

DEL REGISTRO AL GÉNERO: PROBLEMAS DE
TRADUCCIÓN DE EXPRESIONES COLOQUIALES EN
TEXTOS ESPECÍFICOS DEL SECTOR TURÍSTICO

René Lorenzi Zanoletty
Universitat de València

1. INTRODUCCIÓN

A la hora de concretar qué se entiende por texto turístico, partiremos de la definición genérica de texto turístico del término propuesto por Fischer (1998: 1), quien entiende por texto turístico “todo escrito dirigido al público general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades de un lugar y sugiere su visita”, y prefiere no sustituir esta definición por otra más restringida. El mismo autor (1998: 1) continúa afirmando que “todos los textos turísticos son –en menor o mayor grado– textos publicitarios y como tales operativos, según la terminología de Reiss (1983: 87). El grado de contenido informativo o sugestivo depende de su respectiva función ante el público”.

Respecto al lenguaje empleado en textos turísticos partiremos de lo expuesto por Calvi (2000: 1), quien afirma que “en el lenguaje del turismo se registra una marcada tendencia a privilegiar cultismos y registros elevados, con la evidente exclusión de los cambios más habituales y convencionales”. No obstante, a lo largo de los años, hemos podido ir atestiguando la existencia de expresiones coloquiales en determinados tipos de textos turísticos. Lo que nos proponemos en el presente trabajo es analizar brevemente qué tipo de léxico coloquial se utiliza en los textos turísticos que emplean este estrato de la lengua española, así como su posible traducción a la lengua alemana, abordando el trabajo desde un punto de vista no teórico, sino práctico. Para ello tomaremos como ejemplo traducciones profesionales, que bien se han publicado en Internet o en folletos turísticos. La metodología seguida en este trabajo ha sido la de localización de expresiones que podrían considerarse coloquiales y ofrecer un breve comentario sobre los pasos seguidos para su traducción.

Puesto que una de las preguntas que se debe plantear un traductor a la hora de disponer de un texto para su traducción es la de saber a quién estaba destinado el texto original, y si este destinatario corresponde al lector del

texto meta potencial, es necesario aclarar que el receptor final de las traducciones de estos artículos ha sido una empresa dedicada a la distribución y comercialización de noticias, interesada en disponer de traducciones al alemán de los textos objetos de traducción, y que el medio de publicación fueron páginas de Internet. El sector del público al que iban dirigidas las traducciones, es decir, los potenciales lectores (o lectores finales) de las traducciones, eran, por lo tanto, personas que accediesen a Internet en busca de información turística o información sobre ofertas de ocio, es decir supuestamente internautas de habla alemana. También quedaba aclarada la función de los textos originales, puesto que éstos también estaban destinados a su publicación en Internet, permitiendo clasificarlos como textos publicitarios y/o turísticos.

Sin ánimo de descubrir los rasgos del español coloquial¹, quisiera hacer hincapié en que el lenguaje coloquial empleado en algunos de los textos originales da fe del deseo de los redactores (o emisores) de este tipo de textos de conseguir un lenguaje vivo y parecido a la realidad y de este modo elaborar un lenguaje más atrayente para así conseguir un texto estimulante, hecho que pone de manifiesto “la influencia o manifestación de lo oral sobre lo escrito (oralidad)” que menciona Briz (1996: 20-21) en su obra, así como su afirmación según la cual “los registros (coloquial/formal) pueden estar reproducidos, reflejados (naturalmente) o imitados en mayor o menor grado en el texto escrito”(1996: 23). Se trata, por lo tanto, de palabras o expresiones del léxico del español coloquial conversacional que han tenido cabida en textos turísticos objeto de publicación.

En los ejemplos presentados podemos también observar la presencia de expresiones coloquiales procedentes de la lengua o argot juvenil (*garito*) y de la jerga de la droga (*farlopero*), hecho que pone de manifiesto que “el texto periodístico, literario, etc. aprovecha los léxicos argóticos y jergales para enriquecer expresivamente sus diálogos, sus discursos” (cf. Briz 1996: 18). Todo ello abre nuevos interrogantes respecto de la dificultad de clasificación del argot callejero (o urbano) y juvenil y de las voces de moda. La elucidación de tales interrogantes sería muy extensa en el marco de este artículo y más bien materia de otro.

2. TIPOS DE TEXTOS TURÍSTICOS ANALIZADOS

A continuación se detalla una relación de los tipos de textos analizados:

¹ Aquí interesa traer a colación a Briz (1996: 18) quien, en su estudio *El español coloquial: Situación y uso* publicado en 1996, efectúa un estudio en profundidad del concepto ‘registro coloquial’.

- Descripción de empresas de hostelería: hoteles, hostales, complejos turísticos.
- Descripciones de guías del sector turístico: guías gastronómicas y turísticas, guías de empresarios del sector turístico, y guías sobre las rutas verdes e itinerarios de interés de una provincia.
- Descripciones de lugares turísticos: playas, parajes de interés turístico, zoológicos, museos acuario, exposiciones al aire libre, parques, jardines botánicos, parques de atracciones, grutas.
- Descripciones de edificios y otros lugares de interés turístico: iglesias, capillas, ermitas, museos, casas culturales, pinacotecas, castillos-palacios, calles de ciudades.
- Descripciones de ofertas de viaje: viajes en globo, piscifactorías.
- Descripciones de medios de transporte turístico: telecabinas.
- Descripción de fiestas populares: matanzas.
- Descripción de itinerarios de viaje: rutas.
- Descripciones de locales recreativos y de ocio: locales nocturnos, salas de fiesta: discotecas, pubs, disco-pubs, bares, casinos, pistas de hielo.
- Descripción de eventos culturales: conciertos, festivales de música, ciclos de música, muestras de escultura, exposiciones de cerámica, exposiciones de fotografía, exposiciones de pintura, exposiciones de dibujos, exposiciones de grabados, representaciones de ópera, representaciones teatrales, espectáculos de cabaré.
- Descripción de locales de restauración: bares, restaurantes, cafeterías, bodegas, mesones.

De todos los diferentes tipos de textos turísticos analizados sólo en los siguientes tipos hemos encontrado expresiones coloquiales: textos que constituyen una descripción de locales recreativos y de ocio, textos que ofrecen una descripción de eventos culturales y textos que contienen una descripción de locales de restauración.

3. ANÁLISIS DE LOS EJEMPLOS OBTENIDOS DE LOS TEXTOS ANALIZADOS

En este apartado se pretende reflejar mediante ejemplos que es posible encontrar expresiones coloquiales en textos turísticos, pese a que el lenguaje turístico suele caracterizarse más bien por el uso de términos cultos y rebuscados. Por medio de estos ejemplos no sólo se podrá comprobar el uso de expresiones coloquiales en textos del ámbito turístico sino también la dificultad de solucionar problemas de traducción a la hora de verterlas a otro idioma. Ahora bien, tal y como podremos constatar, una de las dificultades en

la tarea de traducir expresiones coloquiales reside en que la amplia mayoría de los diccionarios bilingües español-alemán no ofrecen siempre soluciones satisfactorias para llevar a buen término su traducción. Sin embargo, hoy en día los traductores pueden recurrir a herramientas de traducción como Internet, un recurso gracias al cual el traductor puede contrastar sus ideas de partida con el uso real del lenguaje, a fin de adoptar soluciones traductológicas actualizadas e idóneas. Para ilustrar la utilización de expresiones coloquiales en textos turísticos, sirvan los siguientes ejemplos, que han sido obtenidos de los textos analizados y marcados en negrita. La mayoría de los ejemplos que se presentan en este apartado se obtuvieron de textos en los que se describe un lugar de ocio (ejemplos 1-13). En los siguientes tres ejemplos se trata de textos en los que se hace una descripción de un evento cultural y en el último ejemplo se trata de un fragmento obtenido de la presentación de un lugar de restauración. Detrás de cada fragmento de texto original, seguido del símbolo ‘=>’, figura una propuesta de traducción de la expresión coloquial que se emplea en cada caso o bien la expresión empleada para su traducción:

Ejemplo 1) Descripción de un lugar de ocio (discoteca):

“Tan popular como encantador, el Satanassa es un antro poblado de demonios y demonias de la noche. Pero no hay que asustarse, son demonios **de lo más petardo**, por lo que será encantador visitar el infierno”. => **Partyfreaks**-Teufel.

Ejemplo 2) Descripción de un lugar de ocio (discoteca distinta a la del ejemplo 1): “La sala Vip, la más **petarda**”. => **Partyfreaks**.

Para la traducción de la expresión *petardo*² del ejemplo 1 cabría emplear el anglicismo³ *Partyfreaks* que ha sido introducido en el registro coloquial alemán para otorgar unas notas de modernidad a la lengua, y que sirve para

² Algunas de las definiciones de las palabras *petardo*, *petardeo* y *petardear* que encontramos en los diccionarios monolingües consultados son las siguientes: *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1495-1496): “**petardo, da** [...] [2 col. Desp. Referido esp. a un hombre, que es muy amanerado y le gusta llamar la atención”. - *Diccionario de argot* (1998: 664): “**petardo, da** l.m. y f. Persona fea o poco agraciada. También persona pesada. ♦ *Carlos es un PETARDO. No me cae nada bien*”. - *Diccionario de Argot Español* (2003: 112): “**petardo, da**. m. y f. Persona poco interesante, aburrida, molesta // m. y f. Persona fea // adj. Aburrido, pesado, malo // m. (dro). Cigarillo de hachís o marihuana”. - *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1495): “[**petardeo** s.m. col. Desp. Comportamiento frívolo y superficial: No voy a esa fiesta porque no aguanto el ‘petardeo’ ”. - *Diccionario de Argot Español* (2003: 112): “**petardeo**. m. Frivolidad // m. conjunto de gente presuntuosa”. - *Diccionario de Argot Español* (2003: 112): “**petardear**. Intr. Presumir, vanagloriarse”.

³ La introducción de anglicismos en el argot juvenil alemán es un fenómeno muy extendido. Estos mantienen en el alemán su grafía original.

denotar que alguien es muy aficionado a las fiestas. Si bien con ello se pierde la carga semántica de la expresión ‘petardo’, de difícil traducción al alemán, y algo de la ‘gracia’ y de la sonoridad de la expresión del texto de partida, se trataría de una manera acertada de plasmar el ambiente que se respira en el local, empleando eso sí, una palabra de origen juvenil del ámbito del ocio de uso en países de habla alemana. Siendo así que la expresión *petardo* es una palabra con varias acepciones que ha sufrido numerosos desplazamientos semánticos hasta adquirir nuevos significados de carácter metafórico, la labor de traducción podría verse dificultada. Veamos el porqué de ello: si en el ejemplo 1 interpretamos *petardo* como expresión empleada para referirse a un hombre que es muy amanerado y al que le gusta llamar la atención, y si, con la intención de encontrar ayuda en los diccionarios, buscamos en diferentes diccionarios las distintas definiciones de la palabra *petardo*, podremos constatar que dicha acepción de la palabra únicamente figura en diccionarios de publicación más reciente (como, por ejemplo, el *Clave. Diccionario de uso del Español Actual*, 2003: 1495-1496). Este primer caso constituye un claro ejemplo de las dificultades con las que se puede encontrar incluso el traductor familiarizado con el lenguaje del mundo del ocio, y por ende con el entorno sociocultural de un país a la hora de conseguir la traducción precisa y fidedigna con la idea expresada en la versión original, puesto que entre las diversas acepciones de la palabra *petardeo* figura la de ‘comportamiento frívolo y superficial’, lo cual podría llevar a interpretar *petardo* como un término empleado para referirse a alguien que muestre tal comportamiento (véase las definiciones de las palabras *petardo*, *petardeo* y *petardear* encontradas en diversos diccionarios monolingües). En el caso del ejemplo 2 se plantea la misma duda: ¿Se está utilizando *petardo* para implicar un comportamiento amanerado de un amante del exhibicionismo o como referencia a un comportamiento frívolo y superficial? Disponiendo de información de primera mano sobre el local objeto del artículo, cabe interpretar la expresión como una referencia al comportamiento frívolo y superficial, mientras que en el caso del ejemplo 1 cabe interpretarlo como un apelativo para personas que son muy amaneradas y a quienes les gusta llamar la atención.

Ejemplo 3) Descripción de un lugar de ocio (discoteca):

“Este es un espacio de diversión, donde un público fiel, acude cada fin de semana a **pasarlo en grande** al ritmo de los mejores hits de los 60', 70', 80', 90' y las últimas novedades”. => **einen Riesenspaß haben/einen Heidenspaß haben.**

Para la expresión *pasarlo en grande* el idioma alemán tiene equivalentes en *einen Riesenspaß haben* o *einen Heidenspaß haben*⁴ que permiten mantener el tono juvenil del texto original.

Ejemplo 4) Descripción de un lugar de ocio (discoteca):

“Los Dj’s **hacen las delicias de la gente** que sólo quiere bailar y divertirse toda la noche, en este ambiente tan diverso y tolerante, donde, el que va, seguro que vuelve a repetir”. => **bringen die Besucher zum Kochen/bringen die Partypeople in Bewegung/bringen die Gäste in Partylaune/bringen die Gäste auf Touren/bieten den Leuten einen genialen Trip.**

En el ejemplo anterior llama la atención que la expresión *hacer las delicias de alg.* no figure en ninguno de los diccionarios monolingües consultados y que, sin embargo, haya tenido entrada en el diccionario bilingüe *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 214), reproducida a continuación: “**delicia** [...] *hacer las ~s de alg.* j-n entzücken”.

Por supuesto, se podría emplear el verbo *entzücken* a la hora de verter el texto al castellano, pero si el propósito es el de encontrar una expresión alemana que sea atractiva, que “venda”, bien se puede optar por las múltiples expresiones utilizadas para describir el arte de los discjockeys y el consiguiente deleite del público. De este modo, en función del tipo de local descrito y del destinatario final de la traducción, optaremos por una u otra expresión.

Ejemplo 5) Descripción de un lugar de ocio (discoteca):

“Música House invade los sentidos a medida que avanza la noche, sintiendo unas ganas irreprimibles de bailar, en un espacio creado para la más auténtica diversión y el mejor **buen rollo**, rodeado de los chicos y chicas más guapos”. => **Mordsstimmung/Super-Stimmung/Riesenstimmung.**

La expresión *buen rollo*, que ya hace muchos años forma parte del léxico coloquial, tiene un gran número de expresiones correspondientes en el idioma alemán. En el *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1689) aparece la siguiente entrada: “**rollo** ■ [...] [**buen rollo**; col. Tranquilidad, paz o buen entendimiento: A ver chicos, que haya ‘buen rollo’ ”.

Ejemplo 6) Descripción de un lugar de ocio (bar de copas):

⁴ *Langenscheidts Handwörterbuch Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 256): “**Heidenspaß** m diversión de primera; e-n ~ *haben* F pasarlo bomba (od. de rechupete)”.

“Este bar de copas situado en Puerto Marina, Málaga, una de las **zonas de mayor movida** de la Costa del Sol, atrae cada fin de semana a personas de todas las edades con la música más discotequera y actual”. => **wo am meisten los ist/angesagter Szenetreffpunkt/“Hauptanimations-Zentrum”**.

La expresión *movida* en el sentido que se usa en el ejemplo 6, que desde hace muchos años forma parte del léxico coloquial, tiene muchas expresiones correspondientes en el idioma alemán. A continuación reproduzco la entrada del *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1336-1337) que contiene dicha expresión: “**movido, da** ■ adj. [...] ■ s.f. **3 col** Juerga, animación o ambiente de diversión: *En esta playa hay mucha movida en verano*”.

Se podría optar por emplear la expresión alemana *es ist etwas los* para traducir la expresión *de mayor movida* al alemán. Sin embargo, si se desea crear un lenguaje más atrayente, cabría tener en cuenta la posibilidad de utilizar otras expresiones que se podrán hallar en Internet.

Ejemplo 7) Descripción de un lugar de ocio (bar de copas):

“Se trata de uno de los bares de copas **de mayor ambiente** dentro del puerto deportivo de Benalmádena (Puerto Marina), enclave portuario considerado como la Mejor Marina del Mundo por una de las revistas inmobiliarias de mayor prestigio internacional”. => **mit der besten Stimmung/mit dem besten Ambiente/mit der besten Atmosphäre/wo am meisten los ist**.

La expresión *ambiente* no figura en los diccionarios monolingües consultados como expresión coloquial. Sin embargo he querido incluirla en este trabajo, debido a que aparece con mucha frecuencia en textos turísticos, teniendo varias expresiones correspondientes en el idioma alemán y siendo *Ambiente* una de las que parece estar de moda a la hora de designar las condiciones o circunstancias que caracterizan un lugar de ocio.

Ejemplo 8) Descripción de un lugar de ocio (discoteca):

“El Fibra, como siempre, tiene dos espacios. Arriba, una barra tranquilita donde puedes hacer una partida de billar mientras esperas a alguien o quemas el tiempo, debajo la **guerra, marcha** hasta muy tarde y que no falte de nada”. => “**Krieg**” / “**Mordsstimmung**”/Ø (= **no traducción de la palabra del texto fuente**) => (fröhliches und) bis zum Tagesanbruch dauerndes **Feiern** (**Nachtleben**).

La palabra *guerra* es utilizada en este fragmento de texto en sentido metafórico para referirse a la actividad lúdica de los clientes de un local de ocio, aunque también cabría interpretarlo como un caso de “expresión

mutilada”, es decir de una reducción de la expresión *pedir guerra* que podemos encontrar, por ejemplo, en el *Diccionario de argot* (1998: 432): “**guerra** [...] 3. **pedir guerra a alguien** loc. Incitar a alguien para iniciar una relación sexual. ♦ *Pareces tonto, no te das cuenta de que esa chica te ESTÁ PIDIENDO GUERRA. Ve con ella*”. y también en el *Diccionario de Argot Español* (2003: 70): “**guerra**. [...] *pedir guerra* loc. Provocar sexualmente” o de la expresión *armar guerra* recogida en el *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 333): “**guerra** [...] F *armar* ~ *Krach machen*”].

Sea como fuere, una vez más existen muchas expresiones equivalentes en el idioma alemán que permiten describir el ambiente lúdico de un lugar de ocio (Véanse los ejemplos 5 y 7). Para la traducción de la expresión *guerra* del pasaje de arriba se podría optar por cualquiera de las soluciones indicadas arriba, es decir entrecomillar la palabra alemana *Krieg* (puesto que en el contexto de arriba *guerra* es una metáfora), emplear un término para describir *el buen ambiente* reinante en el local descrito (como por ejemplo *Mordsstimmung*) o no verter en absoluto la expresión al alemán, una opción a considerar, puesto que con la expresión *marcha* ya se está haciendo referencia al aspecto lúdico del local.

La expresión *marcha (nocturna)*⁵ en el sentido de ‘ambiente, animación o diversión’, que ya hace muchos años forma parte del léxico coloquial, es una de esas expresiones que se puede encontrar en textos de páginas de Internet redactadas en alemán acompañadas de sus correspondientes perífrasis explicativas. Véanse las siguientes perífrasis explicativas de la expresión alemana correspondiente a *marcha (nocturna)* encontradas en Internet: *das nächtliche Ausgehen, Zug junger Leute durch Straßencafés und Kneipen, das fröhliche und bis zum Tagesanbruch dauernde Nachtleben*. Estas perífrasis son un buen ejemplo de lo afirmado por Calvi (2000: 1), quien sostiene que “la actual diversificación del mercado turístico produce cada vez más aspectos relacionados con la mediación cultural, también a nivel lingüístico”.

Ejemplo 9) Descripción de un lugar de ocio (bar):

“Entramos en un lugar que es testigo del ir y venir de miles de personas que pasan por la zona comercial de Mesa y López durante el día y que por la noche prefieren este lugar para **calentar motores** o bien disfrutar con el ambiente de gente bien y reponer fuerzas”. => “**Motoren warm laufen lassen**”.

⁵ En el *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003) encontramos la siguiente acepción de *marcha*: “**marcha** ■ 5 col. Ambiente, animación o diversión: A partir de las doce de la noche, empieza la marcha en esta discoteca”.

Para la traducción de la expresión *calentar motores* se puede optar por emplear la expresión alemana correspondiente: *die Motoren warm laufen lassen*.

Ejemplo 10) Descripción de un lugar de ocio (disco-bar):

“En este **garito**⁶ se dan cita sobre todo los fines de semana, jóvenes de todas las edades, con la idea de pasarlo en grande bailando y escuchando música disco”.

=> **Schuppen/Laden**

Ejemplo 11) Descripción de un lugar de ocio (Disco-bar):

“En este **garito** hallarás una decoración utilitaria en la que las fotos de personajes del mundo cinematográfico y de la música cuelgan de sus paredes, acompañando a pequeñas figuritas de ajedrez, esencialmente torres, tal y como indica el nombre del local”. => **Schuppen/Laden**.

Para la traducción de la expresión *garito* cabe emplear la expresión *Schuppen*, que goza de gran popularidad entre la juventud alemana y austriaca (la variante suizo-alemana es *Schuppe*), y cuyo significado básico es ‘cobertizo’, o bien *Laden*, cuyo significado básico es ‘tienda’ o ‘comercio’, con lo que se consigue reproducir el tono juvenil y coloquial del texto fuente.

Ejemplo 12) Descripción de un local de ocio (bar de copas):

“La clientela ronda los 30 años con un perfil urbano y un poco **“cultureta”**, hartos del ambiente de discotecas, del garrafón y de las masificaciones”. =>

“kulturfreakmäßig”/“Kulturfreaks”.

Para la traducción de la expresión *cultureta*⁷ cabría emplear el neologismo *kulturfreakmäßig*. Esta creación lingüística seguramente no lexicalizada, compuesta, entre otros elementos, por el muy productivo sufijo alemán *-mäßig* y el lexema *Freak*⁸, que sirve para denotar que alguien es muy

⁶ Veamos algunas de las definiciones del lexema *garito* que encontramos en los diccionarios monolingües consultados: *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 955): “**garito** 2 *col. desp.* Establecimiento público de diversión, esp. si no tiene buena reputación: Este garito abre sólo de una a seis de la madrugada. □ ETIMOL. De *garita*”. - *Diccionario de Argot Español* (2003: 67): “**garito**. m. bar, cafetería, local”.

⁷ El *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003, pág. 580) contiene la siguiente definición del sustantivo *cultureta*: “s.com. *col. desp.* Intelectual”.

⁸ *Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache* (1993, 1995, pág. 348): “**Freak**: [...] 1 j.d, der nicht so lebt, wie es den Normen der Gesellschaft entspricht, der seltsame Ideen, e-n seltsamen Geschmack hat o.ä. 2 j-d, der sich übertrieben für etw. begeistert II -K: **Computer-, Motorrad, Musik-**”.

aficionado a algo, constituye un neologismo susceptible de ser entendido por los lectores de habla alemana.

Ejemplo 13) Descripción de un local de ocio (bar de copas):

“Este lugar es idóneo para escuchar música relajada degustando una copa de vino, pero está contraindicado para los que quieren **marcha loca** y sólo beben vino cuando van de calimocho”. => **feiern** “**was das Zeug hält**”.

La palabra *marcha* aquí es reforzada por el adjetivo *loca*. Empleando la expresión alemana *feiern was das Zeug hält* se logra reproducir la idea de “festejar hasta que el cuerpo aguante”, es decir, reexpresar el aspecto lúdico al que se hace referencia en el texto fuente.

Ejemplo 14) Descripción de un evento cultural (representación teatral):

“Es una pequeña historia muy bien construida cuya puesta en escena dosifica con gran acierto un ritmo con tendencia creciente que nos lleva a un final tan **desmadrado** como todo lo demás que huye de los recursos fáciles y en el que la soledad del llanto del bebé constituye el desenlace de una trama abierta”. => **chaotisch**.

Se puede optar por usar el adjetivo alemán *chaotisch* para referirnos al *final desmadrado* del texto original. El *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 227) recoge la siguiente entrada: “**desmadre** F m. Durcheinander n.”.

Ejemplo 15) Descripción de un evento cultural (representación teatral):

“La narración escénica está en total ebullición, y en la sala Muntaner de Barcelona esto se refleja así con este espectáculo, precario de medios, pero acertado en su presentación, entretenido en la narración, y “**resultón**”⁹ en la conclusión”. => **ergötzt**.

Para la traducción del adjetivo *resultón* se puede optar por emplear el verbo *ergötzen*, refiriéndolo al deleite del público.

Ejemplo 16) Descripción de un evento cultural (representación teatral):

⁹ En los diccionarios monolingües consultados encontramos la siguiente definición del lexema que aparece en el ejemplo de arriba: - *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1672): “**resultón, -a** ■ adj. col. Atractivo: *una persona resultona*” - *Diccionario de Argot Español* (2003: 732): “**resultón, ona**. adj. persona con atractivo sexual”.

“Ellos son el **farlopero**¹⁰ ligón ambicioso de éxito profesional y su amigo apocado y tímido”. => **Kokser**.

Se trata aquí de un ejemplo en el que se puede advertir la existencia de una expresión que tiene su origen en la jerga de la droga. El *Clave. Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 889) recoge la siguiente definición del lexema *farlopa*: “s.f. arg. En el lenguaje de la droga, cocaína. □ USO Se usa mucho la forma *farla*”.

Ejemplo 17) Descripción de un lugar de restauración (restaurante):

“Pequeñas raciones que han conquistado enseguida a los clientes de Lizarran y que ha hecho que el local tenga una clientela fija que acude a **matar el gusanillo** del hambre con su extensa y variada carta de banderillas”. => **dem Hungerwurm geben was ihm gehört**.

Es este uno de los pocos casos de expresión coloquial encontrada en descripciones de lugares de restauración. Para la traducción de la expresión *matar el gusanillo*¹¹ cabría emplear la expresión alemana *den (seinem) Hunger stillen*, equivalente a *matar el hambre*. Ahora bien, si se desea emplear una expresión coloquial que contenga la expresión *Hungerwurm* se puede optar por buscar en Internet alguna expresión que lo contenga. Una consulta en la red llevada a cabo en verano de 2003 permitió hallar la siguiente frase *dem Hungerwurm geben, was ihm gehört*, que serviría para reproducir la expresión contenida en el pasaje de arriba.

Obsérvese la curiosa entrada que nos ofrece el *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 335). Allí la expresión *matar el gusanillo* denota el hábito de ‘tomarse una copa de aguardiente como (o antes del) desayuno’ (*e-n Schnaps zum (od. vor dem) Frühstück trinken*) y sólo la expresión *ya me está picando el gusanillo* es referida al apetito.

¹⁰ En una página de Internet que recoge “Slangäusdrücke” (voces argóticas), podemos encontrar una voz jergal que puede servir reproducir la palabra *farlopero*: <www.bg-stjohann.asn-ibk.ac.at/faecher/psycho/slang.htm>: **Kokser**: kokainsüchtiger Schnupfer.

¹¹ Veamos a continuación las definiciones de la expresión (*matar el*) *gusanillo* encontradas en los diccionarios monolingües y bilingües consultados: *Diccionario de uso del Español Actual* (2003: 1001): “**gusanillo** 2 col. Hambre” - *Diccionario de Argot Español* (2003: 70): “**gusanillo**. Matar el gusanillo. Loc. Satisfacer una curiosidad, saciar el hambre o la sed.” - *Diccionario Akal del Español coloquial. 1492 expresiones... y más* (2000: 179): “**Matar el gusanillo**. Comer un poco para aliviar la sensación de hambre (**to stave off one’s hunger, to grab a bite to eat**) Voy a comer algo para **matar el gusanillo**” - *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch* (2001: 335): “**gusanillo** m. 1. Würmchen n; fig. Gewissenswurm m. “Hungerwurm” m. *ya me está picando el ~* ich habe (e-n gehörigen) Appetit; *matar el ~ e-n Schnaps zum (od. vor dem) Frühstück trinken*”.

4. CONCLUSIONES

Como se ha podido comprobar, son muchas las dificultades que plantea la traducción –en este caso al alemán– del léxico coloquial presente en un texto turístico en el que interviene la lengua coloquial a la hora de encontrar equivalentes propios de la cultura meta (o cultura de llegada). Tal dificultad pone de manifiesto lo expresado por García Álvarez y Giersiepen (1994: 544), quienes sostienen que para transmitir eficazmente al receptor toda la carga cultural presente en un texto turístico “es necesario partir de un análisis teórico sobre los elementos culturales, la función, la estructura y las convenciones lingüísticas que engloban este tipo de texto tanto en el marco de la realidad alemana como en de la española”.

Como factores importantes a la hora de abordar una traducción de este tipo de textos deberían tenerse en cuenta, por una parte el mensaje que se desea transmitir a los lectores y, por otra, intentar conservar la pragmática de su léxico, la intencionalidad, que en ocasiones se expresará en forma de términos coloquiales y dialectales o con claras implicaciones culturales que difícilmente podrán conservarse. En este caso, el traductor podrá optar por elaborar un texto más plano o bien buscar términos equivalentes, con la misma carga semántica en la lengua meta, con lo que el traductor se estaría decantando por la adaptación del texto a la cultura meta en el caso de traducir al alemán o por la domesticación del texto en el caso de traducir del alemán al español. De modo que, tratándose de traducciones turísticas en las que se requiera una adaptación intercultural, el traductor se convierte, a su vez, en redactor de textos turísticos en la lengua meta, y al tratar de expresar fielmente el propósito del mensaje original, a veces opta por ser literal y otras por irse al extremo contrario, a fin de “localizar” su redacción y adaptarla al uso lingüístico de los lectores potenciales.

En último lugar, creemos necesario poner de manifiesto la importancia de utilizar recursos terminológicos y de tomar en consideración textos similares y complementarios en la lengua de partida y textos paralelos similares o complementarios en la lengua meta y textos paralelos ajustados al encargo profesional. También la obtención de informaciones exactas sobre el lugar descrito en un texto objeto de traducción representa uno de los recursos indispensables para el traductor. No hace falta recalcar la importancia que tienen los buscadores de Internet a la hora de elaborar una traducción. Las posibilidades que hoy en día ofrecen las herramientas de Internet a los profesionales de la traducción se han convertido en un recurso de apoyo del que seguramente muy pocos quisieran prescindir y su adecuado aprovechamiento forma incluso parte de algunas asignaturas del currículum de las carreras ofertadas por las Facultades de Traducción e Interpretación.

Especialmente tratándose de un estrato tan vivo de la lengua como lo es el léxico coloquial, que constantemente se ve ampliado con nuevas voces, la utilización de las herramientas de Internet representa una de las opciones para mantenerse al día en materia de este léxico.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Artículos y libros de consulta:

- Briz, A. (1998). *El español coloquial: Situación y uso*. Madrid: Arco Libros.
Dengler, R. (1992). "Un ejemplo de la imprescindible labor creativa del traductor: Fraseología y traducción". *Sendebars* 3: 27-33.
Mayoral, R. (1997). "La traducción especializada como operación de documentación". *Sendebars* 8-9: 11-23.
Valero Garcés, C. (1998). *Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares.

- Diccionarios:

- Buitrago Jiménez, A. (1995). *Diccionario de dichos y frases hechas*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.
Clave. Diccionario de uso del Español Actual (2003). Madrid: Ediciones SM.
Coronel, M. (2000). "La traducción literaria: Absorción de lo ajeno y testimonio de continuidad cultural". *Quaderns de Filologia. Estudis Literaris*. Vol. V: 217-234.
Iglesias, J. M.^a (2003). *Diccionario de Argot Español*. Madrid: Alianza Editorial.
Langenscheidt (2001). *Langenscheidts Handwörterbuch. Spanisch-Deutsch, Deutsch-Spanisch*. Berlín y Múnich: Langenscheidt.
Langenscheidt (1993, 1995). *Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache*. Berlín y Múnich: Langenscheidt.
Ramos, A. & A. Serradilla (2000). *Diccionario Akal del Español coloquial. 1492 expresiones... y más*. Madrid: Akal Ediciones.
Real Academia de la Lengua Española (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. 22.^a ed., Madrid: Espasa Calpe.
Sanmartín, J. (1998a). *Diccionario de argot*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.

- Artículos en páginas web (periodo de consulta de las páginas web citadas: agosto de 2003):

- Calvi, M.^a V. (2000). "El léxico del turismo", <<http://ub.es/filhis/culturele/turismo.html>>, traducción realizada por Germana D'Amico y Chiara Pasquini, del III capítulo del volumen de M. V. Calvi, *Il*

- linguaggio spagnolo del turismo*, Viareggio, Baroni, 2000 <<http://www.web.tiscalinet.it/baronieditore>>.
- Cámara, E. (2002). "El español y la variación intralingüística". *Apuntes* vol. 3, <<http://www.el-castellano.com/ecamara.html>>.
- Fabregat, F. (1994). "Aproximació cognitiva a la traducció de les expressions idiomàtiques". Actes del II Congrés Internacional sobre Traducció, Universitat Autònoma de Barcelona <www.bib.uab.es/pub/traduccio/Actes6.pdf>.
- Fischer, M. B. (1998). "Sprachgefühl und Welterfahrung - La traducción inversa de textos turísticos como ejercicio para fomentar la competencia lingüística", <<http://www.ucm.es/info/especulo/ele>>.
- García, A. & C. Giersiepen (1994). "Cómo traducir con eficacia la interculturalidad expresada en un texto turístico". II Congrés Internacional sobre Traducció". Vol. 2, <<http://www.bib.uab.es/pub/traduccio/Actes6.pdf>>.
- García, L. "Reflexiones sobre el ocio y el turismo", <orbita.starmedia.com/~luisgraysbd/Reflexion.doc>.
- Inglér, Y. (1998). "Jugendsprache", <www.linse.uni-essen.de/esel/jugend/jugend.htm>.
- James, K. (2002). "Cultural Implications for translation". *Translation Journal*, <<http://accurapid.com/journal/22delight.htm>>.
- Karamanian, A. (2002). "Translation and Culture". *Translation Journal* vol. 6, n.º 1, January 2002, <<http://accurapid.com/journal/19culture2.htm>>.
- Leiva, J. (2003). "El italiano coloquial y su traducción al español: el léxico de *Mai sentita così bene*". *The Translation Journal* vol.7, n.º 2, <<http://accurapid.com/journal/24spanish.htm>>.
- Moreno, F. (1999). "Lenguas de especialidad y variación lingüística". In: S. Barrueco *et alii* (eds.). *Lenguas para fines específicos (VI). Investigación y enseñanza*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, pp. 3-14., <<http://www.ub.es/filhis/culturele/moreno.html>>.
- Quezada, L. (2003). "Traducción comercial: Adaptación, localización y literalidad", <www.el-castellano.com/atacongr.html>.
- Sanmartín, J. (2000b). "A propósito de apuntes sobre lexicografía del argot español", <www.uned.es/sel/pdf/jul-dic-00/302notasinfo.pdf>.
- Suau, F. (2000). "El género y el registro en la traducción del discurso profesional: un enfoque funcional aplicable a cualquier lengua de especialidad", <<http://www.ub.es/filhis/culturele/tinasuau.html>>.
- Viladot, M. (2001). "Comunicación intergeneracional", <www.lafactoriaweb.com/articulos/viladot15.htm>.