se solía denominar la ciudad de Bogotá. El culturema no representa un problema en la traducción porque atañe a una denominación antigua de un lugar y además el contexto nos muestra cómo se formó. Por ser una palabra específica que se toma del castellano y se mantiene en inglés, la técnica utilizada es el préstamo, la cual resulta adecuada.

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2015)
Número de página	Página del texto origen: 88 Página del texto meta: 128
Elemento cultural de análisis	- Arequipe - Bocadillo - Mochila wayuu - Pandebono - Sombrero “vueltaio”

<p>Contexto en TO</p>	<p>De esta manera, lo más representativo de las artesanías típicas, como sombreros “vueltaos”, mochilas wayuu, ruanas boyacenses, hamacas de San Jacinto, y muchísimo más se encuentran en las estanterías de La Casona del Museo, un centro artesanal, ubicado junto al Museo del Oro, en pleno centro de Bogotá. Aquí también están a la orden del paladar delicias típicas como pandebonos, aguardientes, bocadillos de guayaba, arequipe y el infaltable café colombiano.</p>
<p>Contexto en TM</p>	<p>Typical colombian crafts such as “vueltaio” hats, Wayuu shoulder bags, Boyacaruanas, San Jacinto hammocks are on the shelves of the Casona del Museo a handicraft center located next to the Museo del Oro, as well as typical delicacies such as pandebonos, licorice liquor, guava snacks, caramel and the inevitable Colombian coffee.</p>
<p>Técnica de traducción</p>	<p>Arequipe: Generalización. En el caso del culturema arequipe, el mediador optó por utilizar <i>caramel</i> que, si bien establece la conexión con el elemento cultural existente en la lengua meta, se podría añadir una palabra que especifique la textura, pues caramel tiene una textura mucho más líquida que la del arequipe.</p> <p>Bocadillo: Generalización. El culturema bocadillo se tradujo utilizando la técnica de generalización. Teniendo en cuenta que este alimento es elaborado a partir de la guayaba, una fruta tropical, y que tiene un equivalente según lo muestra el <i>English Oxford Dictionary</i>, el mediador no tuvo dificultad traducir la fruta por <i>guava</i>. Sin embargo, el uso de la palabra <i>snacks</i> implica que hay distintos alimentos pequeños a base de guayaba, cuando en realidad se trata de un dulce de pulpa de guayaba en forma de una pasta cuadrada compacta.</p> <p>Mochila wayuu: Préstamo y calco. El mediador decidió optar por la combinación de las técnicas préstamo y calco. La mochila wayuu, consiste en un bolso artesanal elaborado por indígenas wayuu. En este sentido, consideramos que en la traducción se indican de manera adecuada estas características, porque se traduce de forma</p>

	<p>literal bolso cómo <i>shoulder bagy</i> deja constancia del nombre de la comunidad indígena wayuu a través del uso del préstamo.</p> <p>Pandebono: Préstamo. El mediador optó por no realizar cambio alguno y tomar directamente el vocablo de la cultura origen e integrarla a la de llegada. Aunque consideramos que es una técnica adecuada para este caso, por tratarse de un panecillo muy típico del país, no sobraría una descripción para favorecer su comprensión.</p> <p>Sombrero “vueltaio”: Préstamo y calco. Este caso es similar al de la traducción de la mochila wayuu, debido a que también es una artesanía indígena y para su traducción el mediador utiliza el préstamo y el calco, pues incorpora a la lengua de llegada el vocablo “vueltaio” y además elabora una traducción literal de sombrero con “<i>haʔ</i>”.</p>
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	8
Elemento cultural de análisis	- Bogotá
Contexto en TO	Bogotá, capital de Colombia , es una ciudad diversa, cosmopolita y única, cuya población supera los siete millones de habitantes. Su territorio aproximado es de 178.000 hectáreas, de las cuales 31.000 son urbanas.
Contexto en TM	Bogota, the capital of Colombia and main city of the country has an approximate territory of 178,000 hectares, 31,000 of them urban and more than seven million habitants.
Técnica de traducción	Préstamo. El culturema Bogotá, hace parte del campo semántico de la geografía cultural por lo que no hay mayor dificultad en la mediación y

	el traductor opta por hacer uso de la técnica del préstamo.
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	59
Elemento cultural de análisis	- Bogotazo
Contexto en TO	Palacio de San Francisco: Obra arquitectónica adjudicada a los maestros Arturo Jaramillo y Gastón LeLarge. Concluida en 1933, sufrió daños considerables en su estructura en 1948, como resultado de su incendio en el denominado Bogotazo .
Contexto en TM	Palace of San Francisco: Architectural work of masters Arturo Jaramillo and Gaston LeLarge, completed in 1933. Although it suffered considerable structural damage in 1948 as a result of a fire in the Bogotazo riot
Técnica de traducción	Préstamo y amplificación. El culturema Bogotazo se transmite a través del uso del préstamo porque se integra tal cual, y además el traductor opta por la palabra <i>riot</i> , la cual funciona como una estructura explicativa y a la técnica de amplificación. Consideramos que es una traducción adecuada porque atiende a la carga política, social e histórica del momento.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
-----------------------------------	--

Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Bomba
Contexto en TO	Bomba. Estación de gasolina
Contexto en TM	Gas station
Técnica de traducción	<p>Equivalente acuñado. Esta página del texto turístico nos muestra una serie de colombianismos de uso cotidiano en el país. Para ello, se presenta el término o expresión, se explica su uso o definición y finalmente se traduce.</p> <p>Para este término, el mediador recurre al equivalente establecido en la lengua meta, pues <i>gas station</i> cumple con la función del término bomba, el cual el Breve diccionario de Colombianismos define como un “establecimiento en el que se vende gasolina” (pag, 25)</p>

Nombre del texto turístico	Colombia Travel
Elemento cultural de análisis	- Buñuelos
Contexto en TO	Los buñuelos, unos amasijos redondos de harina de maíz con queso que se fríen en aceite, se comen especialmente en navidad.
Contexto en TM	Buñuelos, round cornmeal and cheese fritters, are traditionally eaten around Christmastime.
Técnica de traducción	Préstamo y calco. La técnica utilizada para el culturema <i>buñuelos</i> , es una combinación de préstamo y calco porque el mediador opta por mantener el vocablo para su traducción en inglés y además se traduce

	<p>de manera literal la explicación de buñuelos.</p> <p>Observamos también que tanto en el texto origen como meta el contexto proporciona información que circunscribe al culturema en la categorización temática de comida y por tanto el lector destinatario puede formarse una idea más clara de este culturema.</p>
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	19
Elemento cultural de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Buseta - Colectivo - Ejecutivo
Contexto en TO	En Bogotá se movilizan diariamente más de un millón de vehículos, en los que circulan distintos tipos de buses públicos como el colectivo , la buseta , el busetón, corriente y ejecutivo .
Contexto en TM	In Bogota, more than one million vehicles mobilize, including various types of public buses like colectivo , minibuses , general and executive busetón.
Técnica de traducción	<p>Colectivo: Préstamo. Para <i>colectivo</i>, el mediador se vale del préstamo. Sin embargo, al parecer hubo un error tipográfico y se añadió una "l" de más, lo cual distorsiona la traducción, porque a pesar de que el contexto nos habla de medios de transporte, la palabra <i>colectivo</i> no existe en ninguna entrada de los diccionarios consultados en inglés y tampoco existe algún elemento informativo para disipar el error.</p> <p>Buseta: Préstamo. Al igual que en <i>colectivo</i>, el mediador integró la palabra buseta en la traducción, sin realizar ningún cambio. Sin embargo, consideramos que sería necesario un elemento informativo</p>

	<p>para que el lector se diera una idea más aproximada de este tipo de vehículo.</p> <p>Ejecutivo: Traducción literal. En el caso del culturema <i>ejecutivo</i> la técnica utilizada es la traducción literal. No obstante, puede resultar en un “literalismo” que según Vázquez Ayora representa “<i>la causa universal de toda clase de errores</i>” (1977, p. 251). Las definiciones que brinda el <i>Oxford English Online</i> sobre <i>Executive</i> refieren al poder para ejecutar algún plan o está relacionado con política, negocios y legislación, pero ninguna hace referencia a medios de transporte. En la práctica el culturema <i>Ejecutivo</i> es el tipo de transporte público aparte de Transmilenio, con mayor capacidad de pasajeros, pero no es un servicio especial que por ejemplo transporte personas con cargos ejecutivos. Por ende, consideramos que la traducción no logra transmitir el sentido de la lengua de partida.</p>
--	--

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	10
Elemento cultural de análisis	- Cachaco
Contexto en TO	Cuando se habla de José Gabriel, lo primero que se dice es que “es un cachaco de pura cepa”. ¿Usted se considera fiel representante de esa cultura?
Contexto en TM	When speaking of Jose Gabriel, the first thing said is “is a pure blooded Cachaco (People from Bogotá) ”. Do you consider yourself a faithful representative of our culture?
Técnica de traducción	Préstamo y Amplificación. El contexto es una parte de una entrevista a un conocido presentador de Bogotá llamado Juan Gabriel. La frase

	<p>“es un cachaco de pura cepa”, quiere decir que es un “bogotano de la más rancia estirpe” (Ospina, 2011), de buenos modales o bien educado.</p> <p>Para la traducción, el mediador opta por mantener <i>cachaco</i> a través del préstamo y elabora una amplificación en la cual señala que son personas oriundas de Bogotá, aunque no incluye su característica más relevante, como el hecho de que sea un bogotano educado o de la más rancia estirpe.</p>
--	--

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	10
Elemento cultural de análisis	- Calambur
Contexto en TO	¿Qué es lo más cachaco que tiene? Mi manera de hablar. Mi vocabulario, mis dichos, mis “ calambures ”, en fin... yo creo que todo
Contexto en TM	What is the most cachaco habit you have? My way of speaking. My vocabulary, my words, my “ puns ”, well...I think everything
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. El mediador cuenta en este caso con la ventaja de que el culturema <i>calambur</i> contiene su equivalente en la lengua de llegada y por tanto se logra transmitir el sentido de la palabra sin necesidad de agregar elementos informativos, lo cual no representa mayor problema de traducción.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE
-----------------------------------	---

	NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	28
Elemento cultural de análisis	- Calentado
Contexto en TO	Ir a la Hamburguesería es todo un acontecimiento, no solo porque se pueden disfrutar espacios en donde se mezclan sofisticación y tradición, con decorados rocanroleros sino también por tener a plena disposición una amplia carta de sabores y recetas en torno a la popular hamburguesa. Impensable dejar de disfrutar el famoso calentado , las entradas y deliciosas opciones mexicanas (sopa de tortilla, fajitas y burritos), sándwiches y una amplia variedad de platos vegetarianos.
Contexto en TM	Going to La Hamburguesería is quite an event, not only because there one can enjoy spaces where sophistication and traditional blend together, with rock and roll decorations, but also for having a wide menu full of flavors and recipes that surround the popular hamburger. It is unbearable not to enjoy the famous Calentado (Traditional Colombian Rice Plate) , entrees and delicious Mexican options (tortilla soup, fajitas and burritos), sandwiches and a wide variety of vegetarian dishes.
Técnica de traducción	Préstamo y amplificación. El Breve Diccionario de Colombianismos define calentado cómo <i>“Plato de alimentos del día anterior que ha sido recalentado y que se suele comer especialmente en el desayuno y uno en picadillo”</i> . El mediador por su parte introduce una precisión con la característica de ser un plato de arroz tradicional colombiano (<i>Traditional Colombian Rice Plate</i>). Esta mediación nos parece acertada, pues según el contexto, el establecimiento de comidas también ofrece platos mexicanos pero el traductor enfatiza que el culturema calentado es un plato colombiano. Cabe destacar que, aunque la amplificación no incluya el hecho de que mayormente es un desayuno, está más que justificada.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	18
Elemento cultural de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Calle - Carrera
Contexto en TO	La ciudad se encuentra dividida en cuadrados. Las calles se ubican de forma perpendicular a los cerros, es decir que la nomenclatura aumenta de sur a norte y se utilizan números cardinales. Las carreras se sitúan de forma paralela a los cerros orientales y su nomenclatura aumenta a medida que estas se alejan de la montaña. Los números de ubicación son ordinales.
Contexto en TM	The city is divided in squares. The streets are perpendicular to the hills, so that means that the nomenclature increases formsouth to north and cardinal numbers are used. The carreras are parallel to the hills and the nomenclature grows as the distance increases from the mountain. Thelocationnumbers are ordinals.
Técnicas de traducción	<p>Calle: Calco. El traductor se vale de la técnica del calco porque traduce de manera literal calle por <i>street</i>. Cómo podemos notar, el contexto señala que” las calles son perpendiculares a los cerros”, definición que concuerda a la que ofrece el Bogotólogo (2011).</p> <p>Según el <i>Oxford English Online</i>, la palabra <i>Street</i> es “A public road in a city, town, or village, typically with houses and buildings on one or both sides”, es decir una calle pública en una ciudad, pueblo o aldea, típicamente con casas y edificios en uno o ambos lados. No obstante, aunque atiende a una traducción literal, la característica más importante es que las calles son perpendiculares a los cerros, lo cual no atiende necesariamente a un equivalente acuñado para la lengua de llegada.</p>

	<p>Cabe destacar que a pesar que la preposición <i>from</i>, se escribió cómo form; “<i>The streets are perpendicular to the hills, so that means that the nomenclature increases formsouth to north</i>”, se trató en efecto de un error tipográfico que el lector de llegada puede deducir y que no afecta el sentido de la oración.</p> <p>Carrera: Préstamo. Por el contrario, en el caso de <i>carrera</i>, el mediador se inclinó por mantener el vocablo en la lengua de llegada. En efecto, el contexto especifica que las carrerasson paralelas a los cerros orientales y por tanto consideramos que se justifica esta técnica.</p>
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	54
Elemento cultural de análisis	- Canelazo
Contexto en TO	Una forma diferente y divertida de conocer la capital es realizando un recorrido nocturno por las zonas más representativas para descubrir el encanto que cobija a la ciudad cuando el sol se esconde y da paso a la luna y a las estrellas. Para esto, residentes y turistas cuentan con Bogotátravelguide.com. Ofrece un city tour nocturno que comienza con la visita al mirador de la calera, desde donde se aprecia una bella panorámica de la ciudad mientras se saborea un canelazo , bebida tradicional de la zona andina.
Contexto en TM	A different and fun way to know the capital is through a night trip to the most representative areas. To discover the charm sheltering the city when the sun sets, and the moon and stars shine on the sky. Residents and tourists count with Bogotátravelguide.com. It offers a night tour starting with a visit to La Calera viewpoint, a place to admire a beautiful panorama of the city while enjoying a canelazo, traditional drink in

	the Andean zone.
Técnica de traducción	Préstamo y calco. Para la traducción del culturema <i>canelazo</i> , se utilizaron las técnicas de préstamo y calco. Tal cómo lo expresa en contexto de la lengua de llegada, el vocablo <i>canelazo</i> es una bebida específica de la zona andina y, de hecho, el Bogotólogo (2011) hace hincapié en que es una actividad social bogotana. Justamente, en el texto meta se traduce esta información, la cual aporta a la precisión del significado. Por lo tanto, consideramos que la traducción es acertada.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Elemento cultural de análisis	- Circunvalar
Contexto en TO	Muy cerca de la Calle 85, la Carrera 7ª se acerca bastante a la avenida Circunvalar y extiende un tramo conector hasta alcanzarla. Por allí se toma la vía a la Calera que hace las veces de mirador sobre el norte. La Circunvalar va hasta la Calle 92 y se originó en el Paseo Bolívar, un camino colonial a la iglesia de la Peña, concebido por el virrey Ezpeleta
Contexto en TM	Close to Calle 85, Carrera 7 comes close to Avenida Circunvalar and has a spur off to it to join the road to La Calera, which offers superb views of the whole city. The Circunvalar starts at the Paseo Bolívar on the way up to the Church of la Peña in the centre and ends at Calle 92.
Técnica de traducción	Préstamo. El culturema <i>Circunvalar</i> , pertenece al campo semántico de la geografía cultural dentro de la subcategoría de calles. En efecto, es una famosa avenida de la ciudad. El mediador decidió incorporar la misma palabra a la lengua de llegada a través de la técnica del préstamo. Pese a que es una forma adecuada de mediación, consideramos que se podría refinar con una

	amplificación.
--	----------------

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	33
Elemento cultural de análisis	- Comedero
Contexto en TO	A las afueras de Bogotá, en el vecino municipio de Chía, se revela el “paraíso pagano”, el “hogar encendido, el “restaurante colombiano”. Un lugar laberíntico como lo podría dilucidar Escher, que combina detalles autóctonos como arboles con frutos de colores luminosos, vacas coquetas, corazones rojos, mariposas amarillas y mil cosas más que crean un único y mágico ambiente. Se trata del comedero , bailadero, miradero, conversadero, estadero Andrés Carne de Res.
Contexto en TM	On the outskirts of Bogota, in the neighboring municipality of Chía is revealed a “pagan paradise”, “ <i>hogarencendido</i> ”, the “Colombian restaurant” A labyrinth place as it would elucidate Escher, combining native details like trees with fruits of bright colors, flirty cows, red hearts, yellow butterflies and a thousand other things that create a unique magical environment. This restaurant , dance floor, lookout and gathering point is Andrés Carne de Res.
Técnica de traducción	Generalización. Según el diccionario Bogotólogo (2011), comedero es un “Vulgarismo para aludir a un restaurante, por lo general en forma despectiva (p, 70)” Sin embargo, el texto meta describe este restaurante cómo un lugar que “combina detalles autóctonos (...) que crean un único y mágico ambiente”, lo que implica que la definición del culturema que ofrece el diccionario, no es el mismo que en el del texto.

	<p>Para su traducción el mediador decidió utilizar un término más general o neutro, pues según el diccionario <i>Oxford</i> restaurantes “<i>A place where people pay to sit and eat meal that are cooked and served on the premises</i>” con lo cual se trata simplemente de un lugar en donde las personas pagan para sentarse y comer comidas que se cocinan y sirven en el local.</p> <p>Si bien, el término restaurant tiene validez en este caso, consideramos que se podría utilizar un adjetivo modificador que detallara la peculiaridad del lugar y por tanto, refinaríamos la traducción agregando el término “unusual”, cuya definición según el <i>Oxford</i> es “<i>Remarkable or interesting because different from or better than others</i>”. Es decir, nuestra propuesta para el culturema comedero es “unusual restaurant”.</p>
--	--

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	50
Elemento cultural de análisis	- Colonia
Contexto en TO	Casa de los comuneros (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte). Situada en la esquina suroccidental de la Plaza de Bolívar, hoy en día se convierte en un valioso aporte para la recuperación arquitectónica del centro histórico de Bogotá. Durante algunos de sus procesos de restauración se rescataron tirantes, vigas y fragmentos de pintura mural de la Colonia .
Contexto en TM	Home of the Communards (Secretary for Culture, Recreation and Sport). Located in the southwest corner of the Plaza de Bolivar, it is today a valuable contribution to the architectural recovery of Bogota’s historical center. During some of the restoration process braces, beams and fragments of the Colonial mural paintings were rescued.

Técnica de traducción	<p>Calco. En este caso, el texto describe que el edificio histórico llamado Casa de comuneros, actual Secretaria de Cultura, tuvo un proceso de restauración entre los que se destacan pinturas de la época de la Colonia, periodo comprendido entre la creación de la Real Audiencia de Santafé en 1550 y la declaración de independencia nacional en 1810.</p> <p>Para la traducción del culturema Colonia, el traductor decidió convertirlo en adjetivo “<i>fragmentsofthe colonial mural paintings</i>”, lo cual resulta acertada porque respeta el léxico y el sentido del texto origen a través del uso del calco.</p> <p>Nos resulta en cambio pertinente refinar la traducción de “Secretaría de Cultura, Recreación y deporte.”</p>
------------------------------	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	76
Elemento cultural de análisis	- Condor de los Andes
Contexto en TO	Museo de Historia Natural. Mas de 200 especies y 1.000 ejemplares entre insectos, peces, tortugas, serpientes, aves, mamíferos y murciélagos llenan de vida las ocho salas temáticas del museo. Cada sala representa la fauna colombiana de manera didáctica y en un ambiente muy real. Se pueden observar el proceso evolutivo del ser humano, tumbas y restos de fauna encontrados en Tequendama, Aguazaque y Gachalá con 9.000 y 6.000 años de antigüedad, montajes de sistema óseo de una ballena y un cocodrilo y la mayor ave rapaz de mundo, el cóndor de los Andes .
Contexto en TM	Natural History Museum. More than 200 species and 1000 specimens of insects, fish turtles, snakes, birds, mammals and bats come to life in the eight themed rooms that make the tour of the museum. Each room represents the Colombian Fauna in a didactic and almost real way. There you can see the evolutionary process of man, tombs and remains of fauna found in Tequendama Aguazaque and Gachalá with around 9.000 and 6.000 years old, Interactive montages of the skeletal system of a whale and a crocodile, as well as the largest prey bird of world, the Andean condor .
Técnica de traducción	Calco. Según el Bogotólogo (2011) el <i>cóndor de los Andes</i> “habita en las costas suramericanas cercanas al Océano Pacífico”. De ahí que el culturema no es solo propio de la fauna colombiana, sino también hace parte de varios países suramericanos, por lo que el mediador aprovecha su carácter transcultural y en consecuencia no necesita explicar su significado con una amplificación mayor. Así, con el uso del calco léxico se logra transferir la carga del culturema.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	85
Elemento cultural de análisis	- Corabastos Plaza
Contexto en TO	Corabastos Plaza. Construida el 1º de julio de 1972, Corabastos despliega su magnificencia en una extensa arquitectura que la ubica como la tercera plaza de abastos de América Latina y la primera de Colombia en razón de su tamaño.
Contexto en TM	Corabastos square. Built on July 1 st 1972, Corabastos unfolds its magnificence in a comprehensive architecture that ranks as the third food market in Latin America and first in Colombia, because of its size.
Técnica de traducción	<p>Traducción literal. El culturema Corabastos Plaza o Plaza de Corabastos, refiere a un lugar donde se abastece comida y distintos productos de la canasta familiar. A pesar que el contexto en la lengua de partida explicita que es una plaza de abastos de América Latina y en el de llegada se traduce como <i>food market</i>, consideramos que la traducción ofrecida en el principio de texto "<i>Corabastos square</i>" no concuerda con el contenido del contexto.</p> <p>Para este culturema, el mediador optó por utilizar la traducción literal, manteniendo la forma de la palabra Corabastos y traduciendo literalmente plaza, más cómo un área abierta que cómo un Mercado de comidas.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	26
Elemento cultural de análisis	- Coroto - Zona Rosa
Contexto en TO	La marca Andrés Carne de Res ya es emblemática en Bogotá. Y la Plaza de Andrés no es la excepción. En la zona rosa de la ciudad, los aromas y sabores evocan épocas de antaño, cuando las abuelas se paseaban por las plazas de mercado en busca de que comprar. Con ese sueño de infancia, con los corotos colgados, las carretillas de frutas y variedad de verduras, entre otros manjares, se crea la Plaza de Andrés, donde “de tienda en tienda te atendes” y pruebas las delicias de la cocina y los sabores de nuestra tierra.
Contexto en TM	The Brand Andrés Carne de Res is emblematic in Bogotá. And <i>La plaza de Andrés</i> is no exception. In the Zona Rosa of the city, the aromas and flavors reminiscent of old times, when the grandmothers walked in the marketplaces in search of what to buy. With this childhood dream, with clutter hanging, carts of fruit and vegetables varieties, amongst other things, establishing La Plaza de Andrés, where “from store to store you serve yourself” and try the delicacies and flavors of this land.
Técnica de traducción	Coroto: Generalización. El culturema coroto se transmite a través del uso de una generalización. Sin embargo, creemos que <i>clutter</i> no resulta tan útil como equivalente, pues no se consigue transmitir la información más importante del culturema que son distintos objetos de valor sentimental, mientras que <i>clutter</i> tiene que ver con objetos atiborrados y desorganizados. Zona Rosa: Préstamo. En cuanto a Zona Rosa, la técnica utilizada es el préstamo. Consideramos que el mediador eligió esta técnica porque se trata de un término muy conocido en la lengua de partida y además

	es un nombre propio.
--	----------------------

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	53
Elemento cultural de análisis	- Cuatro
Contexto en TO	Clases de piano, guitarra, cuatro, saxofón y batería, entre otras. A domicilio
Contexto en TM	Piano, guitar, “ cuatro ”, saxophone and drums classes among others. Classes are given at your house
Técnica de traducción	<p>Préstamo. El culturema <i>cuatro</i> pertenece al campo semántico de los instrumentos musicales y es según el Breve diccionario de Colombianismos, una “guitarrilla de cuatro cuerdas, típica de los Llanos Orientales”. En este sentido, se trata de un culturema propio de una determinada región de Colombia.</p> <p>Por su traducción el mediador decidió incorporar la misma palabra a la lengua de llegada a través de la técnica del préstamo.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	148

Elemento cultural de análisis	- Cundinamarca
Contexto en TO	Invest in Bogotá. Agencia de promoción de inversión para Bogotá y Cundinamarca, una iniciativa público- privada entre la Cámara de Comercio de Bogotá, el Distrito Capital y la gobernación de Cundinamarca. Apoya a inversionistas que están explorando oportunidades en Bogotá y Cundinamarca .
Contexto en TM	Invest in Bogota is the investment promotion agency for Bogota and Cundinamarca, a public-private partnership between the Bogota Chamber of Commerce, the Bogota city government and the Government in Cundinamarca. Its mission is to support investors that are exploring opportunities in Bogota and Cundinamarca .
Técnica de traducción	Préstamo. Para la transmisión de culturema Cundinamarca el mediador se vale de la técnica del préstamo. Podemos observar a lo largo de nuestro estudio que esta técnica se utiliza mayormente para los nombres propios, en especial los que pertenecen al campo semántico de geografía cultural, provincias.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	92
Elemento cultural de análisis	- Cucarachero
Contexto en TO	Córdoba. Es considerado como el tercer humedal más extenso de la ciudad. Sus 40,51 hectáreas situadas al Noroccidente de Bogotá, en la localidad de Suba, exponen una importante biodiversidad de fauna y flora que lo han hecho reconocer como el humedal con mayor cantidad de especies de vegetales y aves. Existen 121 clases de plantas terrestres, exóticas y acuáticas. Entre las 117 especies de aves que

	anidan allí se destacan la garza blanca, colibríes, canarios, cucaracheros y tres clases de tingua.
Contexto en TM	Cordoba. It is considered the third largest wetland in the city. Its 40.51 hectares located northwest of Bogota, in Suba, it presents an important biodiversity of flora and fauna that have made this wetland recognized with the most species of plants and birds. There are 121 kinds of terrestrial plants, exotic and aquatic. Among the 117 species of birds that nest there, standing out are the white heron, hummingbirds, canaries, Wrens and three kinds of Tingua birds
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. En este caso, no hay mayor dificultad en transferir el elemento cultural a la lengua de llegada, por lo que ya existe un equivalente en el texto meta. El contexto nos muestra una variedad de avecilla que en su mayoría cuentan con su equivalente.

Nombre del texto turístico	Colombia Travel
Elemento cultural de análisis	- Changua
Contexto en TO	Huevos, leche, cilantro y cebolla son algunos ingredientes de la changua, un caldo al que se le puede agregar arroz
Contexto en TM	Changua is a broth that contains eggs, milk, cilantro, and onions. Rice is softened.
Técnica de traducción	Préstamo y calco. En este caso, se utiliza una combinación de préstamo y calco. El vocablo <i>changua</i> , se mantiene en la lengua de llegada y además se traduce de manera literal la definición a través del calco. Si bien no hay formulaciones o descripciones adicionales a la del texto origen, consideramos adecuada el uso de esta combinación.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Chévere
Contexto en TO	Chévere. Bueno o divertido
Contexto en TM	Good
Técnica de traducción	<p>Generalización. Aquí, el mediador decide utilizar la técnica de generalización al traducir <i>chévere</i> por <i>good</i>. Si bien es una traducción aproximada del culturema el término <i>good</i> en inglés resulta un tanto general o neutro.</p> <p>En este caso, el mediador se halla con la dificultad de transmitir un adjetivo muy coloquial y ponderativo cómo es el caso de <i>chévere</i>, el cual se acerca más a términos como estupendo o fenomenal. Sin embargo, la traducción <i>good</i> opaca su sentido o no tiene la misma carga semántica.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	63
Elemento cultural de análisis	- Chibcha - Muisca
Contexto en TO	Sía, Diosa del agua. Tallada por la colombiana María Teresa Zerda, la estatua de la diosa del agua es la representación de Sía o Sie, deidad de la mitología Chibcha . Con su rostro frente a un espejo de agua y rodeada de cuatro enormes columnas jónicas, el monumento

	de piedra arenisca fue elaborado entre 1947 y 1948. El agua, al igual que el sol, la luna y la luz, forma parte de la mitología muisca . Sía fue ubicada en este lugar con ocasión de la Novena Conferencia Panamericana, realizada en abril de 1948.
Contexto en TM	Sía The Water Goddess Carved by colombian Maria Teresa Zerda, the statue of the Water Goddess is represented by Sia o Sie, goddess of Chibcha mythology. With her face in front of a reflecting pool and surrounded by four huge Ionic columns, this monument was made beetween in 1947 and 1948. Water, sun the moon and light are part of the Muisca mythology. Sia was placed there for the occasion of the ninth Panamerican conference which took place in Bogota on April 1948
Técnica de traducción	Préstamo. Estos dos culturemas pertenecen a la subcategoría de “dioses y mitología” dentro del campo semántico “instituciones culturales. Para efectos de su traducción, el mediador eligió mantener estos elementos culturales en la lengua de llegada, utilizando el préstamo, lo cual nos pareció conveniente.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Número de página	71
Elemento cultural de análisis	- Chicha
Contexto en TO	Entre el bosque de eucaliptos, arbolocos, arrayanes, urapanes y otros más que sombrea los helechos y arbustos, se asoma la colonial casa campestre que perteneció al Libertador. De ser colegio, hospital, curtiembre y fábrica de chicha , pasó a ser Monumento Nacional en 1918 y luego fue convertida en museo.

Contexto en TM	Among the stately eucalyptus and other more exotic tropical tree towering over fern and shrubs, there is this colonial country mansion which belonged to the Liberator Bolivar. At one time or another it has been a school, a hospital, a tannery, and a distillery. It has been a national monument since 1918 and is now a museum.
Técnica de traducción	Reducción. En este caso, se omitió el elemento cultural <i>chicha</i> , estando presente en el texto origen. El mediador se limitó a utilizar “a <i>distillery</i> ” pero no especificó qué tipo de destilería. Por ser una bebida ancestral propia, consideramos que se podría haber traducido utilizando otra técnica como la combinación de préstamo y amplificación, con el fin de mantener y precisar su significado a través de una descripción corta.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Chimba
Contexto en TO	Que chimba. Significa ¡Muy bueno!, pero en algunos países es una grosería.
Contexto en TM	Very good! (but can be offensive in other countries)
Técnica de traducción	Generalización. Este caso es similar al del culturema <i>chévere</i> , pues el mediador optó por la técnica de generalización al traducir chimba por <i>very good</i> . Sin embargo, <i>very good</i> también opaca la carga semántica de este adjetivo ponderativo.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	56
Elemento cultural de análisis	- Chiva
Contexto en TO	Descubrir la ciudad a bordo de la popular chiva turística es una verdadera aventura cachaca. Años atrás, este vehículo era utilizado por los campesinos para trasladarse de un pueblo a otro. Hoy, en Bogotá es posible disfrutar de este paseo rumba a cualquier hora
Contexto en TM	To explore the city on the popular tourist chiva (Traditional Colombian party bus) is a real adventure, also in other regions, is part of the cultural heritage of the country. Years ago, this vehicle was used by farmers to move from one town to another.
Técnica de traducción	Préstamo y amplificación. La técnica utilizada para la traducción del culturema chiva es una combinación de préstamo y la amplificación. Chiva, es un elemento propio de la cultura origen el cual es un vehículo folclórico que anda por toda la ciudad o pueblo y donde sus pasajeros bailan, cantan y beben. Al traducir el culturema, el mediador amplifica con una precisión adecuada, " <i>traditionalColombianparty bus</i> ", y consigue trasvasar la información más importante del contenido cultural.

Nombre del texto turístico	Colombia Travel
Elemento cultural de análisis	- Chocolate
Contexto en TO	Chocolate con queso para calentarse.

Contexto en TM	Chocolate and cheese a sweet way to warm up.
Técnica de traducción	Calco. El culturema <i>chocolate</i> , se tradujo de forma literal a “chocolate”. El uso de este calco puede generar un mínimo grado de ambigüedad para el receptor porque puede tratarse de una bebida (objetivo del culturema), pero también de una golosina.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	10
Elemento cultural de análisis	- Churro
Contexto en TO	Desde su traslado a México, como embajador de Colombia, en el 2010, ¿Qué es lo que más añora de la capital? Los churritos y el ajiaco de los domingos
Contexto en TM	Since moving to Mexico as ambassador for Colombia, in 2010, what do you most miss of the capital? The churritos (Traditional Colombian pastrystick) and the ajiaco (Traditional Cundinamarca Soup) on Sundays.
Técnica de traducción	Préstamo y Amplificación. La técnica utilizada para el culturema “churritos” es una combinación de préstamo y amplificación. De este modo, se incorpora <i>churritos</i> a la lengua meta y además se hace uso de la amplificación cuando se incluye una serie de precisiones no formuladas en el texto original con el objetivo de informar al destinatario. No obstante, hay una pequeña imprecisión en la última palabra de la amplificación, pues “ <i>stick</i> ” traduce bastón o palo, dejando la sensación de que los churritos son frituras dulces alargadas en forma de bastón

	cuando en realidad son de forma circular.
--	---

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2016)
Número de página	Página del texto origen: 22 y 24 Página del texto meta :34
Elemento cultural de análisis	- Criollo
Contexto en TO	También es obligación hacer el Circuito de Iglesias Coloniales, comenzando por la más antigua, la de San Francisco, que conserva su originalidad; siguiendo con la de La Veracruz, levantada en 1546; la de San Diego, en la carrera décima frente al hotel Tequendama, rica en piezas de valor histórico que decoran su altar; hasta llegar a la de San Ignacio de Loyola. Las más hermosas están reservadas para el final del periplo, como la Iglesia de San Agustín, con la decoración más preciosa del templo alguno ubicada justo en la parte posterior del Palacio Presidencial; la de Santa Clara, que actualmente acoge el Museo de Arte Colonial; la Capilla de la Bordadita, construida en 1653 y que conserva valiosos lienzos de artistas criollos y europeos; y la de Nuestra Señora de la Candelaria, declarada Monumento Nacional.
Contexto en TM	Also required is to go on the Colonial Churches circuit, beginning with the oldest San Francisco, which retains its originality; continuing with La Veracruz, built in 1546; San Diego on 10th St facing the Tequendama Hotel, is rich in valuable historical pieces that decorate the altar and reach the San Ignacio de Loyola. The loveliest are reserved for the end of the journey, such as the San Agustín Church, with the most precious decoration of any temple, located right in the back of the Presidential Palace; the Santa Clara, which now houses the Museum of Colonial Art; The Bordadita Chapel, built in 1653 and preserves valuable paintings of native and European artists; and Our Lady of Candelaria,

	declared National Monument.
Técnica de traducción	Adaptación. El contexto describe algunos lugares construidos siglos atrás y en especial a una capilla llamada la Bordadita donde se conservan lienzos de artistas criollos y europeos. En este caso, la técnica utilizada por el mediador es la adaptación debido a que la palabra “native” espropia de la cultura receptora así no signifique lo mismo para la cultura meta.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Doctor
Contexto en TO	Doctor. No sólo se refiere al médico sino a una persona respetada.
Contexto en TM	To refer to a doctor but also used to address someone respectfully
Técnica de traducción	Descripción y calco. Esta guía en particular presenta una sección de las palabras más coloquiales de Bogotá y a su vez son definidas por el texto turístico. La técnica utilizada es una combinación de descripción y calco. Es importante mencionar que el culturema <i>doctor</i> es considerado un formalismo que antecede el nombre de una persona la cual es superior en jerarquía ya sea social o económica.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y
-----------------------------------	--

	LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Don/Doña
Contexto en TO	Don/Doña. Expresión de respeto que antecede al nombre
Contexto en TM	Respectful way of addressing someone.
Técnicas de traducción	<p>Descripción y calco. Este caso es otro ejemplo de palabras coloquiales. El elemento cultural <i>Donen</i> masculino y <i>Doñaen</i> femenino se emplea para aludir de forma respetuosa a un superior en edad o posición laboral.</p> <p>El mediador define la función del culturema en la lengua origen y luego realiza un calco de la descripción, lo cual nos resulta pertinente para la transmisión del mensaje.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	54
Elemento cultural de análisis	- El centro
Contexto en TO	Existen diferentes formas de conocer todo el encanto de la capital. Una de ellas son los recorridos que ofrece BragAbout Tours, hechos cien por ciento a la medida del viajero. Por ejemplo, el de La Candelaria y Monserrate es un tour guiado a lo largo del centro histórico , en el que se descubre la importancia de la capital a través de cada época y termina en Monserrate, donde además de disfrutar

	de un exquisito almuerzo, se aprecia la hermosa vista que ofrece el cerro.
Contexto en TM	There are different ways to get to know the capital's charm. One of those ways is the group of excursions offered by BragAbout Tours, a hundred percent custom-made for each traveler. For example, <i>La Candelaria</i> and <i>Monserate</i> are part of a tour throughout the historical center where people get to discover the importance of the capital on each period, and it ends in <i>Monserate</i> where, besides enjoying a delicious lunch, people appreciate the beautiful sight offered by the hill.
Técnica de traducción	Calco. Para la traducción del culturema <i>el centro</i> , el mediador optó por traducir literalmente la palabra por "center". Aunque el adjetivo que antecede la traducción " <i>historical</i> " contextualiza al lector sobre la importancia histórica del área, consideramos que <i>center</i> no es en efecto el equivalente para transmitir el culturema.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	55
Elemento cultural de análisis	- Finca - Tetero
Contexto en TO	Ordeñar una vaca es un oficio rutinario para un campesino, pero totalmente ajeno y muy lejano para los habitantes de una ciudad. Sin embargo, a 40 minutos de Bogotá, por la vía que de Briceño conduce a Zipaquirá, existe un lugar que le permite a sus visitantes hacer no solo esta tarea sino otras igualmente cotidianas en una granja o finca tales como alimentar las gallinas y los patos o darles tetero a los cerditos y a las ovejas. Se trata de Panaca Sabana, un parque que cuenta con más de 2.400 animales, siete diferentes estaciones temáticas y cuatro

	exhibiciones, que les brinda momentos de sano esparcimiento a chicos y grandes.
Contexto en TM	Milking a cow is a routine job for a country man but pretty strange for the people who live in the city. However, a 40 minutes from Bogota, in the same way Briceño-Zipaquira, exists a place that allows to its visitors do not just this job but also some other shorts from the farm such as feeding the chickens and ducks or give a bottle to the little pigs and sheep. This is PanacaSabana, a park with more than 2.400 animals, seven different thematic stations and four exhibitions that gives very nice moments to children and adults
Técnicas de traducción	<p>Finca: Equivalente acuñado. Aquí no hay mayor dificultad, debido a que “<i>farm</i>” de trata de una palabra reconocida en las entradas de los diccionarios de inglés y ambos son equivalentes.</p> <p>Tetero: Traducción literal. Para la traducción del culturema tetero, el mediador eligió “<i>give a bottle</i>”, lo cual es una equivalencia en términos léxicos, pues el <i>Oxford English Dictionary</i> traduce los términos tetero, biberón o mamadera cómo <i>bottle</i>.</p> <p>Sin embargo, sería preciso ofrecer otra alternativa de traducción, porque “<i>give a bottle to the Little pigs</i>” deja la sensación de que se les da un recipiente con alimentos pero no necesariamente que se los está alimentando</p>

ñ

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	110
Elemento cultural de análisis	- Fontibón

Contexto en TO	Bogotá cuenta con dos zonas francas, la primera se encuentra en Fontibón , a dos kilómetros del aeropuerto Internacional El Dorado, y la segunda se halla saliendo por el occidente por calle 80. En ambas zonas se han establecido grandes empresas importadoras y exportadoras que gozan de beneficios tributarios que ofrece el gobierno a los grandes inversionistas.
Contexto en TM	Bogota has two duty free zones, the first is in Fontibón , two miles from El Dorado Airport and the second is towards the west on calle 80. Both areas contain large established import and export companies that enjoy tax benefits offered by the government to large investors.
Técnica de traducción	Préstamo. Al igual que en el caso del culturema <i>Cundinamarca</i> , el mediador utiliza el préstamo para Fontibón. Una vez más corroboramos que es la técnica más popular y adecuada para la transmisión de los vocablos que pertenecen al ámbito de la geografía cultural.

Nombre del texto turístico	Colombia Travel
Elemento cultural de análisis	- Fritanga
Contexto en TO	Chorizo, morcilla, chicharrón (piel de cerdo frita), longaniza, papas, plátano maduro y costilla de cerdo son algunos ingredientes de una fritanga o picada.
Contexto en TM	Chorizo, <i>morcilla</i> , <i>chicharrón</i> (pork crackling), sausage, potatoes, plantains, and pork ribs are some of the ingredients in a fritanga or <i>picada</i> .
Técnica de traducción	Préstamo. El culturema <i>fritanga</i> o <i>picada</i> , hace parte del campo semántico de la alimentación. En efecto, el texto meta describe los

	ingredientes del plato. Para su transmisión al idioma inglés, el traductor se valió del préstamo por lo que no realizó cambio alguno a la palabra y la integró a la lengua de llegada. Pese a la pertinencia de la técnica, no estaría de más delimitarla con una amplificación para una comprensión más amplia por parte del lector.
--	---

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS (2014).
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Guayabo
Contexto en TO	Guayabo. Malestar causado por pasarse de tragos
Contexto en TM	A hangover
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. El culturema <i>guayabo</i> pertenece al campo semántico de coloquialismos y se trata en otras palabras de una resaca. La traducción de este culturema no representa mayor dificultad, pues el término <i>hangover</i> es reconocido como equivalente en la lengua de llegada.

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2015)
Número de página	Página del texto origen: 150 Página del texto meta: 151
Elemento cultural de análisis	- Lechona - Mote

<p>Contexto en TO</p>	<p>Restaurante la Herencia. Este restaurante, ubicado en el corazón financiero de Bogotá dentro de una bella casa de conservación, evoca lo acogedor de comer en el hogar. Sus puertas están abiertas a cualquier hora del día y su amplia carta de desayunos es ideal para los comensales que quieran empezar bien su jornada diaria. Un recorrido gastronómico por Colombia -empezando por la tradicional posta de Cartagena, pasando por el sancocho trifásico, la bandeja paisa, la lechona, la canoa de langostinos, el mote de queso y otras delicias que solo en nuestro país se pueden encontrar.</p>
<p>Contexto en TM</p>	<p>This restaurant located in the financial heart of Bogota, in a beautiful conservation house, evokes the coziness of eating at home. Its doors are open at any time of day and its extensive breakfast menu is ideal for guests who want to start their workday well. A gastronomic tour of Colombia starting with the traditional Cartagena black roast, to the three-phase stew, paisa tray, suckling pig, prawn canoe, cheese mote and other delicacies that you can only find in our country.</p>
<p>Técnica de traducción</p>	<p>Lechona: Equivalente acuñado. A diferencia de la mayoría de culturemas que pertenecen al ámbito de alimentos, el mediador decidió esta vez omitir el uso del préstamo y utilizar su equivalente acuñado <i>suckling pig</i>, que es un plato conocido al rededor del mundo. Consideramos que la traducción es adecuada a pesar de que refiere mayormente al plato lechón y a que lechona contiene otros ingredientes y distinta preparación.</p> <p>Mote: Préstamo. Para la traducción del culturema mote, el mediador utilizó el préstamo como es el caso de la mayoría de culturemas pertenecientes al ámbito gastronómico. El mote de queso es una sopa muy popular de la costa atlántica y por tanto proponemos agregar soup al final de la palabra, quedando como resultado cheese mote soup.</p>

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2016)
Número de página	Página del texto origen: 242 Página del texto meta: 248
Elemento cultural de análisis	- Masato
Contexto en TO	El paseo más tradicional de los bogotanos es “darse una vuelta por la sabana”, especialmente un domingo. Así que, lo mejor que puede hacer un turista es conseguirse un auténtico “chachaco” -como son los nacidos y criados aquí- para que sirva de guía y lo lleve a tener un contacto directo con las costumbres de los pueblos sabaneros de antaño. Por ejemplo, pueden ir a Chía a comer almojábana con masato .
Contexto en TM	Bogotá's most traditional tour is a “ride around the savannah”, especially on a Sunday. So, the best thing a tourist can do is to find a real “chachaco” (as people born and raised here are known) guide and take him to places and have direct contact with the customs of the old savannah towns. For example they can go to eat <i>almojábana</i> (roll) with masato (fermented drink) in Chía
Técnica de traducción	Préstamo y amplificación. Teniendo en cuenta que el masato es una bebida casera a base de maíz fermentado, el mediador elaboró una amplificación que incluye estas características además de integrar la misma palabra a la lengua de llegada.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Elemento cultural de análisis	- Matatigres

Contexto en TO	Crece la demanda de cruces peatonales elevados a subterráneos debido al auge de las avenidas de tráfico alto y rápido. Existen normas que obligan a los transeúntes a utilizarlos y cambiaron sus diseños para optimizar el uso; como ocurre con este puente del sector de Matatigres , donde se entrecruzan las Avenidas Jorge Gaitán Cortés (Cra. 33) y General Santander (Cra. 27), a la altura de la calle 37 sur.
Contexto en TM	With the traffic moving faster and more densely every day, the demand for pedestrian bridges and tunnels is growing. There have been some design changes so that pedestrians can use them properly, as can be seen in this bridge in Matatigres , at the intersection of Avenida Jorge Gaitan Cortes (Cra. 33) and Avenida General Santander (Carrera 27) at Calle 37 sur.
Técnica de traducción	Préstamo. La traducción de los elementos culturales propios del ámbito de la geografía cultural se realiza a través del préstamo donde se incorpora la palabra a la lengua de llegada sin ninguna modificación. Si bien este caso no es la excepción, sería conveniente añadir el vocablo <i>neighborhood</i> después de Matatigres para especificar que se trata de un barrio de la ciudad.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- ¿Me regalas?
Contexto en TO	¿Me regalas? forma de pedir algo prestado, o para comprar algo.
Contexto en TM	A way to ask to borrow something or buy something.

Técnica de traducción	Descripción y calco. El culturema “ <i>me regalas</i> ” se enmarca dentro del campo semántico de coloquialismos y se emplea mayormente para la compra de un producto. Podemos observar que el mediador le facilita la definición al lector y traduce la misma forma literal. Así pues, las técnicas utilizadas son la descripción y el calco con lo cual logra transmitir información específica y relevante del culturema.
------------------------------	--

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Mono/mona
Contexto en TO	Mono/Mona. Designa a alguien de pelo rubio, no al animal
Contexto en TM	This doesn't refer to a monkey but a blonde person
Técnica de traducción	Descripción y calco. El culturema <i>mono</i> o <i>mona</i> , enmarcado dentro del campo semántico de coloquialismos, se utiliza dentro de la cultura popular para designar a una persona de pelo rubio. Una vez más, el mediador ofrece la descripción en la lengua de partida y a través del calco realiza su traducción literal. La información se logra transmitir en especial por el uso de “ <i>blonde person</i> ”.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42

Elemento cultural de análisis	- No dar papaya
Contexto en TO	No dar papaya. No dejar que otros de aprovechen de uno.
Contexto en TM	Don't let others to take advantage of you.
Técnica de traducción	Descripción y calco. La expresión fija <i>no dar papayase</i> utiliza mayormente como una recomendación para estar atento o precavido. Su uso también puede ser <i>dar papaya</i> , pero con un significado inverso, es decir dar innecesariamente la oportunidad para que suceda algo. Este caso es otro ejemplo en donde el mediador describe la expresión en la lengua de partida y la traduce literalmente en la lengua de llegada.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	30
Elemento cultural de análisis	- Norte
Contexto en TO	La cometa. Ubicada en el norte de Bogotá, esta galería es un espacio minimalista en el que permanentemente son realizadas exposiciones y propuestas novedosas con obras de los artistas más importantes de la plástica colombiana y latinoamericana.
Contexto en TM	La Cometa. Located in the north of Bogota, this minimalistic gallery constantly hosts exhibitions and offers innovative options of art from some of the most important artists in Colombia and Latin America.
Técnica de traducción	Calco. En este caso, el mediador optó por utilizar la técnica del calco realizando una traducción literal, la cual resulta conveniente para

	transferir la información lingüística del <i>culturema</i> . Es importante mencionar que el norte de la ciudad de Bogotá no necesariamente se relaciona con la delimitación cardinal, pero sí con aspectos geográficos, cronológicos o prejuicios de los hablantes.
--	---

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	71
Elemento cultural de análisis	- Occidente
Contexto en TO	Biblioteca Pública El Tintal. Ubicada al occidente de la ciudad, la biblioteca El Tintal Manuel Zapata Olivella forma parte de la red de bibliotecas públicas.
Contexto en TM	El Tintal Public Library. Located to thewest of the city, “El Tintal Manuel Zapata Olivella” library is part of the network of public libraries.
Técnica de traducción	Calco. Para la traducción del <i>culturema</i> <i>occidente</i> , enmarcado en el campo semántico de la geografía cultural, el traductor optó de nuevo por utilizar la técnica del calco, es decir realizar una traducción literal.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	29

Elemento cultural de análisis	- Onces
Contexto en TO	Para disfrutar las exquisiteces de la cocina francesa y sus múltiples preparaciones no deje de visitar Bagatelle, un lugar de espíritu parisino con más de 15 años en el sector gastronómico que combina en sus cinco sucursales, dentro y fuera de la ciudad, tres especialidades: panadería, pastelería y restaurante. Cada una ofrece productos artesanales, frescos y novedosos, ideales para la hora del almuerzo, las onces y el desayuno.
Contexto en TM	To enjoy the delicacies of French cuisine and its many preparations, do not forget to visit Bagatelle , a Parisian spirit place with over 15 years in the restaurant industry, which combines in its five branches, in and outside the city, three specialties: bakery, pastry shop and restaurant. Each one offers handmade, fresh and innovative products that are ideal for lunch, tea time and breakfast.
Técnica de traducción	Equivalente cultural. Este elemento cultural perteneciente al campo de la alimentación se refiere a una merienda servida en la tarde. Para su traducción, el mediador no tiene mayor dificultad, pues el término <i>tea time</i> es reconocido dentro de la cultura británica y por el diccionario <i>Oxford online</i> .

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2015)
Número de página	Página del texto origen: 143 Página del texto meta :164
Elemento cultural de análisis	- Pandeyucas - Roscón
Contexto en TO	El insuperable olor a pan recién horneado constantemente brota de estas emblemáticas panaderías anunciando que ya están listas las

	delicias “con sabor típico colombiano”: almojábana, vallunitos, pandeyucas , panes tradicionales colombianos, como trenza de queso o roscones con arequipe.
Contexto en TM	The unsurpassed smell of constantly freshly baked bread flows from these emblematic bakeries announcing that delights “with typical Colombian flavor” are ready: almojábanas, vallunitos, pandeyucas , traditional Colombian breads such as cheese braid or caramel roscones .
Técnica de traducción	Préstamo. Los culturemas Pandeyuca y Roscón se sitúan dentro del ámbito de la alimentación y son amasijos típicos de la panadería colombiana. Para su traducción el mediador decide dejar los términos como se muestran en el texto origen, lo cual es pertinente.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	145
Elemento cultural de análisis	<ul style="list-style-type: none"> - Pasabocas - Refrigerios
Contexto en TO	Con sello de calidad en la industria alimentaria, Lemaître Catering se ha encargado por más de diez años de atender y satisfacer las exigentes necesidades de los clientes interesados en eventos sociales y empresariales. Excelencia en la comida, innovación en la presentación y atención única, son los tres pilares de esta compañía que atiende eventos de alto nivel de ejecutivos y juntas directivas, entre otros, con capacidad hasta para 5.000 personas. En su portafolio se encuentran los servicios de desayuno, refrigerios, pasabocas , sándwiches, entradas, sopas, platos fuertes, menús temáticos, ensaladas y postres, entre otros.

Contexto en TM	With a seal of quality in the food industry, Lemaître Catering has managed for over ten years to serve and meet the demanding needs of customers interested in social and business events. Excellence in food, presentation and innovation in unique attention are the three pillars of this company that serves high-profile events, with capacity for 5000 people. In its portfolio are services for breakfasts, snacks , sandwiches, entrees, soups, main courses, themed menus, salads and desserts, among others.
Técnica de traducción	<p>Refrigerios: Equivalente acuñado. Aquí encontramos que refrigerio fue traducido por <i>snacks</i>, con lo que el mediador no tiene dificultad en transferir el culturema al existir un equivalente cultural en la cultura meta.</p> <p>Pasabocas: Reducción. Sin embargo, el mediador decidió omitir el elemento pasabocas en la traducción y a pesar que también pertenece al campo de la alimentación, pasabocas y refrigerio no son términos iguales para nuestra cultura.</p>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	10
Elemento cultural de análisis	- Paisa
Contexto en TO	¿Qué significado tiene para usted haber nacido en Bogotá y ser descendiente de padre cachaco y madre paisa ?
Contexto en TM	What does it mean for you have been born in Bogota and decent from a Cachaco (People from Bogota) father and paisa (People from Antioquia region) mother ?

Técnica de traducción	Préstamo y Amplificación. Este caso, similar al del culturema <i>cachaco</i> , también hace parte de un fragmento de una entrevista a un presentador donde se le pregunta por el significado de ser descendiente de padres de distintas regiones del país y por tanto se menciona que su madre es <i>paisa</i> . El mediador mantiene el culturema tanto en la lengua origen como en la lengua meta a través del préstamo y además opta por la amplificación en donde especifica que <i>paisa</i> hace referencia a las personas de la región de Antioquia. Es importante destacar que el gentilicio <i>paisa</i> es un término coloquial mientras que <i>antioqueño</i> es uno más formal.
------------------------------	--

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Que Pena
Contexto en TO	Qué pena con usted. una forma amable de disculparse o pedir perdón.
Contexto en TM	a polite way to say you`re sorry
Técnica de traducción	Descripción y calco. De nuevo nos encontramos con la combinación de las técnicas de descripción y calco.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	25

Elemento cultural de análisis	- Picada
Contexto en TO	Además de deleitarse con su carta de bebidas, acompañamientos y picadas , puede disfrutar algunos jueves de música en vivo de los clásicos de la época.
Contexto en TM	In addition to enjoying our beverages, side orders and “ picadas ”, Thursday nights long with live classical music of the time.
Técnica de traducción	Préstamo. La decisión del mediador para la traducción del culturema picada, consiste en mantener el mismo término en el texto meta. Creemos que es una técnica acertada más se necesitaría de una amplificación que explicara mejor el término, además de refinar la traducción de todo el texto.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	57
Elemento cultural de análisis	- Picadito
Contexto en TO	Los deportistas encuentran a cualquier hora del día un lugar cómodo, que además de las canchas, balones y petos ofrece servicio de cafetería con snacks e hidratación, para vivir momentos memorables. Lo mejor de todo es que 5 Site cuenta con nueve sedes y 43 canchas, con los precios más bajos del mercado. Además, se pueden hacer reservas a través de su página web. Así que no importa la ubicación: Siempre está cerca el sitio ideal para derrochar alegría y energía mientras se juega un picadito o por qué no, un torneo corporativo
Contexto en TM	Players find a comfortable field at any time of the day, with balls and

	chest guards, and a café área serving snacks and drinks to liven up the best of experiences. To top it off, 5 sites counts with new branches and 43 fields, plus the lowest Price rates in the market. You can reserve a field through their web page. Notwithstanding the location, you are always one step away from the ideal spot to use up all your energy and joy while playing a pick-up game , or why not, having a corporate tournament.
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. El término <i>picadito</i> hace referencia a un juego improvisado, como fútbol, despojado de reglas o formalidades. Esto atiende a la definición ofrecida por el diccionario Longman Online “a game of basketball, baseball, etc. that is played by anyone who wants to play when the game is starting”. Así, el mediador transfirió el término aprovechando su equivalente acuñado.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	19
Elemento cultural de análisis	- Pico y placa
Contexto en TO	Pico y placa es una medida de restricción que tiene como fin disminuir el tráfico vehicular de la ciudad.
Contexto en TM	Pico y placa is the name given to the restriction system that seeks to diminish the city’s traffic.
Técnica de traducción	Préstamo. Para la traducción de pico y placa, el mediador optó por mantener el término en la lengua de llegada lo cual resulta pertinente porque el texto explica de que se trata el culturema.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	Pilas
Contexto en TO	¡Pilas! una advertencia para tener cuidado
Contexto en TM	Be careful.
Técnica de traducción	Generalización. La expresión <i>¡Pilas!</i> se enmarca dentro del campo semántico de coloquialismos y se utiliza para advertir a alguien de un peligro evidente llamando la atención del oyente de manera instantánea. El traductor decidió usar “ <i>be careful</i> ” que, aunque no deja de ser una traducción similar, es una expresión general y formal para la connotación de <i>¡Pilas!</i>

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	29
Elemento cultural de análisis	- Ponqué
Contexto en TO	Una pizca de herencia y vocación, unas gotas de trabajo y pasión y una dosis desmedida de amor son los ingredientes que Myriam Camhi ha utilizado para lograr la receta del éxito. Esta mujer que ha revolucionado la repostería en Colombia cada día ofrece más: hoy, después de 30 años en la industria, cuenta con siete sucursales en las que ofrece a sus comensales lo mejor en postres, brownies, ponqués , galletas y helados.

Contexto en TM	A pinch of heritage and vocation, a few drops of work and passion and excessive doses of love are the ingredients that Myriam Camhihas been using to obtain the recipe for success. This woman who has revolutionized the pastry industry in Colombia, grows everyday, nowadays, after 30 years in the industry, she has seven branches offering its guests the best in desserts, brownies, cakes , cookies and ice cream.
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. El culturema pertenece al ámbito de la alimentación y se trata de una tarta de harina recubierta por alguna decoración utilizada en ocasiones especiales como cumpleaños. La traducción es adecuada por tanto “cake” es su equivalente.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Número de página	70
Elemento cultural de análisis	- Quinta
Contexto en TO	Enclavada en las faldas de Monserrate, cerca al chorro de Padilla y rodeada de un peculiar ecosistema, está la Quinta de Bolívar. En sus hermosos jardines y en su entorno boscoso crecen 3.700 especies de plantas que reciben miles de visitantes y estudiosos durante los fines de semana y las temporadas vacacionales.
Contexto en TM	Locked in the foothills of Monserrate, close to the Chorro de Padilla, and surrounded by a an ecosystemall of its town, is Quinta de Bolivar. There are 3.700 of plants in its fine gardens and the surrounding woodland, visited by thousands of tourists and scholars at weekends and during holidays.
Técnica de traducción	Préstamo. En el caso de traducción del culturema Quinta, el mediador decide utilizar el préstamo porque se trata de una en especial “la

	Quinta de Bolívar” donde residió el libertador y actualmente es una casa museo punto de interés histórico y arquitectónico.
--	---

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Número de página	33
Elemento cultural de análisis	- Rebusque
Contexto en TO	Un rincón callejero es testigo del “boom” de la cultura del “ rebusque ” una escena que bien podría ser europea, ahora es común en la cotidianidad bogotana. Se vale de lo que sea. No interesa ser novel interprete, escaparse de clase o improvisar el monedero. Lo importante es recoger dinero.
Contexto en TM	This Little corner on the Street bears witness to the culture of the “ Moonlighting society ”. It is a scene which might be indeed from Europe but is now common to daily life in Bogotá. People will do anything that they can-one doesn’t have to be creative or new; it doesn’t matter if you’re playing truant, or if the collecting box is improvised. Theimportantthingistocollectmoney.
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. Como lo señala el texto, el culturema rebusque es una forma de supervivencia de trabajos diversos o esporádicos. Para su traducción, el mediador decidió utilizar “ <i>Moonlightingsociety</i> ” que es según el diccionario Collins English Dictionary, “ <i>thepracticeof holding a second regular job in additiontoone’smainjob</i> ” o la práctica de tener un segundo empleo, adicional al principal. En este sentido, aunque discrepamos en que sea un trabajo secundario porque incluso se considera una forma de empleo primaria, es una traducción pertinente dónde se hace uso del equivalente acuñado. Como una segunda opción, ofrecemos la alternativa de “ <i>to do oddjobs</i> ” que siguiendo la estructura del texto original se conjugaría con el gerundio, quedando

	"doinggoddjobs".
--	------------------

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. BOGOTÁ TOURISM AND BUSINESS (2011)
Número de página	87
Elemento cultural de análisis	- Río Bogotá
Contexto en TO	Contiguo a los municipios de Sesquilé y Guatavita se encuentra el embalse de Tominé, una de las represas que ayuda a autorregular el río Bogotá .
Contexto en TM	Next to the Sesquilé and Guatavita municipalities is the Tominé Reservoir no, formed by one of the dams that help regulate the Bogota River
Técnica de traducción	Calco .En el caso de <i>río Bogotá</i> , que pertenece al campo semántico de ecología, el mediador hizo una traducción literal respetando el léxico y la sintaxis de la lengua meta.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	16
Elemento cultural de análisis	- Rock al parque
Contexto en TO	Eventos como Rock al Parque o el Festival Iberoamericano de Teatro la convierten en referente cultural en el mundo

Contexto en TM	Events like Rock al Parque (Rock at the park) or the Iberoamerican Theater Festival become a cultural reference in the world
Técnica de traducción	Préstamo y calco. Aquí, el mediador decidió preservar el culturema rock al parque en castellano y además traducirlo de manera literal. Pese a que consideramos que es una opción válida, ofrecemos otra alternativa y es la de utilizar las técnicas del préstamo y la amplificación quedando cómo resultado Rock al parque (rock music festival) donde se muestra que el culturema hace referencia a un festival de rock, que por cierto es al aire libre gratuito y uno de los más grandes del mundo.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Rolo
Contexto en TO	Rolo. Oriundo de Bogotá.
Contexto en TM	Personborn in Bogotá.
Técnica de traducción	Calco y descripción. El culturema “ <i>rolo</i> ” hace parte de otras entradas que se pusieron en este texto turístico y que hacían referencia a las palabras más coloquiales de Bogotá. El traductor opta por realizar una breve explicación del culturema en la lengua origen y traducir esta descripción a la lengua meta. De este modo, las técnicas utilizadas por el mediador son el calco y la descripción debido a que reemplaza el culturema por su función que es “oriundo de Bogotá”.

Nombre del texto turístico	GO GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business (2014).
Número de página	33
Elemento cultural de análisis	- Rumba
Contexto en TO	Salto del Ángel. Es considerado uno de los mejores restaurantes de la ciudad. Situado en la zona turística del Parque de la 93, su concepto arquitectónico contemporáneo tiene varios espacios que integran la terraza con vista panorámica al parque, el salón principal y un acogedor y cálido patio con chimenea. Allí se fusionan la gastronomía y la rumba , que sin duda hacen de este restaurante bar punto de referencia para locales y extranjeros.
Contexto en TM	It is considered one of the best restaurants in town. Located in the tourist area of 93 Park, its contemporary architectural concept has several spaces that make up the terrace overlooking the park, the main lounge and a cozy and warm patio with a fireplace. There gastronomy and the partying blend together which will undoubtedly make this restaurant-bar a landmark for locals and foreigners.
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. En este caso, el traductor utilizó el término “ <i>partying</i> ” el cual es un término reconocido en la lengua meta y es equivalente acuñado del culturema <i>rumba</i> que significa fiesta o festividad. También puede ser utilizado cómo verbo en <i>rumbear</i> .

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Elemento cultural de análisis	- Septimazo
Contexto en TO	Caminar y caminar. Por la calle Real desde San Diego hasta San

	Agustín. Es lo bueno del “ Septimazo ” de los viernes en la tarde que evoca los años treinta y cuarenta, de café y tertulia.
Contexto en TM	Just walk, walk and talk. Down Calle Real from San Diego to San Agustín. This is the classic Friday afternoon stroll down the Carrera Septima, which evokes the 1930s and 1940s, the street cafes, the group of intellectuals coming together.
Técnica de traducción	Descripción. El culturema <i>septimazo</i> atiende a una famosa costumbre desde la década de los 40 que consiste en recorrer una calle llamada carrera séptima los viernes a la tarde, donde se ven artistas callejeros, vitrinas, artesanías y varios transeúntes. Para la traducción del culturema, el traductor se valió de la técnica de la descripción porque utilizó una expresión que definiera la función y esencia del término en el texto origen que en este caso es “ <i>the classic Friday afternoon</i> ”.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Número de página	78
Elemento cultural de análisis	- Suba
Contexto en TO	El Humedal de “La Conejera” ubicado en Suba , fue recuperado en 1993 por la comunidad de la localidad. Cuenta con 65 hectáreas en donde habitan 114 especies de aves, 8 de mamíferos y una gran cantidad de vegetación. La reserva natural se conserva gracias a la EMPRESA DE ACUEDUCTO DE BOGOTÁ y a la SECRETARÍA DE AMBIENTE DE DISTRITO.
Contexto en TM	“La Conejera” Wetland. This wetland is in Suba , and was recovered in 1993 by community initiatives. In its 65 hectares there are 114 species of birds, 8 mammals and a great deal of vegetation, It is maintain mend as a nature reserve by the water utility EAB and the SECRETARÍA DE

	AMBIENTE DE DISTRITO.
Técnica de traducción	Préstamo. El culturema Suba, se enmarca en el campo semántico de la geografía cultural por ser un vecindario. Al tratarse de un nombre propio, el traductor decidió valerse de la técnica del préstamo por lo que mantuvo la misma palabra en la lengua meta.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Sumercé
Contexto en TO	Sumercé. Forma coloquial de referirse a una persona
Contexto en TM	Another respectful way of addressing someone
Técnica de traducción	<p>Descripción y calco.El culturema “<i>sumercé</i>” proveniente de “su merced”, pertenece a la subcategoría de cortesía y es empleado para dirigirse a otra persona en un contexto de respeto y cercanía. Para su traducción, el mediador optó por utilizar las mismas técnicas que para el culturema don o doña, por lo que definió la función del término en la lengua origen y a su vez tradujo de manera literal la descripción por medio del calco.</p> <p>Es importante señalar que tanto el culturema <i>sumercé</i> como don, son muestras de cortesía, aunque la diferencia radica en que el primero muestra una cercanía entre los hablantes y no antecede al nombre de la persona como es el caso de don.</p>

Nombre del texto turístico	Esta es Bogotá (2015)
Número de página	Página del texto origen: 221 Página del texto meta: 228
Elemento cultural de análisis	- Tierra caliente
Contexto en TO	Hacia tierra caliente . Si el plan es el clima cálido, la mejor alternativa es tomar la autopista Sur hasta Fusagasugá y deleitarse con este jardín natural, para luego continuar con Chinauta, un balneario de clima cálido.
Contexto en TM	Toward warm lands . If the plan is the warm weather, the best alternative is to take the Southern Highway to Fusagasuga and enjoy this natural garden, and then continue to Chinauta, a warm weather resort.
Técnica de traducción	Calco . Colombia es un país tropical cuya temperatura no varía con los meses del año sino con la altura y por tanto existen climas cálidos, templados y fríos. Para aludir a los lugares de temperaturas bajas se utiliza el término “tierra fría” mientras que las zonas de climas cálidos se les denomina cómo “tierra caliente”. Para la traducción del culturema, el traductor escogió la técnica del calco por lo que realizó una traducción literal respetando el léxico y la sintaxis de la lengua meta. Pensamos que el uso del calco resulta conveniente para transferir el culturema.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42

Elemento cultural de análisis	- Tinto
Contexto en TO	Tinto. Café negro
Contexto en TM	Black coffee
Técnica de traducción	Calco y equivalente acuñado. Este caso hace parte de las palabras más coloquiales definidas y traducidas por el mismo texto turístico. La palabra <i>tinto</i> es empleada para referirse a un café negro. Para su mediación, el mediador traduce de manera literal la descripción del texto origen y a su vez utiliza un término reconocido como equivalente en la lengua meta. En este sentido, a través de las técnicas del calcoy equivalente acuñado, el mediador logra transmitir la información del culturema.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Trancón
Contexto en TO	Trancón. Congestión vehicular
Contexto en TM	Heavy traffic
Técnica de traducción	Calco y equivalente acuñado. Éste se trata de un caso muy similar al anterior. De nuevo el mediador logra transmitir la información del culturema a través del calco y el equivalente acuñado.

Nombre del texto turístico	This is Bogotá. Así es Bogotá (2009)
Elemento cultural de análisis	- Tranvía
Contexto en TO	Nada quedó del camino de herradura que recibía aquí al tranvía del norte en su última parada. Y son pocos los rezagos de las quintas que se levantaron a lado y lado de la amplia Avenida Santiago de Chile (calle 72), que dio uno de los primeros pasos de modernización de Bogotá, hace cincuenta años, cuando era su límite norteño.
Contexto en TM	There is nothing left of the cobbled track which started at the last top on the tram lines from the center to the north, and there is hardly a trace of the pleasant mansions that used to line Avenida Chile (Calle 72), one of the first steps towards modernity fifty years ago, when this was the northernmost point of the city
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. El tranvía consistió en un sistema de transporte por rieles entre los años 1884 y 1952 en la ciudad capitalina. En el año 2014 apareció un replica cuyo objetivo es el de realizar un recorrido por los lugares más emblemáticos de la ciudad mientras se cuenta la historia e importancia del tranvía. La mediación del culturema se realiza mediante el equivalente acuñado debido a que <i>tram</i> es un término reconocido en el diccionario y por su uso lingüístico. Así pues, este culturema no entraña mayor dificultad, porque se dispone del equivalente en la cultura meta.

Nombre del texto turístico	LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.
Número de página	42
Elemento cultural de análisis	- Vueltas

Contexto en TO	¿Tienes vuelatas ?: Se refiere al dinero que sobra después de una compra.
Contexto en TM	Do you have any change ?
Técnica de traducción	Equivalente acuñado. Podemos observar que el mediador no tiene mayor dificultad en la traducción del culturema <i>vuelatas</i> , palabra también conocida como <i>vuelto</i> o <i>cambio</i> en otros países, pues es un término conocido en la cultura de llegada y además está reconocido en el diccionario cuya definición atiende a la misma que la de la lengua de partida.

A partir de lo anterior, podemos concluir que se utilizaron 9 de las 18 técnicas de Molina (2001) y en algunos casos hubo combinaciones. La técnica de traducción de mayor uso es el préstamo (29.5%), seguida del equivalente acuñado (16.8%) y finalmente el calco (11.6%).

Tabla VIII. Distribución total y porcentual de las técnicas de traducción utilizadas en el corpus seleccionado.

<i>Categorías</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Préstamo	28	29.5%
Equivalente acuñado	16	16.8%
Calco	11	11.6%
Descripción y calco	8	8.4%
Generalización	8	8.4%
Préstamo y amplificación	8	8.4%
Préstamo y calco	6	6.3%
Traducción literal	3	3.1%
Calco y equivalente acuñado	2	2.1%
Reducción	2	2.1%
Adaptación	1	1.1%
Descripción	1	1.1%

Préstamo y equivalente acuñado	1	1.1%
Total	95	100%

Fuente: elaboración propia.

En 17 elementos culturales, es decir en el 18 por ciento de los casos, se empleó doble técnica (préstamo y amplificación, préstamo y calco, calco y equivalente acuñado y préstamo y equivalente acuñado). Esto sugiere que el traductor puede hacer uso de más de una técnica, lo que demuestra que debe ser recursivo a la hora de enfrentarse a la traducción de un texto.

5.3. Problemas de traducción y refinamientos propuestos

A continuación, se propone un refinamiento de los casos en donde se encontró algún error de traducción. Algunos están relacionados con el culturema y otros con el contexto. Para explicar el problema de traducción se toman 4 categorías de las 7 que delimita De la Cruz (2003):

- a) Influencia de la lengua origen en la estructura de frases y la elección de palabras
- b) Empleo incorrecto de palabras
- c) Omisión
- d) Empleo de términos parecidos, pero no correctos

Cómo bien señalamos en el diseño metodológico, agregamos una quinta categoría propia a la que denominamos e) “Otros refinamientos” para incluir en ella las traducciones que pueden refinarse, aunque no se consideren erróneas.

Asimismo, a cada problema de traducción lo llamamos caso y la variedad dialectal de las propuestas corresponde al inglés americano.

a) Problemas derivados de la influencia de la lengua origen en la estructura de frases y la elección de palabras

Caso 1

TO: Bogotá, capital de Colombia, es una ciudad diversa, cosmopolita y única, cuya población supera los siete millones de **habitantes**. Su territorio aproximado es de 178.000 hectáreas, de las cuales 31000 son urbanas.

TM: Bogota, the capital city of Colombia and main city of the country has an approximate territory of 178.000 hectares, 31,000 of them urban and more than seven million **habitants**.

Refinamiento propuesto: Bogota, the capital city of Colombia and main city of the country has an approximate territory of 178.000 hectares, 31,000 of them urban and more than seven million **population**.

Observaciones: en este caso, se ha empleado “*habitants*” como traducción de la palabra “*habitantes*”. No obstante, tras observar las siguientes definiciones del

diccionario *Oxford Online* y al corroborar con hablantes nativos, el término “*inhabitants*” resulta arcaico o de uso antiguo:

1 (archaic) An inhabitant.

2 An early French settler in Canada (especially Quebec or Louisiana)

Por lo tanto, se considera que *population* corresponde con mayor exactitud al concepto de habitantes, pues según el diccionario el término refiere a “*all the people who live in a particular area, city or country; the total number of people who live there*”.

Caso 2

TO: En Bogotá se movilizan diariamente más de un millón de vehículos, en los que circulan distintos tipos de buses públicos como el **colectivo**, la **buse**ta, el **busetón corriente** y **ejecutivo**.

TM: In Bogota, more than one million vehicles **mobilize**, including various types of public buses like **colectivo**, **minibuses**, **general** and **executive busetón**.

Refinamiento propuesto: In Bogotá, people **commute** in more than one million vehicles, including various types of public buses such as **colectivo (15 passengers)**, **buse**ta (24), **conventional bus** and **busetón ejecutivo (40)**.

Observaciones: con el fin de exponer las modificaciones más evidentes en la propuesta, se sugiere cambiar “*mobilize*” por *commute* y mostrar los errores observados

en la traducción de los culturemas “colectivo”, “buseta”, “busetón corriente” y “busetón ejecutivo”.

Es claro que la oración “*en Bogotá se movilizan diariamente más de un millón de vehículos*”, se refiere al gran flujo de vehículos que circulan por las calles de la ciudad. Sin embargo, al analizar su traducción “*In Bogota, more than one million vehicles mobilize*” existe cierto grado de ambigüedad en tanto el verbo “*mobilize*” se utiliza de manera inapropiada, pues significa: *1 to assemble and make ready (troops) for active service. 2 to marshal (resources) for action*(Oceano, 2002, p.500).

Al observar las definiciones deducimos que la traducción apunta a que la movilización de vehículos tiene un carácter militar o político, con lo cual aporta un matiz de significado no deseado. Por tanto, con el ánimo de evitar confusión se propone reemplazar “*mobilize*” por *commute*.

Ahora bien, a la luz de explicar la traducción de “colectivo” en el texto meta surge una hipótesis: el traductor había optado en principio por conservar la palabra en castellano, pero debido a un error tipográfico se añadió una “l” de más. Esto puede causar distorsión pues “*collectivo*” no se muestra como entrada en los diccionarios de inglés.

El Bogotólogo (2011, p. 69) lo define como: “*un microbus de servicio público. Pese a lo estrecho e incómodo de su diseño y al exceso de sillas con las que los colectivos suelen ser dotados, aún estos campean por la ciudad, brindando extensas e insufribles jornadas de incomodidad a sus usuarios*”.

Por su parte, la traducción “*minibuses*” para el culturrema “*busesta*” no representa una equivalencia correcta. *Minibus* se refiere a un bus de poca capacidad y pequeño tamaño: “*a small bus for carrying about ten passengers*” (Macmillan, 2007, p.954) mientras que *busesta* es un vehículo público de tamaño medio; “*vehículo de mediano calado para transporte público masivo*” (Bogotólogo, 2011, p.41).

Por último, en la traducción de “*busetón corriente y ejecutivo*” por “*general and executive busetón*” hay una alternancia entre el castellano y el inglés, pues se mantiene el término “*busetón*” mientras que “*corriente*” y “*ejecutivo*” se traducen por “*general*” y “*executive*”. Es importante aclarar que *busetón corriente* es un bus de tamaño grande y el *ejecutivo* es más amplio aún.

Asimismo, el bus ejecutivo no se relaciona ni con un vehículo para personas que desempeñan un cargo directivo ni tampoco con un tipo de transporte cómodo o exclusivo. Por tanto, al traducirlo por “*executive bus*” se ofrece una idea errónea y se cae en la literalidad. El diccionario Bogotólogo define el término como “*un bus ejecutivo presta en teoría más no en la praxis, un servicio más confortable y ergonómico a sus usuarios. De manera similar un almuerzo*”. (p. 87).

Teniendo en cuenta que la mayor diferencia entre “*colectivo*”, “*busesta*” y “*busetón ejecutivo*” está en la capacidad de pasajeros, proponemos mantener los términos en castellano y amplificarlos, detallando el número de pasajeros: colectivo (15 passengers), *busesta* (24) and *busetón ejecutivo* (40).

El único que presenta un equivalente acuñado es el “*busetón corriente*”, el cual lo podemos traducir como *conventional bus*.

b) Problemas derivados del uso incorrecto de palabras

Caso 3

TO: Bocadillos de guayaba, arequipe

TM: guava snacks, caramel

Refinamiento propuesto: *guava paste /guava sweet, caramel spread*.

Observaciones: de acuerdo al Bogotólogo (2011), bocadillo es una “*golosina compacta, de color rojizo y sabor azucarado elaborada a partir de cierta pasta de guayaba*” (p. 36). Su traducción como *guava snacks* puede ser interpretada como la existencia de distintos productos ligeros a base de guayaba, lo que resulta en una generalización.

Teniendo en cuenta que el bocadillo es una pasta de guayaba considerado como uno de los postres más típicos del país, el equivalente que mejor se adapta es *guava paste*. Asimismo, ofrecemos como alternativa adicional “*guava sweet*”.

Por su parte, el elemento cultural “*arequipe*” es una “*golosina de consistencia espesa elaborada a base de dulce y azúcar. No hay quien haya conseguido determinar con precisión la extraña similitud entre el término y la provincial peruana*” (Bogotólogo, 2001, p.27). No está de más precisar que tanto el dulce de leche argentino, la cajeta

mexicana, el manjar chileno y el arequipe colombiano, corresponden a una variante caramelizada de la leche, pero con diferencias en su preparación. Entre los usos más frecuentes del arequipe está el de untarle a las obleas, galletas saladas o postres típicos.

Traducir arequipe como “*caramel*” transmite una idea inconclusa y entonces, la propuesta es agregarle una palabra que se relacione con la acción de extender el dulce sobre otros productos, quedando *caramel spread*.

Caso 4

TO: ...Con ese sueño de infancia, con los **corotos** colgados, las carretillas de frutas y variedad de verduras, entre otros **manjares** ...

TM: ...With this childhood dream, with **clutter** hanging, carts of fruit and vegetables varieties, amongst other **things**, ...

Refinamiento propuesto: ... With this childhood dream, with **odds and ends** hanging, carts of fruit and vegetables varieties, amongst other **culinary delights**, ...

Observaciones: en este caso se proponen dos cambios: traducir el culturema “corotos” por *odds and ends* y la palabra “manjar” por *culinary delights*.

“*Clutter*”, se limita a describir objetos desorganizados o atiborrados sin adentrarse en el culturema coroto que, si bien son cosas de escaso valor económico, poseen una

importancia sentimental. El contexto describe la Plaza de Andrés cómo un lugar que evoca épocas de antaño donde se observan distintos corotos colgados que las abuelas buscaban comprar. En consecuencia, se refina la traducción del culturema por *odds and ends* el cual el diccionario Cambridge online define como “*various things of different types usually small or of little value*”.

Por su parte, la palabra “*manjares*” tiene una carga significativa dentro del contexto, pues habla de que en aquella plaza se encuentran frutas, verduras y otros manjares o delicias de productos, con lo cual la traducción “*things*” parece muy general. Por ende, lo refinamos por *culinary delights*.

Caso 5

TO: Desde su traslado a México, como embajador de Colombia, en el 2010, ¿Qué es lo que más añora de la capital? Los **churritos** y el ajiaco de los domingos.

TM: Since moving to Mexico as ambassador for Colombia, in 2010, what do you most miss of the capital? **The churritos (Traditional Colombian pastrystick)** and the ajiaco (Traditional Cundinamarca Soup) on Sundays.

Refinamiento propuesto: *Churritos (Colombiansugareddoughnuts)*.

Observaciones: Para la traducción de “*churritos*” se empleó el préstamo y la amplificación. Sin embargo, al introducir la precisión no formulada en el texto meta mediante el paréntesis, existe una inexactitud al utilizar el término “*stick*” porque los

churros o churritos colombianos no tienen una forma alargada en forma de bastón sino redonda parecida al de un anillo.

Proponemos entonces modificar “*stick*” por *doughnut* con el fin de generar una equivalencia en la lengua de llegada. Asimismo, una de las características del churro es la de tener alto contenido de azúcar y por tanto incluimos el adjetivo *sugared*.

Caso 6

TO: Ordeñar una vaca es un oficio rutinario para un campesino, pero totalmente ajeno y muy lejano para los habitantes de una ciudad. Sin embargo, a 40 minutos de Bogotá, por la vía que de Briceño conduce a Zipaquirá, existe un lugar que le permite a sus visitantes hacer no solo esta tarea sino otras igualmente cotidianas en una granja o finca, tales como alimentar las gallinas y los patos o darles **tetero** a los cerditos y a las ovejas.

TM: Milking a cow is a routine job for a country man but pretty strange for the people who live in the city. However, a 40 minutes from Bogota, in the same way Briceño-Zipaquirá, exists a place that **allows to its visitors do not just this job** but also some **other shorts from the farm** such as feeding the **chickens** and ducks or **give a bottle** to the little pigs and sheep.

Refinamiento propuesto: Milking a cow is a routine job for a countryman but not common for people who live in a city. However, **40 minutes** from Bogota, in the same way Briceño-Zipaquirá, there is a place that **allows its visitors not only to do this job,**

but also other daily farm tasks such as feeding the ***hens*** and ducks or ***bottle-feeding*** the little pigs and sheep.

Observaciones: en este caso, se plantean 6 refinamientos:

1) Modificar “*pretty strange*” por *not common*

2) Eliminar la preposición innecesaria “*a*” en “*however a 40 minutes from Bogotá*”.

3) Cambiar “*allows to its visitors do not just this job*” por “*allows its visitors not only to do this job*”. El uso adecuado del verbo “*allow*” es: allow + pronombre + to + infinitivo. Sin embargo, en la traducción original no se respeta este orden.

4) Refinar “*other shorts from the farm*” por “*other daily farm tasks*” porque al consultar por la palabra “*shorts*” tanto en el diccionario *Oxford* como en el *Cambridge*, no existe una definición relacionada con “tareas cotidianas” como lo menciona el texto original. Por esto, decidimos modificarlo por *tasks*.

5) El cuarto refinamiento no afecta el significado o sentido del texto como los anteriores, pero optamos por la fidelidad del texto y traducir “*gallinas*” por “*hens*” en vez de “*chickens*”.

6) Proponemos modificar la traducción del culturema “tetero”, también conocido en otros países hispanoparlantes como biberón o mamadera, el cual se tradujo originalmente por “*give a bottle*”.

El diccionario English *Oxford online* define el verbo *give* cómo “*Freely transfer the possession of (something) to (someone)*” o transferir algo a alguien. “*Give a bottle*” nos deja la sensación de que los animales no son alimentados por los visitantes, sino que simplemente se les deja su alimento. Por ello, decidimos modificarlo por *bottle-feeding* con lo cual queda clara la interacción entre los visitantes y animales.

c) Problemas derivados de la omisión

Caso 7

TO: Entre el bosque de **eucaliptos, arbolocos, arrayanes, urapanes y otros más** que sombrean los helechos y arbustos, se asoma la colonial casa campestre que perteneció al Libertador. De ser colegio, hospital, curtiembre y fábrica de **chicha**, pasó a ser Monumento Nacional en 1918 y luego fue convertida en museo.

TM: Among the stately **eucalyptus and other more exotic tropical trees** towering over fern and shrubs, there is this colonial country mansion which belonged to the Liberator Bolivar. At one time or another it has been a school, a hospital, a tannery, and a distillery. It has been a national monument since 1918 and is now a museum.

Refinamiento propuesto: Among the stately **eucalyptus, arboloco, myrtle, urapan and other exotic tropical trees**, towering over ferns and shrubs, there is this colonial country mansion which belonged to the Liberator Bolivar. At one time or another it has been a school, a hospital, a tannery and a **chicha distillery (fermented maize drink)**. It has been a national monument since 1918 and is now a museum.

Observaciones: al analizar la primera parte del párrafo nos percatamos que hubo una omisión de las palabras “*arbolocos*”, “*arrayanes*” y “*urapanes*” en el texto meta y que el traductor en cambio optó por generalizar estas tres clases de árbol con “*more exotic tropical tree*”.

Aunque es una alternativa viable, sugerimos incluirlas porque “*more exotical tree*” es insuficiente para destacar la variedad de flora que rodea el museo nacional de Colombia. Además, se encontró un error de naturaleza lingüística en “*more exotical tree*” porque hay una ausencia del plural en “*tree*”.

Por otra parte, nos percatamos que se utilizó la técnica de omisión para la traducción de “*chicha*”. Si bien es una alternativa viable, consideramos que por tratarse de un elemento cultural y ser una bebida ancestral debería incluirse en el texto meta.

Es probable que el traductor lo haya omitido por motivos de espacio. Sin embargo, consideramos pertinente incluirlo por medio del préstamo y la amplificación; *chicha distillery (fermented maize drink)*”.

Caso 8

TO:En su portafolio se encuentran los servicios de desayuno, refrigerios, pasabocas,sándwiches, entradas, sopas, platos fuertes, menús temáticos, ensaladas y postres, entre otros.

TM: In its portfolio are services for breakfasts, **snacks**, sandwiches, entrees, soups, main courses, themed menus, salads and desserts, among others.

Refinamiento propuesto: Its food portfolio offers breakfasts, *snacks, appetizers*, sandwiches, entrees, soups, main courses, themed menus, salads and desserts, among others.

Observaciones: la propuesta para la primera parte es reformular la oración del siguiente modo: “*Its food portfolio offers breakfasts...*” así, con el verbo “*offer*” en tercera persona evitamos el uso de tres palabras (“*are*”, “*services*” y “*for*”). Pese a que el contexto da a entender que el portafolio es de comidas, sugerimos “*food portfolio*” para una mejor comprensión.

Ahora bien, en la segunda parte de la oración el mediador empleó un solo término (“*snacks*”) para traducir a su vez “*refrigerio*” y “*pasabocas*”. Sin embargo, tienen un matiz diferente.

Según el diccionario Bogotólogo (2011) “*refrigerio*” es un “*Alimento un tanto rancio que suele ser provisto por los camareros a los comensales presentes en una convención, conferencia o grabación de alguna producción cinematográfica o televisiva. Casi siempre consiste en algún refresco en polvo acompañado por galletas Saltinas o por un “croissant” con cuero de pollo*” (p.207). Por su parte, “*pasabocas*” son “*Aperitivos pequeños, generalmente de sal, que se ofrecen en reuniones sociales*” (Breve Diccionario de Colombianismos, 2012, 81).

En este sentido, decidimos incluir *appetizers* para aperitivos y dejar *snacks* para refrigerio, pues guardan relación con las definiciones de los diccionarios Cambridge y Oxford online que definen *appetizer* como “*a small amount of food eaten before a meal*”

o un alimento pequeño consumido antes de una comida, mientras que *snacks* es “*A light meal that is eaten in a hurry or in a casual manner*” o una comida ligera consumida de manera informal.

d) Problemas derivados del empleo de términos parecidos, pero no correctos

Caso 9

TO: Chévere. Bueno o divertido

TM: Good

Refinamiento propuesto: *Cool or fun*

Observaciones: Chévere es sin duda uno de los adjetivos más coloquiales y comunes en Bogotá. De hecho, este vocablo caribeño se usa en gran parte de América Latina y se encuentra como entrada en el Diccionario de la Real Academia Española en cual define como “*estupendo, buenísimo y excelente*”. Según el Bogotólogo, el término guarda en su procedencia “*alguna cercanía con el “chevalier” francés*” (2012, p. 55).

Su uso más cotidiano se halla en la oración exclamativa ¡*Que chévere!*, haciendo referencia a algo agradable. Asimismo, se emplea como adjetivo calificativo de personas o cosas agradables como en “*mi profesor es chévere*”. Además, se puede añadir el sufijo superlativo -ísimo quedando como resultado “*cheverísimo*” lo que intensifica el mensaje.

En el habla coloquial, también se añade el prefijo anti- en “*antichévere*” para nombrar a una persona complicada.

Teniendo en cuenta lo anterior, consideramos que “*good*” no logra transmitir la carga semántica del elemento cultural y por ello decidimos modificarlo por *cool and fun*.

Caso 10

TO: Chocolate con queso para calentarse.

TM: Chocolate and cheese a sweet way to warm up.

Refinamiento propuesto: *Hot cocoa and cheese to warm up.*

Observaciones: la palabra **chocolate** como bien define el Bogotólogo, es una “*vigorizante bebida caliente a base de cocoa*” (...) *para su elaboración suelen emplearse barras de una pasta consistente que bien puede o no estar endulzada (...) se consume en desayunos, onces y en las frías noches*” (p. 62).

Según el *English Oxford dictionary* chocolate es “*A food in the form of a paste or solid block made from roasted and ground cacao seeds, typically sweetened and eaten as confectionery*”. Esto sugiere que es una golosina más no una bebida. Por su parte, la acepción de *hot cocoa* es “*A hot drink made by mixing milk or water with chocolate powder*”.

Para evitar posibles ambigüedades, es decir si se trata de la bebida o de la golosina, proponemos reemplazar “*chocolate*” por *hot cocoa*.

Además, hubo una sobre traducción al agregar en el texto meta “a sweet way” por lo que decidimos eliminarlo en nuestra propuesta.

Caso 11

TO: Por ejemplo, el de La Candelaria y Monserrate es un tour guiado a lo largo **del centro histórico**, en el que se descubre la importancia de la capital...

TM: For example, *La Candelaria* and *Monserate* are part of a tour throughout **the historical center** where people get to discover the importance of the capital ...

Refinamiento propuesto: *Thehistoricaldowntown*

Observaciones: el centro de la ciudad o centro histórico es una zona medular de la ciudad donde se encuentran entidades oficiales, universidades y locales (Bogotálogo, 2011). De hecho, es un viaje en el tiempo en medio de la arquitectura colonial y espacios claves de la revolución y el progreso de la ciudad y del país. El culturema “*el centro*”no refiere a lo que está en medio de la ciudad sino a la zona donde se concentran actividades comerciales, administrativas y culturales.

Para su traducción el mediador decidió utilizar “*center*”. Sin embargo, el diccionario *Oxford* define el término como “*a place or group of buildings where a specified activity is concentrated*”, es decir un lugar donde se concentra una actividad en particular cómo es el caso de “*shopping center*”.

La propuesta es modificar “*the historical center*” por *historical downtown*, cuya definición es “*In or relating to the central part or main business and commercial area of a town or city*” lo cual indica que es el área central o zona comercial y de negocios de un pueblo o ciudad.

Caso 12

TO: Que chimba. Significa ¡Muy bueno!, pero en algunos países es una grosería.

TM: Very good! (but can be offensive in other countries)

Refinamiento propuesto: *Awesome!(but can be offensive in other countries)*

Observaciones: el adjetivo “chimba” es un vocablo coloquial utilizado en su gran mayoría por hablantes jóvenes. Su significado en general indica que algo o alguien es agradable. El Bogotólogo (2011) define la palabra como “*algo muy agradable y dotado de magnificas cualidades*” (p. 58).

La traducción que ofrece el mediador en el texto meta es “*very good*”, lo cual denota algo muy bueno. Pese a que se acerca al sentido del culturema, no llega a reflejar su fuerza como la palabra *Awesome* que según el *OxfordEnglishonline* es “*extremely good; excellent*”.

Caso 13

TO: ¡Pilas! una advertencia para tener cuidado

TM: Be careful.

Refinamiento propuesto: *Watch out!*

Observaciones: la expresión *¡pilas!* sugiere estar alerta frente a una situación en peligro, por ejemplo, al pasar la calle cuando no se debe. La traducción en el texto original nos resulta pasiva y no muestra mayor advertencia ante un evento riesgoso. Por tanto, sugerimos utilizar *watch out* el cual el Cambridge Dictionary Online define como “*used to warn someone of danger or an accident that seems likely to happen*”.

Caso 14

TO: Corabastos Plaza

TM: Corabastos square

Refinamiento propuesto: *Corabastos food market*

Observaciones: el diccionario *Oxford English Online*, define “*square*” cómo “*An open, typically four-sided area surrounded by buildings in a village, town or city*” es decir un área abierta, típicamente de cuatros lados, rodeada de edificios en un pueblo o ciudad. Sin embargo, la plaza Corabastos es un centro de acopio y comercialización de la producción agrícola y agroindustrial de Bogotá y Colombia donde diariamente (en especial los domingos) se comercializan todo tipo de alimentos y provisiones de la canasta familiar.

Por tal motivo, consideramos pertinente modificar la traducción por *Corabastos food market*.

Caso 15

TO: Quesito

TM: Cheese

Refinamiento propuesto: *Quesito (Fresh granulated cheese from Antioquía)*

Observaciones: el culturema quesito es un tipo de queso “fresco, molido, elaborado especialmente en la zona de Antioquia, con tecnología propia de la región. (...) El sabor es lácteo fresco, salado, el olor es lácteo y ligeramente ácido” (Bejarano, 2014, 4)¹.

La traducción ofrecida en el texto origen “cheese” opaca su carga cultural. Por tanto, proponemos usar el préstamo y la amplificación para acercar al lector a la cultura origen y resaltar sus características más importantes; fresco y molido.

Caso 16

TO: Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

TM: Secretary for Culture, Recreation and Sport

¹Encontrado en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/39672/1/1017175328.2014.pdf>.

Refinamiento propuesto: *Department* of Culture, Recreation and Sport.

Observaciones: esta traducción se encuentra dentro del texto del culturema “colonia” en el que se menciona que un edificio histórico llamado Casa de Comuneros es la actual Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

Esta secretaría es un organismo del estado que garantiza las condiciones para el ejercicio de los derechos culturales, recreativos y deportivos. En su traducción, el mediador optó por utilizar la palabra “*Secretary*” para *Secretaría* que en efecto se puede confundir con la profesión de secretaria. Por ende, el equivalente acuñado más acertado es “*Department*”.

e) Otros refinamientos: traducciones que no se consideran como error pero que podrían refinarse

Caso 17

TO: la Capilla de la Bordadita, construida en 1653 y que conserva valiosos lienzos de artistas **criollos** y europeos.

TM: The Bordadita Chapel, built in 1653 and preserves valuable paintings of **native** and European artists.

Refinamiento propuesto: *Creole and European artists.*

Observaciones: de acuerdo con el Bogotólogo, el elemento cultural criollo se refiere a la dominación hispánica y es el “*hijo de españoles nacido en América*” (p, 75).

El mediador optó por utilizar “*native*” para su traducción el cual el *Oxford English Online* define como “*A non-white original inhabitant of a place, as regarded by European colonists or travellers*” o un habitante no blanco oriundo de un lugar, como lo consideran los colonos o viajeros europeos.

Si bien la traducción no es desacertada, consideramos utilizar un término más específico como lo es *creole* cuya acepción es “*A descendant of Spanish or other European settlers in the Caribbean or Central or South America*” porque es un descendiente de españoles nacido en América del Sur.

Caso 18

TO: aguadepanela

TM:aguadepanela

Refinamiento propuesto:*aguadepanela (Sugar Cane drink) / panela water*

Observaciones: El préstamo es una invitación para que el lector destinatario se adentre a la cultura local. Sin embargo, para generar una idea más puntual del culturema en este caso, proponemos utilizar la técnica de amplificación, añadiendo un paréntesis con las palabras “*Sugar Cane drink*”.

Para esta propuesta, se tuvo en cuenta que la panela se obtiene de la caña de azúcar (*sugar cane*) y que además es una bebida fría o caliente (*drink*) dependiendo de cada gusto. Asimismo, ofrecemos una segunda traducción:*panela water*.

Caso 19

TO: Cuajada con melao

TM: Cuajada (milk curd) with “*melao*”

Refinamiento propuesto: *Cuajada con melao (curd with cane molasses)*

Observaciones: como se planteó en la descripción de la técnica de traducción, el uso del préstamo junto con la amplificación son las técnicas que efectivamente logran una mediación adecuada. No obstante, proponemos utilizar la amplificación no sólo en “*cuajada*” sino también en todo el culturema.

Finalmente, consideramos que no es necesario emplear “*milk*” porque tan sólo con “*curd*” (que ya es el equivalente acuñado de cuajada) basta para transferir el término es su totalidad.

Caso 20

TO: Sancocho

TM: Sancocho

Refinamiento propuesto: *Sancocho (Chicken or beef stew)*

Observaciones: si bien, en la descripción de la técnica se mencionó que al mantener el vocablo en la traducción hay una inmersión en la cultura de llegada, no

está demás amplificar el culturema para una mejor comprensión. El sancocho es una de las sopas más populares en Colombia elaborada con carne o pollo, vegetales y otros ingredientes. Cabe mencionar que a pesar que el término no se encontró en los diccionarios de regionalismos consultados, lo decidimos incluir cómo culturema debido a su importancia en la gastronomía local.

En este sentido, lo refinaríamos añadiendo el vocablo *stew* que según el *OxfordEnglish Dictionary* es “*A dish of meat and vegetables cooked slowly in liquid in a closed dish or pan*” o un plato de carne y verduras preparado lentamente en agua. Además, añadimos los términos *chicken* y *beef*, porque son los dos ingredientes más importantes de la sopa.

Caso 21

TO: Arepa, Carimañola y Chicharrón

TM: Arepa, Carimañola y Chicharrón

Refinamiento propuesto: *Arepa (corn pancake), carimañola (beef cassava pastry) y chicharrón (pork crackling).*

Observaciones: para este caso, decidimos complementar los términos a través de una descripción que refuerce su idea. Para empezar, el culturema “*arepa*” según el Breve Diccionario de Colombianismos, es una especie de torta de maíz de forma circular. Cabe señalar que el diccionario *Oxford* reconoce el término como entrada; “*cornmeal roll*”. Sin embargo, esta definición se acerca más a la arepa venezolana.

Con respecto a la carimañola, que es una empanada de mandioca rellena de carne y huevo, optamos por utilizar *pastry* en vez de empanada (que también está reconocido en el diccionario *Oxford*) y mencionar los dos ingredientes principales; carne y mandioca o *beef* y *cassava*.

Finalmente, para la amplificación de chicharrón, que es la piel crujiente del cerdo asado, elegimos incluir el ingrediente principal (*pork*) y además utilizar un término que transmitiera la sensación crujiente como es *crakling*, el cual el diccionario *Oxford* define como “*The crisp, fatty skin of roast pork*”.

Caso 22

TO: Pandebono

TM: Pandebono

Refinamiento propuesto: *Pandebono (cheese bread)*

Observaciones: en la traducción original se utilizó el préstamo puro. Sin embargo, al considerar que el culturema es un panecillo típico original de la región del Valle del Cauca consumido en toda Colombia, parece relevante además del préstamo amplificar el término indicando alguna singularidad cómo el de ser un pan de queso o *cheese bread*.

Caso 23

TO: Circunvalar

TM: Circunvalar

Refinamiento propuesto: *Circunvalar (ring road)*

Observaciones: dado que el culturema pertenece a un área de la geografía cultural muy específica y conocida en la ciudad de Bogotá, sugerimos amplificar el término con *ring road*.

Según el Bogotólogo, “*circunvalar*” es una avenida periférica que cruza paralela a los cerros orientales de Bogotá. Por su parte, el Cambridge Dictionary Online define “*ring road*” como “*a main road that goes around the edge of a town, allowing traffic to avoid the town centre*” lo que traduce “*una carretera principal que rodea el borde de una ciudad, para evitar el tráfico en el centro de la ciudad*”.

Pese a no ser un equivalente acuñado, estimamos que es el término que más se acerca al sentido del culturema.

Caso 24

TO: Fritanga

TM: Fritanga

Refinamiento propuesto: *Fritanga (Fried food dish)*

Observaciones: el uso del préstamo puro es una alternativa común dentro del campo semántico de alimentos. Con el objetivo de insertar información aclaratoria y evitar mayor trabajo para el lector del texto meta, proponemos además la técnica de amplificación. Fritanga es un plato típico combinado que consiste en distintos productos cárnicos y otros ingredientes con alto contenido en grasa. De este modo proponemos insertar “*fried food dish*” para establecer las características más importantes de este plato.

Caso 25

TO: Además de deleitarse con su carta de bebidas, acompañamientos y **picadas**, puede disfrutar algunos jueves de música en vivo de los clásicos de la época.

TM: In addition to enjoying our beverages, side orders and “**picadas**”, Thursday nights long with live classical music of the time.

Refinamiento propuesto: *Apart from its beverages, side dishes and “picadas” (fried food dish), customers can also enjoy live music of the 80s on Thursdays.*

Observaciones: el texto original, describe la atmosfera y propuesta de un bar llamado *Full 80's*, donde se escucha y baila la música de los 80 y también se puede disfrutar de comidas y bebidas autóctonas. El culturema objeto de estudio en este caso es “*picada*”, sinónimo de la palabra *fritanga* explicada y refinada con anterioridad.

El traductor opta por mantener el mismo vocablo en la lengua de llegada. La propuesta además de amplificarlo mediante una breve explicación entre paréntesis, es refinar todo el texto debido a que el original nos causó distorsión.

Caso 26

TO: Rolo. Oruindo de Bogotá.

TM: Person born in Bogotá-

Refinamiento propuesto: *Rolo (Colloquial name given to people born in Bogota by the rest of the country)*

Observaciones: existen dos culturemas similares en definición: *cachaco* y *rolo*. Ambos se utilizan para denominar a una persona nacida en Bogotá. No obstante, el diccionario Bogotólogo (2011) marca una diferencia que radica en que el primero es un bogotano educado o de la más rancia estirpe mientras que *rolo* es un gentilicio de tinte despectivo con el que el resto del país suele referirse. Al momento de traducir ambos culturemas no se evidenció esta diferencia ya que *cachaco* se tradujo como “*people from Bogotá*” y *rolo* cómo *personborn in Bogotá*.

Se considera que ambas traducciones son adecuadas porque se centran en la función principal de los términos. Sin embargo, decidimos ofrecer otra alternativa para el cultrema *rolo* en el caso de que el lector estuviera interesado en indagar sobre la diferencia. Por tanto, la propuesta es: *Rolo (Colloquial name given to people born in Bogota by the rest of the country)*.

5.3.1. Comentarios generales de los refinamientos.

El objetivo de este apartado era el de revisar en detalle las propuestas de traducción del texto origen y modificar las que causaban distorsión o se podían complementar. Para ello, utilizamos la variedad dialectal del inglés americano por nuestro mayor conocimiento. De esta forma, encontramos y analizamos 26 casos los cuales fueron distribuidos de la siguiente forma:

Tabla IXI. Dificultades de traducción y total de casos.

Categorías	Total de casos
A) Problemas derivados de la influencia de la lengua origen en la estructura de frases y la elección de palabras	2
B) Problemas derivados del uso incorrecto de palabras	4
C) Problemas derivados de la omisión	2
D) Problemas derivados del empleo de términos parecidos, pero no correctos	8
E) Otros refinamientos: traducciones que no se consideran como error pero que podrían refinarse	10
Total	26

Fuente: elaboración propia.

A partir de este análisis podemos deducir lo siguiente:

- ✓ Dentro de los casos 2, 3, 4, 7, 8 y 21 encontramos que hay dos o tres términos o elementos culturales que se pudieron refinar.
- ✓ La gran parte de refinamientos pertenecen a elementos culturales y forman parte de los campos semánticos de comidas y bebidas.
- ✓ En los casos 6, 8 y 25 creímos pertinente modificar toda la traducción y ofrecer una distinta que apelara a la fidelidad del texto origen.
- ✓ La traducción original de los culturemas *Guayaba, arequipe, manjares, chévere, chocolate, chimba, pilas, tetero, churritos y quesito* produjeron una pérdida parcial de su carga cultural, ya sea porque se generalizaron o porque se opacó su fuerza. Esto contribuye a reafirmar parte de nuestra hipótesis.
- ✓ El ámbito gastronómico, no es de los más fáciles de traducir. En la mayoría de los casos se recurrió al préstamo puro en la traducción original. Sin embargo, para reproducirlo de manera más atractiva creímos pertinente acompañar a los culturemas con una paráfrasis aclaratoria, es decir utilizar la técnica de la amplificación.
- ✓ Descubrimos que los culturemas más utilizados en el habla cotidiana de Bogotá (chimba, pilas y chévere), pueden tener su equivalente acuñado según nuestra propuesta.
- ✓ En los culturemas *guayaba* y *agua de panela* (caso 3 y 18) propusimos dos alternativas. A veces, la traducción implica también ser recursivo con el lenguaje y en esa recursividad se puede generar más de una opción de traducción. Es importante que el mediador se sienta cómodo con su resultado

aun sabiendo que no hay dos personas que entiendan las palabras idénticamente.

- ✓ Los cultuemas *arepa* y *arequipe* tienen alguna similitud con los de países cercanos (arepa de Venezuela o dulce de leche de Argentina) pero no son idénticos. El traductor de textos turísticos además de transmitir significados que no existen en otra cultura, incluso próximas a ellas, es también un promotor de culturas específicas. Esto se logra no solo a través de un conocimiento lingüístico sino también cultural.

6. Conclusiones

El turismo no solo es una actividad económica de gran relevancia para los países, sino también una forma privilegiada de conocer culturas diferentes. El primer acercamiento que un turista tiene con la cultura del país al que desea visitar se produce generalmente a través de los textos contenidos en guías de viajes, folletos o en sitios web, traducidos. En este sentido, los textos turísticos son un puente facilitador y expositor de culturas, pero al mismo tiempo, representan un reto para el traductor que debe actuar como un mediador cultural que facilite el entendimiento entre las culturas involucradas en el proceso traductor.

A partir de estas ideas, el objetivo de esta investigación fue el de analizar el tratamiento de los elementos culturales o culturemas en la traducción español-inglés de material turístico de Bogotá, Colombia, abordando el estudio de la traducción de los culturemas contenidos en un corpus textual de siete textos conformados por un libro impreso, tres guías de viajes, dos libros turísticos y una página web oficial específicamente orientados a la ciudad de Bogotá y traducidos al inglés sobre la base de un texto redactado en español, que para este estudio son tema de interés por cuánto representan un desafío en la traducción.

En función de los objetivos específicos planteados para esta investigación se concluye que:

Objetivo específico 1. Identificar los términos culturales presentes en el texto original: la búsqueda de términos con valor simbólico o reconocidos en la sociedad bogotana arrojó como resultado que en el corpus textual seleccionado se pudieron identificar 95 términos de los cuales 90 fueron validados como elementos culturales en dos fuentes importantes para la cultura colombiana en general y para la bogotana en particular, como son el *Diccionario de Colombianismos* de la Academia Colombiana de la Lengua y el *Bogotólogo: usos y desusos y abusos del español hablado en Bogotá*. Decidimos también añadir 5 culturemas que, a pesar de no haber sido validados en los diccionarios, consideramos que son símbolos extralingüísticos culturalmente motivados. El anexo II muestra estos 5 elementos culturales junto a su clasificación en campos semánticos y una definición propia.

Esta validación resultó de importancia para hallar las definiciones precisas de los términos y su utilización en los textos de origen, para luego poder evaluar si la carga cultural de la que son portadores era reflejada en los textos meta traducidos al inglés.

Objetivo específico 2. Clasificar los términos culturales en campos semánticos: se clasificaron los culturemas para establecer una estructura o tipología y determinar cuáles fueron los campos semánticos más significativos. Esta clasificación puso de manifiesto que en el corpus textual seleccionado predominan los que pertenecen a las categorías de universo social (Geografía cultural y Lenguaje coloquial) y cultura material

(principalmente comidas y bebidas), que según nuestro estudio son campos semánticos que requieren una mayor atención por parte del traductor.

Cómo aporte de esta investigación, propusimos un campo semántico llamado “símbolo cultural de la nación” junto a la categorización por área “artesanías indígenas”. Esto por dos razones: la primera es porque no pudimos incluir a los elementos culturales “sombrero vueltiao” y “mochila wayuu” dentro de ninguna de las categorizaciones temáticas investigadas y la segunda es porque nos parece conveniente resaltar la contribución de las comunidades étnicas al materializar sus pensamientos y conocimientos en productos artesanales y que estos se conviertan parte de la identidad lingüística y cultural de una nación cómo los pudimos descubrir en nuestro estudio.

Asimismo, dentro de la categorización por área “geografía cultural” que hace parte del campo semántico “universo social” de Igareda (2011) propusimos una nueva subcategoría denominada “gentilicios” la cual surgió a falta de haber podido tipificar a los culturemas “cachaco”, “paisa” y “rolo”.

Objetivo específico 3. Determinar la técnica de traducción para cada culturema: para la mayoría de los culturemas analizados se ha empleado la técnica del préstamo, es decir, se ha integrado el término cultural en el texto meta tal como aparece en el texto origen, lo que resulta adecuado en la mayoría de los casos porque es totalmente fiel al texto original y permite que el lector meta pueda aprender expresiones propias de otra cultura.

Del mismo modo, en el 15.8 por ciento de los casos esta misma técnica se combinó con la amplificación, el calco y el equivalente acuñado, lo que demuestra que el traductor no sólo puede valerse de más de una técnica para transmitir el sentido del culturema, sino que también debe ser recursivo en sus elecciones.

La segunda técnica empleada apela al equivalente acuñado, lo cual permite concluir que una parte considerable de los culturemas en el ámbito del turismo bogotano, con lo que respecta a este estudio, tienen un término o expresión reconocido en inglés ya sea por el uso lingüístico o por los diccionarios consultados.

No obstante, se recurre en tercera frecuencia a la técnica de calco, traduciendo literalmente los culturemas, lo que en algunos casos hace que se pierda su carga cultural

Objetivo específico 4 y 5. Señalar las dificultades más significativas y elaborar un refinamiento para las más evidentes que tenga en cuenta los distintos niveles de dificultad percibida: el cumplimiento de estos objetivos se vincula con la verificación de la hipótesis que motivó el desarrollo de este trabajo, partiendo de la idea de que para acortar la distancia intercultural entre el texto de origen y el texto meta los traductores emplean estrategias o técnicas de traducción que vienen determinadas, principalmente, por el grado de traducibilidad de ciertos culturemas y que en algunos casos producen una pérdida parcial de su carga cultural.

En función de ello, se analizaron 26 casos que fueron clasificados en 4 problemas de traducción derivados de: a) la influencia de la lengua origen en la estructura de frases

y la elección de palabras b) el empleo incorrecto de palabras c) la omisión d) el empleo de términos parecidos, pero no correctos. Asimismo, propusimos otra categoría de problemas llamados d) otros refinamientos, en la cual son traducciones que no se consideran como error pero que podrían refinarse y adecuarse al contexto.

En cada caso, se propusieron refinamientos posibles para la traducción que fueran más fieles tanto al texto de origen como al texto traducido, especialmente en lo referente a la carga cultural de ciertos términos, sin dificultar la comprensión para el lector meta.

El recurso utilizado en esta investigación para estos refinamientos de las traducciones de culturemas es la recomendación que se puede dejar planteada para el trabajo traductor en general y de turismo en particular: el traductor debe consultar siempre fuentes fidedignas (como diccionarios especializados, glosarios, enciclopedias, etc.), para utilizar los recursos terminológicos correctos, profundizar en el contenido semántico, e imbuirse, en este caso, del significado que tienen estos términos en la cultura de origen para actuar como mediador en cuanto a su comprensión correcta en la cultura de llegada.

En el actual paradigma de la traductología el traductor es, ante todo, un mediador cultural y pensamos que también es un recursivo del lenguaje y de la cultura. Por otra parte, dada la importancia que tiene el turismo en Colombia (al igual que en otras partes del mundo), el traductor de textos turísticos debe contar con un nivel alto de

competencias necesarias para ofrecer una mediación lingüística y cultural profesional y de calidad.

Como recomendación para futuras investigaciones se sugiere la realización de estudios de las tendencias traductoras en turismo, pero poniendo el foco especialmente en los nuevos formatos que sobrepasan los límites que impone un texto impreso, como internet, redes sociales, porque estos nuevos medios incorporan aspectos como la inmediatez y la interacción, que añaden complejidad a la ya compleja traducción de culturemas en el campo del turismo, pero abren también nuevas e interesantes posibilidades para la traducción.

Referencias bibliográficas

AA.VV. (2012). *Breve Diccionario de Colombianismos*. Bogotá, Colombia: Academia Colombiana de la Lengua. Disponible en: <https://www.academiacolombianadelalengua.co/bdc/>.

Ávila Baray, H.L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Eumed (edición electrónica disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/8469019996.pdf>).

Barrantes Echavarría, R. (1999). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José de Costa Rica: EUNED

Björklund, R. (2015). *La traducción de los culturemas. Dificultades y soluciones en la traducción del sueco al español del estudio: "La imagen de Suecia en los medios de comunicación después de Stieg Larsson y Millennium"* [tesis de maestría]. Universidad Linné, Suecia. Disponible en: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:853447/FULLTEXT01.pdf>.

Calvi, M.V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, 19, pp.9-32. Disponible en: http://www.aelfe.org/documents/01_19_Calvi.pdf.

Campos Ocampo, M. (2017). *Métodos de investigación académica. Fundamentos de investigación bibliográfica*. Universidad de Costa Rica. Disponible en: http://www.icomoscr.org/m/investigacion/%5BMETODOS%5DFolleto_v.1.pdf.

Carcedo González, A. (1998). "Cultura y patrones de comportamiento: su integración en la enseñanza de la lengua". En M.A. Celis Sánchez & J.R. Heredia (coords.). *Lengua y cultura en la enseñanza del español a extranjeros: Actas del VII Congreso de ASELE* (pp. 165-173). Ciudad Real, España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Cerrolaza, O. (1996). La confluencia de diferencias culturales: cómo conocerlas e integrarlas en la clase. *MarcoELE - Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera* (9), pp. 19-32. Disponible en: https://marcoele.com/descargas/expolingua1996_cerrolaza.pdf.

Coseriu, E. (1981). La socio- y la etnolingüística: sus fundamentos y sus tareas. *Anuario de Letras: Lingüística y filología* (19), pp. 5-29. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/3578>.

Cruces Colado, S. (2001). "El origen de los errores en la traducción". D. Pujante González; E. Real; D. Jiménez Plaza & A. Cortijo Talavera (coords.), *Écrire, traduire et représenter la fête* (pp. 813-822). Valencia, España: Universitat de València.

Dahlgren, J. (2011). *La traducción de fenómenos culturales y lingüísticos del sueco al español en 'Rocky' de Kellerman* [tesis de licenciatura]. Göteborgs Universitet, Gothenburg, Suecia. Disponible en: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/26144/1/gupea_2077_26144_1.pdf.

- De la Cruz, M. (2003). *La traducción de textos turísticos: propuesta de clasificación y análisis de muestras*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Málaga, España. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/4603>.
- Delisle, J. (2003). La historia de la traducción: su importancia para la traductología y su enseñanza mediante un programa didáctico multimedia y multilingüe. *Íkala - Revista de Lenguaje y Cultura*, 8(14), pp. 221-235. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2550/255026028010.pdf>.
- Delgado León, F. (2001). Lenguaje y cultura. *Ámbitos – Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades de Córdoba* (5-6), pp. 11-15. Disponible en: https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/8432/01_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Déniz Suárez, G. (2015). *La traducción de textos turísticos (español-inglés): los folletos de museos* [tesis doctoral]. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas, España. Disponible en: https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/21655/2/0733604_00000_0000.pdf.
- Di Franco, C. (2005). La relación lengua-cultura en el aprendizaje de E/LE por parte de los italianófonos. *XVI Congreso Internacional de la ASELE: La Competencia Pragmática o la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera*. Oviedo, España. Disponible en: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/16/16_0279.pdf.

Durán Muñoz, I. (2012). Necesidades de mejora y adecuación en la traducción de textos turísticos promocionales. *Hermēneus - Revista de Traducción e Interpretación* (14), pp. 263-278. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4089537.pdf>.

Fang, Y. (2008). *Traducción de los Culturemas chino –Castellano de la serie televisiva “7 Vidas”*[Tesis de Máster]. Universidad Autónoma de Barcelona, España. Disponible en: <http://grupsderecerca.uab.cat/txicc/sites/grupsderecerca.uab.cat/txicc/files/Ya%20Fang%20Lo%20traducci%C3%B3n%20de%20los%20culturemas%20chino%20castellano%20de%20la%20serie%20televisiva%207%20vidas.pdf>.

Federici, E. (2007). “What to do and not to do when translating tourist brochures”. En: C. de Stasio & O. Palusci (comps.). *The Languages of Tourism. Turismo e mediazione* (pp.99-112). Milano, Italia: Edizioni Unicopli.

Fischer, M. B. (2000). *Sprachgefühl und Weltterfahrung. La traducción inversa de textos turísticos como ejercicios para fomentar la competencia lingüística*. Disponible en: <https://webs.ucm.es/info/especulo/ele/alcala.html>.

Fuentes Luque, A. & Kelly, D. (2000). “The Translator as Mediator in Advertising Spanish Products in English-Speaking Markets” En: A. Beeby; D. Ensinger & M. Presas, Marisa (eds.). *Investigating Translation: Selected papers from the 4th International Congress on Translation, Barcelona, 1998* (pp.235-242). Amsterdam, Holanda: John Benjamins Publishing Company.

García, M. (2016). *Terminología y Traducción Especializada* [trabajo de fin de grado].

Universidad de Valladolid, Soria, España. Disponible en:

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/21340/TFG-O%20922.pdf?sequence=1>.

Gatica de Montiveros, M. (1949). El lenguaje y la cultura. *Actas del Primer Congreso*

Nacional de Filosofía (Mendoza 1949), Universidad Nacional de Cuyo, Buenos

Aires 1950, tomo III (pp. 1717-1727). Disponible en:

<http://www.filosofia.org/aut/003/m49a1717.pdf>.

Gercken, J. (1999). *Kultur, Sprache und Text als Aspekte von Original und Übersetzung.*

Theoretische Grundlagen und

Exemplifizierung eines Vergleichskulturspezifischer Textinhalte. Fráncfort,

Alemania: Peter Lang.

Gil Bardají, A. (2003). *Procedimientos, técnicas, estrategias: operadores del proceso*

traductor [tesis de maestría]. Universidad de Barcelona, España. Disponible en:

<https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/8998/TREBALL%20DE%20RECA%20ANNA%20GIL.pdf?sequence=1>.

González Pastor, D. (2012). *Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el*

texto turístico [Tesis doctoral]. Universidad Politécnica de Valencia, España.

Disponible en:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17501/tesisUPV3877.pdf>.

Gutiérrez Rivero, A. (2002). La relación lengua-cultural en un manual de español para finlandeses. *Actas del XIII Congreso ASELE: El español, lengua del mestizaje y la interculturalidad* (pp. 404-414). Disponible en: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/13/13_0404.pdf.

Hatim, B. & Mason, I. (2014). *Discourse and the translator*. Londres, UK: Routledge.

Hennecke, A. (2015) Traducción y cultura: reflexiones sobre la dimensión cultural de textos y su importancia para la traducción. *Cuadernos de Lingüística Hispánica* (26), pp. 103-119. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/clin/n26/n26a06.pdf>.

Hewson, L. & Martin, J. (1991). *Redefining Translation: The Variational Approach*. Londres, UK: Routledge.

Hurtado Albir, A. (2013). *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Madrid, España: Cátedra.

Igareda, P. (2011). Categorización temática del análisis cultural: una propuesta para la traducción. *Íkala – Revista de Lenguaje y Cultura*, 16(27), pp. 11-32. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ikala/v16n27/v16n27a2.pdf>.

Juurik, K. (2014). *Traducción de textos técnicos relacionados con productos demadera del estonio al español: errores de traducción y terminología* [tesina de grado]. Universidad de Tartu, Estonia. Disponible en: http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/41539/juurik_katrin.pdf.

Kelly, D. (1997). The Translation of Texts from the Tourist Sector. Textual Conventions. Cultural distance and other Constraints. *Trans* (2), pp. 33-42. Disponible en: http://www.trans.uma.es/Trans_2/t2_33-42_DKelly.pdf.

Kussmaul, P. (1995). *Training the translator*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.

Isidro Gómez, A. (2012). *Traducción y cultura: los elementos culturales en Buchmendel de Stefan Zweig y su traducción al español* [trabajo de fin de grado]. Universidad de Salamanca, España. Disponible en: https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/120772/1/A.IsidroGomez_TFG.pdf.

Luque Nadal, L. (2009). Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?, *Language Design*, 11, pp.93-120. Disponible en: http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf.

Martínez Ortuño, C. (2015). *La traducción de los referentes culturales. El caso de "Ocho apellidos vascos" (español → inglés)* [trabajo de fin de grado]. Universitat Jaume I, Castellón, España. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/135465/TFG_Mart%C3%ADn_ez_Ortu%C3%B1o_Cristina.pdf?sequence=1.

Molina, L. (2001). *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. [Tesis doctoral]. Universitat Autònoma de Barcelona. España. Disponible en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5263/lmm1de1.pdf?sequence=1>.

Muñoz Rico, N. (2007). Las técnicas de traducción y las figuras literarias en la traducción al español de *Mémoires d'Hadrien*. *Lenguaje*, 35(2), pp. 167-196.

Disponible

en:

<http://revistaingenieria.univalle.edu.co/index.php/lenguaje/article/view/4860/6999>.

Nida, E. (1975). "Componential Analysis of Meaning. An Introduction to Semantic Structures". En Igareda (2011) *Íkala – Revista de Lenguaje y Cultura*.

Nobs, M.L. (2003). *Expectativas y evaluación en traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales* [Tesis doctoral]. Universidad de Granada, España.

Disponible en: <https://hera.ugr.es/tesisugr/1729244x.pdf>.

Nord, C. (1996). "El error en traducción: categorías y evaluación". En A. Hurtado Albir (ed.). *La enseñanza de la traducción* (págs. 91-107). Castellón, España: Universitat Jaume I, Servei de Comunicació i Publicacions.

Nord, C. (1997). *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.

Nord, C. (2014). *Hürden-Sprünge. Ein Plädoyer für mehr Mut beim Übersetzen*. Berlín, Alemania: BDÜ-Fachverlag

Ordóñez, L. & Tenorio, C. (2011). *Traducción y análisis de los problemas de traducción del texto "LA LINGUISTIQUE TEXTUELLE: INTRODUCTION À L'ANALYSE TEXTUELLE DES DISCOURS DE JEAN-MICHEL ADAM"* [monografía de

licenciatura].Universidad del Valle, Cali, Colombia. Disponible en:
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/4126/4/CB-0449695.pdf>.

Ospina, A. (2012). *Bogotálogo: usos, desusos y abusos del español hablado en Bogotá*. Tomo I. Bogotá, Colombia: Instituto Distrital de Patrimonio Cultural. Disponible en: <https://issuu.com/patrimoniobogota/docs/bogotalogo-tomo1/4>.

Pamies, A. (2007): "El lenguaje de la lechuza: apuntes para un diccionario intercultural". En J.d.D Luque & A. Pamies (eds.). *Interculturalidad y lenguaje: El significado como corolario cultural*. Vol. 1 (pp. 375-404). Granada, España: GranadaLingvistica / Método.

Perton, N. (2010). *La traducción de textos turísticos* [tesina]. Universiteit UtrechtVertalen, Utrecht, Países Bajos. Disponible en: https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/179976/Tesina_2010_Narda_Perton_3441695_15-06-2010.pdf?sequence=2.

Pozzo, M.I. & Soloviev, K. (2011). Culturas y lenguas: la impronta cultural en la interpretación lingüística. *Tiempo de Educar*, 12(24), pp. 171-205. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/311/31121089002.pdf>.

Prakaikietikul, J. (2018). Los términos culturales en el ámbito turístico tailandés – español en la guía oficial sobre la historia del Templo del Buda de Esmeralda: Técnicas de traducción y aceptación en usuarios hispanohablantes. *Monográficos Sinoele* (17), pp. 936-946. Disponible en:

http://www.sinoele.org/images/Revista/17/monograficos/AAH_2016/AAH_2016_jit_tima_prakaikietikul.pdf

Pym, A. (2016). *Teorías contemporáneas de la traducción. Materiales para un curso universitario* (2ª edición). Tarragona, España: Intercultural Studies Group.

Ríos Giraldo, C. (2015). *La equivalencia de efecto en la traducción español-inglés de términos culturales en el ámbito del turismo cafetero colombiano* [tesis de grado]. Universidad Autónoma de Manizales, Colombia. Disponible en: http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/268/2/equivalencia_efecto_traducci%C3%B3n_espa%C3%B1ol-ingl%C3%A9s_t%C3%A9rminos_culturales_%C3%A1mbito_turismo_Cafetero_Colombiano.pdf.

Sapir, E. (2012). *Selected writings in language, culture and personality (Classic Reprint)*. Londres, UK: ForgottenBooks.

Saussure, F. (1961). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires, Argentina: Losada.

Seleskovitch, M. & Lederer, D. (2014). *Interpréter pour traduire*. Paris, Francia: Les BellesLettres.

Soto Almela, J. (2013). La traducción de términos culturales en el contexto turístico español-inglés: recepción real en usuarios anglófonos. *Quaderns - Revista de Traducció*, 20, pp. 235-250. Disponible en:

https://ddd.uab.cat/pub/quaderns/quaderns_a2013n20/quaderns_a2013n20p235.pdf.

Soto Almela, J. (2014). *Los términos culturales en el ámbito turístico español – inglés: traducción, manipulación y recepción real en usuarios anglófonos*. [Tesis doctoral]. Universidad de Murcia, España. Disponible en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284770/TJSA.pdf?sequence=1>.

Toury, G. (1974). "The notion of "native translator" and translation teaching". En W. Wilss & G. Thome, (eds.). *Die Theorie des Übersetzens und ihr Aufschlusswert für die Übersetzung und Dolmetschdidaktik* (pp.63-78). Tübingen, Stuttgart, Alemania: Gunter Narr.

Trujillo-González, V. (2012). Una aportación al tratamiento de los elementos culturales: el signo lingüístico cultural. *Çédille, Revista de Estudios Franceses*, 8(2012), pp. 298-311. Disponible en: <https://cedille.webs.ull.es/8/18trujillo.pdf>.

Vázquez Ayora, G. (1977). *Introducción a la traductología: curso básico de traducción*. Washington: Georgetown University Press.

Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Londres: Routledge.

Vinay, J.P. & Dalbérnet, J. (1995). *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.

Viñez Daza, I. (2014). *La traducción: problemas y métodos. La traducción inglés/español* [trabajo de fin de máster]. Universidad de Cádiz, España.

Disponible

en:

[https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17447/TFMVI%
c3%91EZDAZA_INMACULADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17447/TFMVI%c3%91EZDAZA_INMACULADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

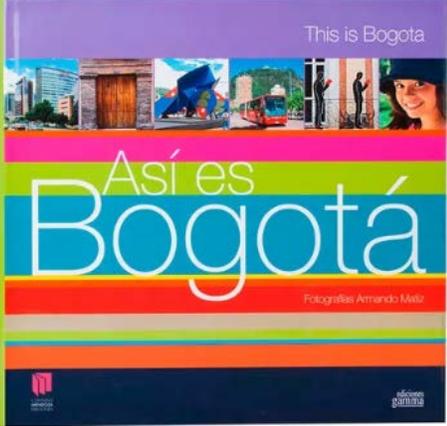
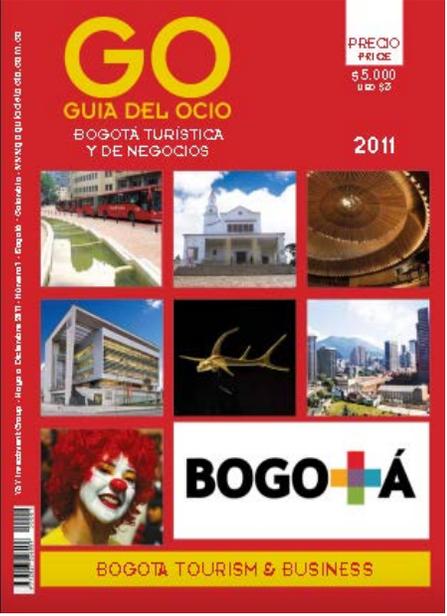
Vermeer, H. (1986). Übersetzenalskultureller Transfer. En: Snell-Hornby, M. (ed.): *Übersetzungswissenschaft - eine Neuorientierung. Zur Integration von Theorie und Praxis*. Tübingen: Francke, pp. 30-53.

Wilss, W. (1996). *Knowledge and skills in translator behavior*. Amsterdam: John Benjamins.

ANEXOS

Anexo I. Materiales seleccionados para el corpus textual

1. Géneros editoriales

<p>1. This is Bogotá. Así es Bogotá</p> <p>-Tipo: Libro impreso</p> <p>-Año: 2009</p> <p>-Autor (es): Varios</p> <p>-ISBN: 9789588177830</p> <p>-Páginas: 300</p> <p>-Traducción al inglés: Anthony Letts</p>	
<p>2. GO - GUÍA DEL OCIO. BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism and Business</p> <p>-Tipo: Guíaturística</p> <p>-Año: 2011</p> <p>-Autor (es): Varios</p> <p>-ISSN: 2027-5269</p> <p>-Páginas: 164</p> <p>-Traducción al inglés: Brian Cleveland, Andrés Felipe Aragón</p> <p>Disponible en: https://issuu.com/goquiadelocio/docs/btyn.</p>	

3. GO - GUÍA DEL OCIO BOGOTÁ TURÍSTICA CULTURAL Y DE NEGOCIOS. Bogotá Tourism: Cultural and Business.

-Tipo: Guía turística

-Año: 2014-2015

-Autor (es): Carolina Vallejo Iregui

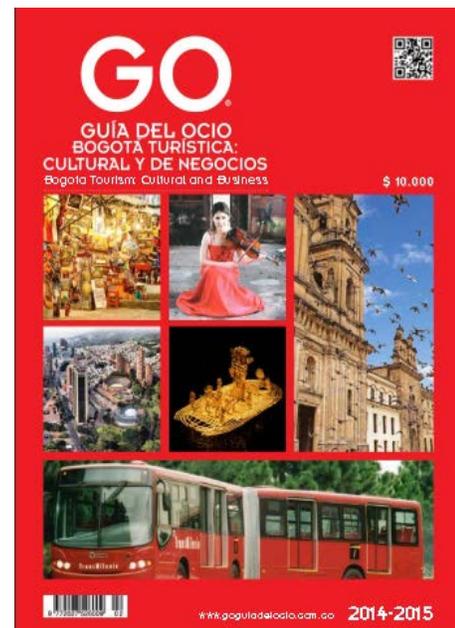
-ISSN: 2027-5269

-Páginas: 176

-Traducción al inglés: Gary Costello, Mageca Rivillas, Erika Vega

Disponible en:

<https://issuu.com/goguiadelocio/docs/gobogotaturisticaculturalydenegocios>.



4. LIVING IN BOGOTÁ. UNA GUÍA PRÁCTICA DE EXTRANJEROS Y LOCALES PARA EXPATS.

-Tipo: Guía turística

-Año: 2014-2015

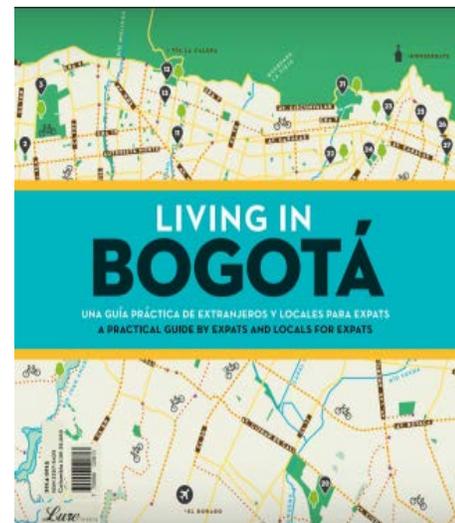
-Autor (es): Varios

-ISSN: 2357-5425

-Páginas: 74

-Traducción al inglés: Katie Dönszelmann

Disponible en: <http://www.livinginbogota.co/#seccionguia>.



5. Esta es Bogotá

-Tipo: Libro turístico

-Año: 2015

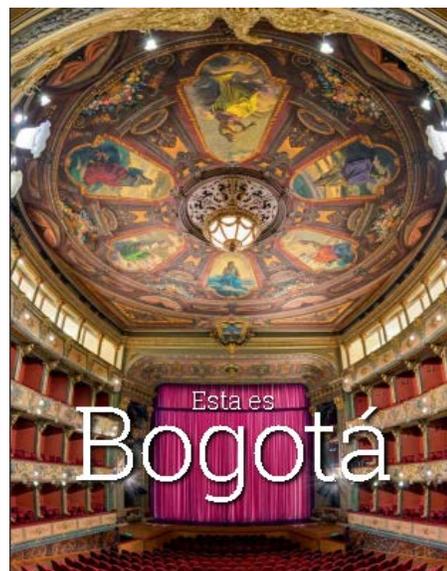
-ISSN: 1657-5245

-Páginas: 240

Autor (es): Varios

Traducción: Claudia Espinosa

Disponible en: https://issuu.com/ediciones3a/docs/esta_es_bogota_2015.



6. Esta es Bogotá

-Tipo: Libro turístico

-Año: 2016

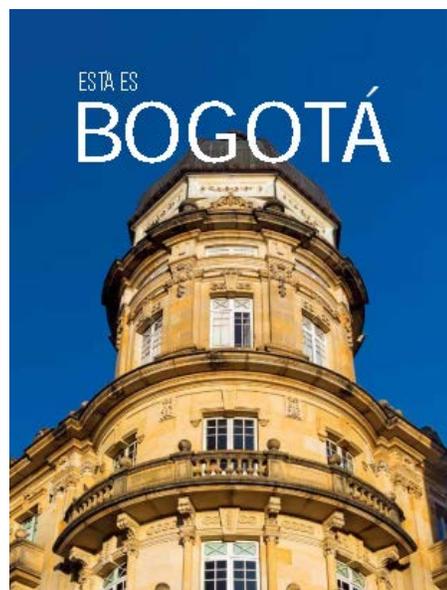
-Autor (es): Varios

-ISSN: 1657-5245

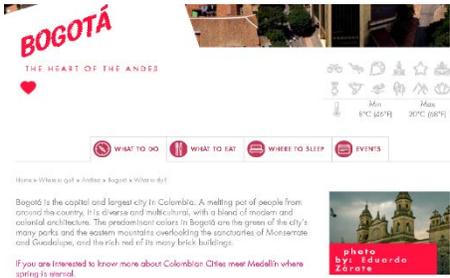
-Páginas: 264

-Traducción al inglés: Claudia Espinosa

Disponible en:
https://issuu.com/margaritahorlbeck/docs/esta_es_bogota_2016.



2. Género institucional

<p>7. Colombia travel (en español)</p> <p>Tipo: Portal web</p> <p>-Año: Actual</p> <p>Disponible en (español): http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bogota.</p>	
<p>Colombia travel (en inglés)</p> <p>Tipo: Portal web</p> <p>-Año: Actual</p> <p>Disponible en (inglés): http://www.colombia.travel/en/where-to-go/andean/bogota.</p>	

Anexo II. Elementos culturales no validados y su definición.

ID.	Elemento cultural	Categorización temática	Categorización por área	Subcategoría	Definición propia
52	Lechona	Cultura material	Alimentación	Comida	Plato del departamento del Tolima, compuesto por carne de cerdo, arveja, arroz y arepa. Este plato se utiliza en ocasiones especiales: fin de año, celebraciones populares o fiestas.
55	Mochila Wayuu	Símbolo cultural de la nación	Artesanías indígenas		La Mochila Wayuu es la máxima expresión del tejido Wayuu, comunidad indígena que habita en la península de la Guajira. Es una mochila elaborada en crochet y cuenta con variedad de colores y diseños.
80	Rock al parque	Musical	Festival		Festival gratuito y al aire libre de rock nacional e internacional celebrado cada año en la ciudad de Bogotá hace más de 15 años
84	Sancocho	Cultura material	Alimentación	Comida	Sopa elaborada con carnes y verduras. Se prepara en casi todas las localidades del país y cada región tiene su forma de prepararlo.
86	Sombrero "vueltaio"	Símbolo cultural de la nación	Artesanías indígenas		Es una de las principales piezas artesanales de Colombia originada por la cultura indígena Zenú en los departamentos de Córdoba y Sucre. Se trata de un sombrero elaborado a partir de las hojas de la caña flecha de color blanco crema y negro.