

# La traducción de cartas de restaurante en un destino turístico: un estudio de caso

Agustín Darías Marrero<sup>1</sup>

Recibido: 1 de febrero de 2022 / Aceptado: 19 de mayo de 2022

**Resumen.** La presencia de turismo francófono en Canarias parece contrastar con las deficiencias identificadas en la versión francesa de los menús de restaurantes de un relevante espacio turístico de Canarias. Así, se han recabado datos sobre el terreno para constituir el corpus de este estudio: 18 cartas reales en francés y español de restaurantes situados en primera línea de playa. Desde el punto de vista metodológico, tras la definición del corpus, se ha caracterizado el tipo textual y se ha analizado su traducción, en especial la de los abundantes *culturemas* presentes en este tipo de textos. Se pretende, así, ilustrar las técnicas empleadas para su traducción, detectar los posibles errores y proponer soluciones alternativas, con el fin último de que la traducción contribuya a transmitir claramente la realidad cultural del destino turístico.

**Palabras clave:** traducción de gastronomía; traducción de *culturemas*; cartas de restaurantes; técnicas de traducción; Canarias.

## [en] Restaurant menu translation in a tourist destination: a case study

**Abstract.** Considering one of the major tourist attractions in the Canary Islands, there seems to be a mismatch between the presence of francophone tourists and the deficiencies identified in restaurant menu translations into French. Field data have been collected to constitute the corpus of this study: 18 real menus in French and Spanish from beachfront restaurants. Methodologically, after defining the corpus, the text type under examination is described and the translations are analysed, focusing on the high frequency of *culturemes* that can be found in this type of text. The aim is to illustrate the translation techniques, detect possible errors and propose solutions, with a view to ensuring that the translation contributes to conveying clearly the cultural reality of the tourist destination.

**Keywords:** culinary translation; *cultureme* translation; restaurant menus; translation techniques; Canary Islands.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Cultura y errores en traducción. 2.1. *Culturemas* en traducción. 2.2. Técnicas de traducción. 3. Metodología. 3.1. Definición del corpus. 3.2. Tipo textual del corpus. 4. Resultados. 5. Conclusiones.

**Cómo citar:** Darías Marrero, A. (2022). La traducción de cartas de restaurante en un destino turístico: un estudio de caso. *Estudios de Traducción*, 12, 25-34.

## 1. Introducción

Canarias es una región eminentemente turística y el turismo francófono y francés están cada vez más presentes, entre otros factores, tras la inestabilidad generada por las revoluciones árabes en los vecinos países del Magreb, la cercanía de países francófonos en la costa occidental africana y, también, por las relaciones comerciales con países como Mauritania.

Sin embargo, a pesar de la presencia de visitantes de habla francesa en Canarias, se ven frecuentes desaciertos en las versiones francesas de numerosas cartas de restaurantes de este destino turístico. No obstante, este aspecto dista mucho de ser un rasgo definitorio del destino en cuestión, sino que se ha observado en otros lugares o países eminentemente turísticos. Bugnot (2006) señala la calidad deficiente de las traducciones de gastronomía en un corpus de folletos turísticos de la Costa del Sol que abarca desde 1960 hasta 2004 y que, desde el punto de vista diacrónico, las traducciones parecen empeorar, entre otros aspectos, “because the translations done in the 1970s/80s were all

<sup>1</sup> Universidad de Las Palmas de Gran Canaria  
[agustin.darias@ulpgc.es](mailto:agustin.darias@ulpgc.es)  
<https://orcid.org/0000-0002-1309-1939>

produced by professional translators and those done in the 1990s, by non-professional ones” (Fallada Pouget 2000: 330), cuando no con herramientas de traducción automática sin trabajo de edición posterior alguno<sup>2</sup>.

Normalmente, la carta transmite la imagen del restaurante y podría representar casi la primera toma de contacto con la cultura gastronómica del sitio visitado. Por consiguiente, es de suponer que estos textos presentan los productos de forma sugerente y apetecible, para que el potencial consumidor los pida.

Mediante el trabajo aquí presentado se propone observar la calidad de la oferta lingüística en este destino turístico a través del análisis traductológico de las cartas de restaurantes y, en caso necesario, aportar posibles mejoras a las traducciones al francés de las cartas estudiadas. Por ende, se contemplará la representatividad del francés en Canarias, así como la visión de los responsables de los establecimientos de restauración hacia el tema que nos ocupa: la traducción de cartas de restaurantes.

Para llevar a cabo el análisis mencionado, desde el punto de vista teórico, se recurrirá fundamentalmente a las concepciones de *culturema* y de técnicas y errores de traducción, así como a la problemática de la traducción de estos elementos con un peso cultural específico en el tipo textual que nos ocupa, ya que numerosos autores opinan que “el transvase de los elementos culturales presentes en un texto es uno de los mayores problemas que tienen que afrontar los traductores” (Rodríguez Abella 2013: 65).

En la parte práctica de este trabajo, se detallará la metodología seguida para recopilar los datos y definir el corpus del estudio. Posteriormente, se caracterizará brevemente el tipo textual contemplado, antes de presentar algunos ejemplos resultantes del análisis de la traducción de las cartas que ilustran desaciertos detectados en su versión francesa, aunque somos conscientes de que afirmar la existencia de un error puede implicar un juicio subjetivo, puesto que varias traducciones pueden ser válidas y no existe una única posibilidad de traducción de un texto. Ahora bien, puesto que “por buena que sea una traducción, siempre puede ser mejorada, superada” (Sontag 2001: s. p.), para aquellos aspectos susceptibles de mejora se proponen traducciones con el fin de obtener un texto traducido de mayor calidad.

## 2. Cultura y errores en traducción

Los desaciertos identificados en la traducción francesa de las cartas de restaurantes en el destino de nuestra elección, aunque parecen revelar un fenómeno común a otros tipos textuales y destinos turísticos, permiten suponer que sus traductores no contaban con los conocimientos sobre el mundo y socioculturales y con la conciencia intercultural necesarios según el Marco común europeo de referencia para las lenguas (Consejo de Europa 2002: 99-101) y resumidos en Darias Marrero (2016: 296-297). Con respecto al ámbito que nos ocupa, destacamos muy resumidamente saberes relacionados con los viajes o características geográficas, medioambientales, demográficas, económicas y políticas propias de países o regiones, sin olvidar los hábitos alimentarios. De hecho, las culturas abarcan innumerables aspectos muy variados que aparecen intrínsecamente imbricados en el aprendizaje tanto de lenguas como de las actividades traductorales, puesto que “la traduction se révèle-t-elle être une modalité de la communication inter-culturelle” (Ladmiral 1998: 16). En general, las culturas constituyen una imagen del mundo que es la transmitida, entre otros, por la lengua y, en nuestro caso de estudio, por la cocina.

Así las cosas, con el fin de garantizar el éxito del proceso traslativo, el traductor debe apoyarse en una sólida competencia traductora (Hurtado Albir 1999: 42-44; PACTE 2003 y 2014), definida como “the ability to carry out the transfer process from the comprehension of the source text to the re-expression of the target text, taking into account the purpose of the translation and the characteristics of the target text readers” (PACTE 2003: 58).

Parece evidente que los traductores de los documentos que nos ocupan, como se verá en lo sucesivo, no siempre contaban con los conocimientos ni con la competencia necesarios, vulnerando así el principio normativo de aceptabilidad de las traducciones, según el que una traducción comunicativamente exitosa siempre se aproximaría a la cultura del lector meta (Nobs 2006: 127), e incurriendo en errores entendidos, según la concepción de Hurtado Albir, como inadecuación al propósito de la traducción según criterios textuales, contextuales y funcionales: “una equivalencia inadecuada para la tarea traductora encomendada” (Hurtado Albir 2011: 290).

Pero, dado que la equivalencia traductora es dinámica, habría que tener en cuenta las expectativas de los destinatarios reales de los menús traducidos al francés sobre qué consideran un texto aceptable y adecuado, ya que “la percepción de los turistas es de carácter holístico” (Nobs 2006: 128) y quizás sus expectativas no se vean demasiado decepcionadas a partir del momento en que pueden acceder a contenidos culturales que les son ajenos y hacer su pedido en un restaurante de una playa.

En cualquier caso, las concepciones de errores varían entre los diversos autores (Hurtado Albir 2011: 289-308). Cruces Colado (2001: 814) apunta una definición de error de traducción como “ruptura de las reglas de coherencia de un texto traducido, sean estas de tipo gramatical, de combinabilidad léxica, congruencia semántica o de conformidad al conocimiento del mundo y de la experiencia acumulada”. En términos generales, se trata de diferencias de sentido entre el texto original (TO) y el texto meta (TM), y de incorrecciones formales en el propio TM (Cruces Colado 2001).

<sup>2</sup> Tal y como figuraba en un menú en Cerdeña: “traduction by google”, en el que el producto de charcutería italiana “bresaola” se transformaba en la versión española en “carne seca”, o en una carta de un restaurante en el paseo de Las Canteras, en la que el “revuelto de bacalao” se convertía en la traducción al francés en “omelettes de morve”, literalmente “tortillas de moco”, lo que deja de manifiesto la ausencia de revisión o posesión susceptible de restituir la “u” de “morue”, término que designa el “bacalao” en lengua francesa.

## 2.1. Culturemas en traducción

Como ya se ha avanzado, según numerosos autores, entre otros Nida (1975), Vermeer (1983), Newmark (1988), Nord (1997, 2008), Mayoral Asensio (1999), Hurtado Albir ([2001] 2011), y Molina Martínez (2006), transferir de una cultura a otra mediante un proceso traductor esos elementos con una carga cultural específica supone un verdadero reto para los traductores. Según Rodríguez Abella (2013: 65), desde el punto de vista cronológico, Nida fue uno de los primeros en poner en relieve la íntima relación entre traducción y cultura: “The person who is engaged in translating from one language into another ought to be constantly aware of the contrast in the entire range of culture represented by the two languages” (Nida 1975: 66). A nuestro entender, se trata de una relación indisoluble, puesto que, siguiendo a Nida, el proceso traductor no se hace solo entre lenguas, sino también entre culturas. “En efecto, lengua y cultura constituyen dos nociones intrínsecamente relacionadas y, por consiguiente, indisolubles” (Mendoza García 2018: 193).

Las denominaciones empleadas por los distintos autores para designar los elementos en cuestión han sido extremadamente variadas a lo largo de la evolución de la Traductología<sup>3</sup> y la más comúnmente aceptada hoy en día se atribuye a Vermeer (1983: 8): “Cultural features have been termed *culturemes*”, cuya definición se recoge en Nord (1997): “A cultureme is a social phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by the members of this culture and, when compared with a corresponding social phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X” (Nord 1997: 34). A su vez, Molina Martínez (2006) define *culturema* como: “Elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en una cultura y que al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción puede provocar un problema de índole cultural entre los textos origen y meta” (Molina Martínez 2006: 79).

En consecuencia, y por analogía con otras unidades lingüísticas, el culturema se define como la menor unidad semiótica de información cultural: “Défini comme la plus petite unité porteuse d’information culturelle, le culturème est aussi un concept théorique désignant une réalité culturelle propre à une culture qui ne se retrouve pas nécessairement dans une autre” (Lungu-Badea 2009: 69).

En las definiciones anteriores, las denominadas características, fenómenos, cargas específicas o realidades culturales se destacan porque pueden representar escollos en los contactos interculturales, puesto que su “contenido muestra potencialmente cierta resistencia a la transferencia, pero esta potencialidad puede desaparecer en el proceso de traducción concreto” (Herrero Rodes 2000: 311). De hecho, desaparece en situaciones comunicativas interculturales concretas, ya que, en efecto, dichos culturemas o su ausencia en alguna de las culturas en juego se hacen comparables o correspondientes, según Nord (1997: 34), en determinadas condiciones contextuales que se pueden precisar, “under certain definable conditions” (Vermeer y Witte 1990: 137), “in a system of space-time coordinates” (Nord 1997: 33) que contribuyen, así, a que se salve el escollo con frecuencia mediante el empleo de las pertinentes técnicas de traducción, tal y como pretendemos ilustrar más adelante.

En cuanto a la gastronomía se refiere, “muchas autoras y autores señalan la gastronomía como una de las manifestaciones más visibles de cualquier cultura” (Romero 2020: 258-259), por lo que se puede deducir fácilmente que en los textos sobre gastronomía y, por tanto, en sus traducciones abundan los culturemas y que los más frecuentes “se refieren a productos-ingredientes, a platos y, ocasionalmente, a técnicas de cocina o elaboraciones” (Rodríguez Abella 2010: 6). Los elementos mencionados pueden plantear dificultades para su traducción, especialmente cuando se trata de productos alimentarios menos conocidos o empleados en la cultura gastronómica de llegada, como por ejemplo, en función de la cultura de partida, los polvorones o el “aligot” si se tratase de la gastronomía española o francesa, respectivamente.

## 2.2. Técnicas de traducción

Al centrarse en las técnicas de traducción es conveniente establecer una distinción entre dos conceptos. Por un lado, el método constituido por los procedimientos empleados durante el proceso de traducción concreto “regulado por unos principios en función del objetivo del traductor, respondiendo a una opción global que recorre todo el texto” (Hurtado Albir 2011: 308) traducido. Por otro, la técnica de traducción se define como

un procedimiento, generalmente verbal, visible en el resultado de la traducción, que se utiliza para conseguir la equivalencia traductora, con cinco características básicas: 1) afectan al resultado de la traducción; 2) se catalogan en comparación con el original; 3) se refieren a microunidades textuales; 4) tienen un carácter discursivo y contextual; 5) son funcionales (Hurtado Albir 2011: 268).

Por consiguiente, el método se basa en el proceso, mientras que las técnicas de traducción son aplicaciones concretas, visibles en el producto de la traducción en pequeños fragmentos textuales. Se emplean en la fase de reformulación verbal según las decisiones del traductor y permiten identificar, clasificar y nombrar las equivalencias comunicativas entre TO y TM, elegidas para microunidades textuales. Por último, dichas equivalencias son dinámicas, funcionales, y su validez estará determinada por factores contextuales, la finalidad de la traducción y las expectativas de los lectores (Hurtado Albir 2011: 267). Se puede consultar la propuesta taxonómica de técnicas seguida en este trabajo en Hurtado Albir (2011: 269-271) (Véase también Molina y Hurtado Albir 2002).

<sup>3</sup> Entre otros posibles, Mendoza García (2018: 194-195) y Rodríguez Abella (2013: 66) recogen una amplia recopilación.

### 3. Metodología

Basándose en las susodichas técnicas de traducción, se ha observado y contrastado las versiones española y francesa del corpus de menús contemplado, cuya constitución y características se explican a continuación. Mediante el análisis traductológico llevado a cabo se han identificado las técnicas utilizadas por los traductores y los errores en los que han incurrido. Asimismo, se han propuesto mejoras a las traducciones, tal y como se expone posteriormente en los resultados.

#### 3.1. Definición del corpus

En el campo de la traducción de gastronomía, según Bugnot (2006: 10) en su artículo centrado concretamente en el par de lenguas español y francés, las cartas de los restaurantes son, junto con los folletos turísticos y las recetas de cocina, uno de los tipos textuales que más encargos de traducción generan. Las cartas de restaurante constituyen precisamente nuestro objeto de estudio, que se centra en 65 establecimientos de restauración de la primera línea de la playa de Las Canteras.

La mencionada es la más turística de las tres playas urbanas de Las Palmas de Gran Canaria, que, según el Patronato de Turismo de Gran Canaria basándose en datos del Instituto canario de estadística, ocupa el quinto puesto en cuanto a ingresos totales procedentes del sector turístico en el año 2019 con una variación anual al alza de 2,93 % mientras que en otros núcleos turísticos descienden<sup>4</sup>. Según la misma fuente, en 2020, un 5,83 % de los ingresos totales procedentes del sector turístico en la isla de Gran Canaria se generan en Las Canteras, con una variación anual a la baja de 59,19 % de los ingresos totales, similar o incluso inferior a la registrada en la mayoría de los restantes núcleos turísticos<sup>5</sup>, sin duda, como consecuencia de las restricciones a la movilidad impuestas por la pandemia. Con respecto al número de pernотaciones, el microdestino de Las Canteras representa el 4,70 % del total en 2019 y ese porcentaje se eleva al 6,14 % para 2020.

Con respecto a la procedencia de los turistas, en 2019 la proporción de visitantes francófonos es bajo (0,5 % de belgas) y, como país de origen, Francia se diluye en el porcentaje de otros países. Sin embargo, en 2020 la mayor parte de los visitantes a esta zona han sido belgas con un 81,10 %<sup>6</sup>, aunque estos últimos datos estén muy probablemente sesgados por los efectos de la COVID-19. En cualquier caso, en cuanto al número de visitantes por países al conjunto del archipiélago, Bélgica aparece en quinta posición y Francia, en la séptima.

Con el fin de recopilar los datos necesarios para este estudio, en primer lugar, se redactó una carta de presentación que se distribuyó entre los responsables de los establecimientos a lo largo de todo el paseo de la playa. En el documento mencionado, además de nuestros datos de contacto, se describe la colaboración que se solicita a cada restaurador y se expone nuestra disposición para revisar y corregir el menú en francés, o para realizar su traducción al francés en caso de no haberla. Como datos fundamentales para este estudio, se solicitó a los restauradores que facilitaran los idiomas en los que se encuentra disponible su carta, una foto o un ejemplar de su menú en español y francés, y, en caso de no tenerlo, se preguntó si les interesaría disponer de una versión francesa.

Tras la recopilación de datos sobre el terreno se pudo establecer la extensa lista de un total de 65 establecimientos que respondieron a la solicitud e indicaron los idiomas en los que disponen de su menú. A pesar del carácter híbrido de algunos negocios en la zona contemplada, como cafeterías que pueden servir tanto comida como copas, los establecimientos encuestados han sido catalogados en cuatro tipos generales: restaurantes; heladerías; bares; y cafeterías, panaderías y pastelerías, un aspecto relevante puesto que permite observar los distintos posicionamientos acerca de la traducción de las cartas.

En el paseo de Las Canteras existen unos catorce establecimientos que no cuentan con un menú de su oferta culinaria, en su mayoría franquicias de restaurantes y cafeterías, aunque también hay seis heladerías, de las cuales dos son franquicias, y un bar de copas.

Los motivos por los que estos establecimientos justifican la ausencia o la poca utilidad de un menú y su traducción a varios idiomas son de diversa índole, pero, en la mayoría de los casos, argumentaban que todos los productos que ofrecen se encuentran a la vista del cliente y que estos saben o ven directamente lo que podrán consumir en ese local. Es el caso de las pastelerías-caféterías o de las heladerías en las que se expone la gama de sabores disponible. En lo que a las franquicias concierne, sus responsables contestaban que no es necesario señalar que, independientemente de la procedencia de sus clientes, todos ellos conocen lo que pueden consumir en Telepizza, Starbucks o Burger King, y las opciones de productos aparecen en paneles ilustrados con imágenes distribuidos en su interior. De ahí que en estos negocios se prescindiera de la figura del traductor y que se pretendiera subsanar esta carencia de oferta idiomática

<sup>4</sup> Las playas de Amadores y Puerto Rico, en el municipio de Mogán, que ocupan respectivamente el tercer y cuarto puesto, registran un descenso de 2,86 % y 5,71 %, mientras que el Campo Internacional de Maspalomas y San Agustín, en el sexto y séptimo lugar, y situados en uno de los ocho destinos turísticos de sol y playa más importantes de España, San Bartolomé de Tirajana, pierden 13,76 % y 14,28 %. [https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ\\_gc\\_2019.pdf](https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ_gc_2019.pdf) [último acceso: 10 de noviembre 2021].

<sup>5</sup> [https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ\\_gc\\_2020.pdf](https://www.grancanaria.com/turismo/fileadmin/PDF/informes/zonas/ETZ_gc_2020.pdf) [último acceso: 10 de noviembre 2021].

<sup>6</sup> <https://www.grancanaria.com/turismo/es/area-profesional/informes-y-estadisticas/estadisticas-turisticas-por-zonas/> [último acceso: 10 de noviembre 2021].

recurriendo, entre otras posibilidades, a la contratación de personal cualificado en idiomas para atender a un público internacional.

Con todo ello, para la definición del corpus de estudio, concluimos que la mayoría de las cartas analizadas en soporte papel de forma manual y todos los datos relativos a ellas que serán expuestos a continuación, corresponden a 65 establecimientos entre restaurantes, cafeterías y pastelerías.

En el siguiente gráfico se reflejan los datos recabados acerca de los idiomas disponibles en las cartas de los establecimientos consultados, de forma que se puede apreciar una visión global de las lenguas más o menos representadas.

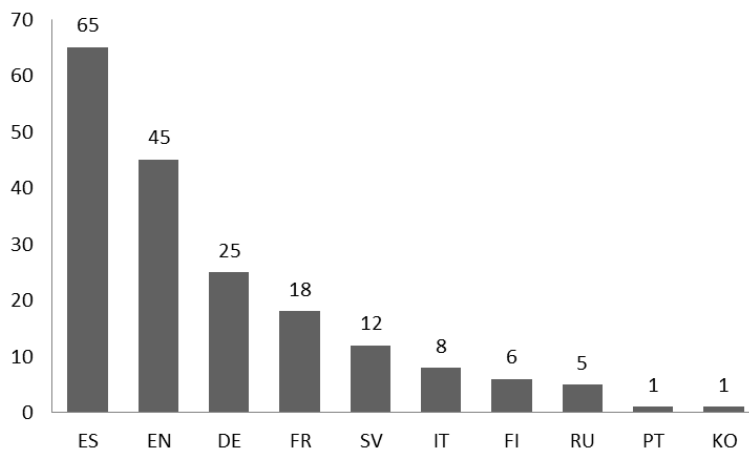


Gráfico 1. Número de cartas por idioma (n = 65)

Como se puede observar, figuran cartas en lenguas de países nórdicos o en ruso. De esa notable variedad lingüística presente en los documentos que constituyen el corpus, la lengua francesa está presente en 18 de los 65 menús, es decir, en el 27 % del total, por detrás del inglés y el alemán, lo que se explica por ser Reino Unido y Alemania, seguidos por los países del norte de Europa, los principales países tradicionalmente emisores de turistas hacia Canarias.

### 3.2. Tipo textual del corpus

Desde el punto de vista de la estilística funcional, los géneros textuales engloban los textos pertenecientes a una misma esfera de la actividad humana, vienen determinados por el desarrollo histórico y son asumidos por la sociedad como vinculados a unas u otras situaciones comunicativas definidas por el programa de motivos y objetivos del autor, la imagen generalizada que se forja del destinatario y las relaciones sociales entre los comunicantes. Los tipos textuales presentan diferencias tipológicas en el seno de un mismo género de textos, debido a microsituaciones comunicativas concretas con las que se relacionan determinadas convenciones textuales y culturales, generando así unos modelos característicos en el uso de la lengua y en la estructuración de textos socialmente establecidos (Lvóvskaya 2002: 9-63).

En el ámbito del arte culinario, aparte de tipos de texto que ocupan la primera plana en los medios de información y en las redes sociales, entre otros posibles, los textos orales pronunciados en encuentros presenciales en restaurantes o formatos televisivos que han proliferado en los últimos años<sup>7</sup>, los tipos textuales escritos del ámbito gastronómico son fácilmente identificables en cualquier idioma, tanto por su temática como por su estructura. A este respecto, las recetas, por ejemplo, son “one of the few genres with the typography, layout, and superordinate macrostructure so conventionalised, interculturally stereotyped and easily recognisable that the text type can be identified even by a total linguistic dilettante” (Nordman 1996: 558), “de ahí que [...] sean fácilmente reconocibles independientemente de la lengua en las que estén escritas” (Romero 2020: 257).

Estas mismas características se pueden aplicar al tipo textual de los menús de restaurante, al menos a aquellos ejemplares que integran el corpus de este estudio. En términos generales, la carta vehicula la imagen que se pretende transmitir al cliente potencial en función de la orientación culinaria del restaurante concreto y, como soporte, se puede recurrir a cualquier tipo de papel antes de la pandemia o formato electrónico, accesible a través de un código QR, desde 2020. Dejando de lado aspectos relativos a la multimodalidad de este tipo textual, como la maquetación, las imágenes u otros, en una carta de restaurante normalmente aparecen separados distintos bloques textuales, mediante recursos visuales (dibujos, logotipos, enmarcados, distribución en el papel...) y tipográficos (tipos, tamaños y colores de letra) representativos de los diferentes momentos de una comida. Así, encontramos toda una serie de epígrafes que pueden ser de lo más variopinto (“para abrir boca”, “mar y montaña”...), referentes a las etapas que componen una comida, tales como *entrantes*, *primeros platos*, *segundos platos*, *postres*, o a la especialidad culinaria del restaurante en cuestión, como, por ejemplo, “nuestro lechón a la brasa” o “pescado fresco de barquillo”. Estos títulos de los bloques macrotextuales suelen figurar seguidos por una lista de platos con sus correspondientes precios. Además,

<sup>7</sup> “Podemos encontrar formatos televisivos de carácter más híbrido donde conviven información, gastronomía y entretenimiento en proporciones desiguales según el formato (concursos, entrevistas, telerrealidad, etc.)” (Romero 2020: 256).

atendiendo siempre al establecimiento en cuestión, pueden aparecer también otras secciones: *especialidades de la casa, menú para niños, carta de vinos*.

En cuanto a las cualidades morfosintácticas, “la verbalización de un menú implica formular enunciados descriptivos que incluyen preparación culinaria + ingrediente(s) principal(es)” (Bugnot 2006: 16), con lo que las cartas suelen consistir en una enumeración de sintagmas nominales, cuyo núcleo está constituido por el ingrediente principal caracterizado por una técnica culinaria o modo de preparación y su correspondiente guarnición. Valgan algunos ejemplos extraídos de las cartas del corpus<sup>8</sup>: “Rollitos de Atún a la Marinera”, “Langostinos ‘Jumbo’ Espalda”, “Lubina sobre base de mangos, aguacate y anacardos, tomate cherry amarillo laminado y salsa Bilbaína”, “Nigiris de sardina ahumada, salmón ahumado o atún rojo”, “Carre de Cordero a baja temperatura base menestra de verduras (ratatouille)”.

En los ejemplos anteriores se pueden observar algunas características léxicas, como el uso de extranjerismos: “cherry”, “nigiris”, “carre”, “ratatouille”, a menudo con ortografía incorrecta, además del uso abusivo de las mayúsculas, probablemente, para resaltar los ingredientes principales: “Atún”, “salsa Bilbaína”, “Cordero”. Precisamente, “el rasgo aparente más notable y definitorio del lenguaje científico es el uso de abundante terminología propia” (Muñoz Martín 2002: 71). En consecuencia, el léxico que remite al lenguaje sectorial perteneciente a ingredientes y técnicas culinarias es definitorio del tipo textual de las cartas de restaurante. Siguiendo a Romero (2020: 258), se observa que el léxico en cuestión incluye estos términos específicos de la gastronomía y términos de la lengua general, que adquieren un significado específico en este ámbito temático (“langostinos a la espalda”, “gambas a la gabardina”, “papas arrugadas”, etc.). Centrándose en las recetas, Romero sostiene que son textos semiespecializados y los menús, a pesar de dirigirse a cualquier cliente potencial de un restaurante, por tanto, no a expertos, a menudo requieren explicaciones que vienen dadas por los camareros en establecimientos gastronómicos o se solicitan, en especial, por los turistas que no conocen la realidad cultural ofertada en esos textos, de forma que el escrito, en ocasiones, se complementa con los intercambios orales propios de la situación comunicativa. De este modo, se salva el desequilibrio de conocimientos entre emisor y receptor en materia de tecnolecto culinario, dado que “los lenguajes de especialidad no son sino una abstracción interesada y que es imposible desligarlos del habla común salvo en tendencias graduales” (Muñoz Martín 2002: 73). Efectivamente, el lenguaje especializado se compone de recursos formales de la lengua cotidiana con terminología especializada o vocablos que adquieren significados particulares en el ámbito especializado.

#### 4. Resultados

Normalmente, “la traducción de los menús exige conservar la precisión informativa y evocadora del TO” (Bugnot 2006: 17), con el que a menudo convive el TM, puesto que pueden presentarse juntos. No obstante, a continuación se recogen algunos ejemplos, resultado de la metodología de análisis aplicada, que contradicen lo anterior. Han sido extraídos de las traducciones de los menús analizados y presentados en tablas, cuya primera columna recoge el texto original (TO) de la carta en español (ES); la segunda, el texto meta (TM) en francés (FR) tal cual figura en el menú, y la denominación de la técnica de traducción (TT) utilizada; y la tercera, nuestra propuesta de traducción (PT) con su correspondiente TT. Tras las tablas, aparecen los comentarios pertinentes.

Tabla 1. Ejemplo de traducción de “Gambas a la gabardina”

<b>TO.</b> Gambas a la gabardina	<b>TM.</b> Crevettes en gabardine <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> Queues de crevettes en beignet <b>TT.</b> Particularización y descripción
----------------------------------	--	---

En esta carta, el TM, que comporta también otros errores<sup>9</sup>, no permite acceder a la realidad culinaria en cuestión mediante la traducción literal incomprensible para un lector francófono y que se ha trascendido en la PT intentando concretar y describir la realidad extralingüística de la que se trata.

Tabla 2. Ejemplo de traducción de “Huevos con escombros”

<b>TO.</b> Huevos con escombros	<b>TM.</b> Oeufs de débrim <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> ES: Huevos rotos <b>FR:</b> Oeufs brouillés à l’espagnole (avec des frites, du chorizo...) <b>TT.</b> Descripción
---------------------------------	---	--

<sup>8</sup> Todos los ejemplos extraídos del corpus aparecen transcritos exactamente tal y como figuran en los documentos originales, incluso con errores e incorrecciones.

<sup>9</sup> Por ejemplo, “Mousse de poireau” sin x final del plural o “Endives aux roquefort et anchois”, sin repetir la preposición ante el sustantivo coordinado (“... et aux anchois”).

Este plato tiene varias denominaciones en español: “Huevos con escombros”, “huevos rotos”, “huevos estrellados”, etc. Sin embargo, la que aparece en el menú es muy poco común, al menos en el contexto geográfico contemplado y con connotaciones poco sugerentes en el ámbito culinario. De hecho, en los restaurantes consultados, además de no usar ese nombre en sus cartas, no sabían ni tan siquiera de su existencia y algunos restauradores sostienen que sería más propio de zonas rurales. Por ello, se propone en este caso corregir también el TO y sustituirlo por “huevos rotos”.

En cuanto a la traducción al francés, estamos ante un intento de traducción literal completamente erróneo. El término “débrim” en francés no existe. En todo caso, sería “débris” el término correcto para referirse a “escombros, residuo, restos”. Este fallo ortográfico puede suscitar una imagen de mala calidad y poca profesionalidad para los clientes con conocimientos en lengua francesa. La traducción no cumple su objetivo comunicativo y demuestra la ausencia de una de las etapas básicas del proceso traductológico: la revisión.

Aquí se ha optado por describir el plato, ya que una traducción literal como “oeufs cassés” remitiría nuevamente a connotaciones negativas, puesto que evoca la reconstrucción de una imagen mental en la que los huevos aparecen rotos, entre cáscaras. Por ello, partiendo de la denominación más genérica de “huevos revueltos”, se ha intentado incorporar el resto de las connotaciones extranjerizantes en la PT, de forma que el cliente tenga ante sí, al menos, una traducción en la que maneja todos los elementos cognitivamente.

Tabla 3. Ejemplos de traducción de “Papas arrugadas”

<b>TO.</b> ... con papas arrugadas	<b>TM.</b> ... avec pommes de terre bouillies au sel <b>TT.</b> Descripción	<b>PT.</b> Pommes de terre cuites avec leur peau (à la canarienne) <b>TT.</b> Generalización y descripción
<b>TO.</b> Papas arrugadas	<b>TM.</b> Pommes de terre ridées <b>TT.</b> Traducción literal	
<b>TO.</b> Papas Arrugadas con Mojo	<b>TM.</b> Pommes de terre ridées avec de la sauce “mojo” <b>TT.</b> Traducción literal y generalización	
<b>TO.</b> Papas arrugadas	<b>TM.</b> Pommes de terre froissées <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> Pommes de terre “arrugadas” cuites dans leur peau <b>TT.</b> Préstamo y generalización

En la tabla anterior se pueden ver varias opciones de traducción al francés de la guarnición por excelencia de la cocina canaria. En el primer caso, se ha explicado la técnica culinaria. En los tres restantes procedentes de otras cartas, se ha hecho una traducción literal de “arrugadas” por “ridées” o “froissées”, probablemente con alguna herramienta de traducción automática, puesto que los significados de “rider” o “froisser” pueden resultar similares a los del “arrugar” español, pero no resultan sugerentes para pedir esa especialidad local. En la lengua origen, este término hace referencia a un modo de cocción de las papas con piel, poca agua y mucha sal, de modo que la piel de la papa se arrugue. Consideramos que no es necesario incluir una descripción tan amplia de la técnica utilizada, pero sí es necesario traspasar al cliente la idea de que es una particularidad de la cultura local. Para ello, recurrimos a la generalización, a la hora de traducir el término “arrugadas”, y a la descripción, para hacer saber al cliente que la forma de cocción suele ser autóctona y, por tanto, consiste en una guarnición típica. Para el último ejemplo, al tratarse de la carta de un establecimiento *gourmet* se ha preferido dejar un préstamo, “arrugadas”, y añadir una descripción: “cuites dans leur peau” (“en robe des champs” habría podido ser otra opción).

Mediante los ejemplos anteriores, se ha pretendido solamente ilustrar tanto la calidad de los TM como las TT empleadas por los traductores de las cartas en cuestión. En resumen, tras haber llevado a cabo el mismo procedimiento de análisis de los TM del corpus, se ha podido comprobar que la técnica de traducción más empleada resulta ser la traducción literal. En opinión de Bugnot, “en las traducciones más deficientes, se observa un excesivo apego al TO que deriva en una sistematización palabra por palabra” (Bugnot 2006: 15), lo que explica por falta de consideración del perfil del receptor meta o por desconocimiento, no solo del traductor, sino también del restaurador, que “tendría que tener conciencia de que traducir es una actuación compleja que va más allá de una simple sustitución de palabras de una lengua por palabras de otra” (Nobs 2006: 130). En la siguiente tabla se recogen casos de traducción literal extraídos del corpus que comportan errores, a nuestro entender, graves, como el sinsentido al traducir “Pulpo a la canaria” o de combinaciones léxicas e incorrecciones formales en el propio TM.

Tabla 4. Ejemplos de traducción literal

<b>TO.</b> Mejillones tigre	<b>TM.</b> Moules Tigre <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> Moules gratinées <b>TT.</b> Generalización y descripción
-----------------------------	--	--

<b>TO.</b> Filete de Cherne a la plancha	<b>TM.</b> Steak de poisson grillé “Cherne” <b>TT.</b> Traducción literal y préstamo	<b>PT.</b> Filet de mérout grillé <b>TT.</b> Traducción literal y equivalencia
<b>TO.</b> Tortilla de gambas	<b>TM.</b> Omelette Aux Crevettes <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> Omelette aux crevettes <b>TT.</b> Traducción literal
<b>TO.</b> Puchero canaria	<b>TM.</b> Pot canarien <b>TT.</b> Traducción literal	<b>PT.</b> Pot-au-feu à la canarienne <b>TT.</b> Equivalencia y descripción
<b>TO.</b> Chorizos parrilleros	<b>TM.</b> Chorizos parrilleros <b>TT.</b> Préstamo	<b>PT.</b> Chorizos grillés <b>TT.</b> Préstamo y descripción
<b>TO.</b> Pulpo a la canaria	<b>TM.</b> Style canari de pieuvre <b>TT.</b> Traducción literal (?)	<b>PT.</b> Poulpe à la galicienne / Poulpes brava <b>TT.</b> Equivalencias
<b>TO.</b> Tollos en salsa	<b>TM.</b> Tollos en sauce <b>TT.</b> Préstamo y traducción literal	<b>PT.</b> Ragôut de roussette <b>TT.</b> Descripción y equivalencia

Asimismo, en este corpus se han empleado otras TT, tales como las equivalencias que resaltamos en los ejemplos siguientes, dado que resultan cuando menos extrañas, al recurrir al equivalente de salsa rosa inglés, mientras que en la cultura francesa existe una equivalencia clara: “sauce cocktail”; o al anteponer el sustantivo en aposición como si se tratara de una construcción sintáctica inglesa.

Tabla 5. Ejemplos de equivalencia

<b>TO.</b> Salsa Rosa	<b>TM.</b> Sauce Marie Rose <b>TT.</b> Equivalencia (?)	<b>PT.</b> Sauce cocktail <b>TT.</b> Equivalencia
<b>TO.</b> Pimientos de Padrón	<b>TM.</b> Padrón poivrons <b>TT.</b> Traducción literal (?)	<b>PT.</b> Poivrons frits de Padrón <b>TT.</b> Descripción

Aparte de las numerosas incorrecciones de diversa índole ya reflejadas en los ejemplos precedentes, en la próxima tabla se muestran algunos de los errores de bulto identificados, entre los que cabe destacar un “misc” de croquetas, quizás en lugar de “mix”, o el prototípico “poison” en lugar de “poisson”, de forma que la cazuela de pescado se convierte en un plato de... ¡veneno y verduras!

Tabla 6. Ejemplos de errores

<b>TO.</b> Croquetas variadas	<b>TM.</b> Croquettes de misc <b>TT.</b> Préstamo	<b>PT.</b> Croquettes variées <b>TT.</b> Traducción literal
<b>TO.</b> Cazuela de pescado	<b>TM.</b> Poison et légumes <b>TT.</b> Generalización y descripción	<b>PT.</b> Soupe bouillabaisse au style canarien <b>TT.</b> Equivalencia y particularización

Entre los resultados, hay que destacar que se han podido identificar las TT utilizadas por los traductores originales al francés de dichos documentos culinarios. Los porcentajes de utilización de las distintas TT se reflejan en la gráfica siguiente.

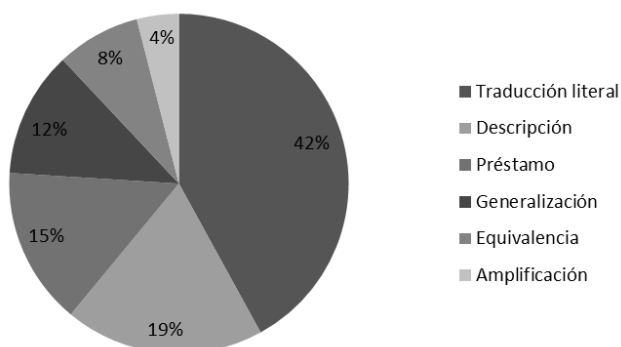


Gráfico 2. Porcentajes de TT en los TM

Del mismo modo, y tras constatar la frecuencia tanto de usos lingüísticos incorrectos en francés como de errores de sentido, se han propuesto mejoras en las traducciones. Al hacerlo, se han contabilizado también las TT empleadas en dichas PT, de manera que las más recurrentes han resultado ser la descripción y la equivalencia. La representatividad de las distintas TT en las PT se expresa en el gráfico siguiente.



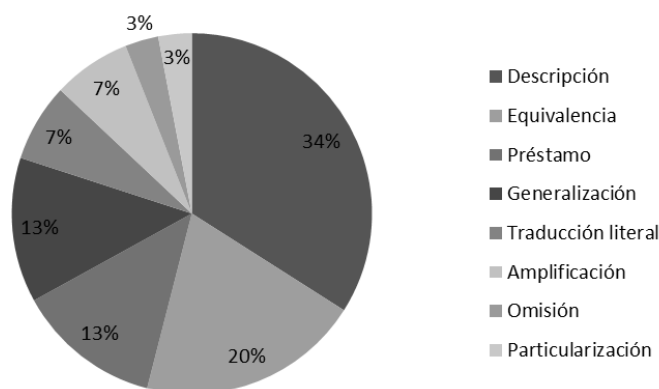


Gráfico 3. Porcentajes de TT en las PT

En tercer lugar, aparece la TT del préstamo que aporta exotismo o extranjerización (Venuti 1995) al incluir conscientemente en el TM el término original extranjero, “que servirá de llave de entrada a un mundo codificado para el receptor” (Bugnot 2006: 14).

Por último, a la pregunta planteada a los responsables de los restaurantes que no disponían de menú en francés (73 % del total) de si desearían tenerlo, solamente el 6 % de ellos respondió afirmativamente.

## 5. Conclusiones

En el presente trabajo se han analizado las traducciones al francés de un corpus del 27 % de cartas de restaurante de un destino turístico que comportaba inicialmente 65 establecimientos con carta en primera línea de playa. La metodología de análisis traductológico aplicada ha permitido identificar las TT más empleadas por los traductores (traducción literal y descripción) y concluir que, a la vista de las incorrecciones presentes en el corpus de este estudio, ofrecen TM de calidad como mínimo cuestionable, desde el punto de vista tanto de la corrección lingüística formal como de la adecuación para facilitar información sobre un contenido ajeno culturalmente a los visitantes del enclave turístico contemplado.

Lo expuesto arriba actúa en detrimento de la calidad de la oferta lingüística del destino turístico y no debería eximir de responsabilidad a los tenedores de estos negocios, de forma que, a la luz de los resultados obtenidos, cabría plantearse la relevancia que conceden a la representatividad del francés y a la necesaria intervención del traductor profesional en el sector turístico.

A pesar de su negativa mayoritaria para mejorar o añadir el menú en francés, se han propuesto también traducciones lingüísticamente correctas, aunque como cualquier otra sin duda mejorables, y que proporcionen acceso al contenido informativo más marcado culturalmente, para lo que se ha recurrido a las técnicas traductorales de descripción y equivalencia, de modo que las TT más centradas en un enfoque comunicativo parecen arrojar mejores resultados. En tercera posición, aparecen los préstamos tanto en los TM como en las PT, lo que parece corroborar la resistencia de los culturemas a ser transferidos interculturalmente. Los turistas, conscientes, así, de que se encuentran inmersos en una cultura que les es ajena y que los menús que tienen ante los ojos están impregnados de la misma, acceden a realidades culturales del entorno visitado.

Con respecto a este caso de estudio y a pesar de que las expectativas de los usuarios puedan ser de carácter más o menos general, distraídos como están en pleno deleite turístico, parecería necesario reflexionar acerca de la adecuación de estos TM a su función informativa, a su aceptabilidad exitosa en la cultura de los lectores meta: ¿cómo pueden funcionar estos TM en el entorno turístico? Sin duda, harían falta otros estudios para poder responder a este interrogante, pero parece quedar claro que las discrepancias de sentido entre TO y TM o, aún más, los sinsentidos e incorrecciones formales que contienen dificultan cuando no imposibilitan el acceso a los numerosos culturemas presentes en este tipo textual.

La elevada carga cultural de las cartas de restaurante no parece facilitar el recurso a la traducción automática o, al menos, muestra la importancia de la competencia traductora y de los conocimientos culturales sobre las culturas en juego por parte de los traductores, que, apoyándose en restauradores concienciados acerca de su relevancia, tendrían que contar con un grado de profesionalidad tal que les haga velar por la calidad del producto cuando realicen el proceso traductor o como revisores o poseedores de textos traducidos automáticamente. En conclusión, serían traductores capaces de producir textos adecuados, que funcionen en la situación comunicativa en la que serán recibidos y que contribuyan a dar a conocer el destino turístico.

Por último, como reflexión acerca de los cambios acaecidos en todos los órdenes de la realidad, la pandemia ha hecho que la mayoría de los menús en diferentes idiomas ya no coexistan unos junto a otros, sino que un código QR disponible en la mayoría de las mesas de los restaurantes permite navegar por ellos en formato electrónico, de manera que habría que colaborar a lo largo del proceso de edición del menú también con el diseñador de la página web, un nuevo actor que entra en juego.

## Referencias

- Bugnot, M. A., “La traducción de la gastronomía: textos y contextos (francés-español)”, *TRANS: Revista de Traductología* 10 (2006), 9-22. doi: <https://doi.org/10.24310/TRANS.2006.v0i10.1066>
- Consejo de Europa, *Marco común europeo de referencia para las lenguas: Aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y Grupo ANAYA 2002. Traducido por Instituto Cervantes. [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/marco/cvc\\_mer.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf) [último acceso: 19 de mayo 2022].
- Cruces Colado, S., “El origen de los errores en traducción”, en Real, E.; Jiménez, D., Pujante, D. y Cortijo, A. (eds.), *Écrire, traduire et représenter la fête*. Valencia: Universitat de València 2001, 813-822.
- Darias Marrero, A., “Cultural and intercultural aspects in interpreter training: An ICT-based approach”, en Martín de León, C. y González Ruiz, V. (eds.), *From the Lab to the Classroom and Back Again*. Berna: Peter Lang 2016, 295-323.
- Fallada Pouget, C., “Are menu translations getting worse? Restaurant menus in English in the Tarragona area”, *Target. International Journal of Translation Studies* 12, 2 (2000), 323-332. doi: <https://doi.org/10.1075/target.12.2.08fal>
- Herrero Rodes, L., “Sobre la traducibilidad de los marcadores culturales”, en Chesterman, A; Gallardo, N. y Gambier, Y. (eds.), *Translation in Context*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins 2000, 307-316. doi: <https://doi.org/10.1075/btl.39.34her>
- Hurtado Albir, A., *Enseñar a traducir*. Madrid: Edelsa 1999.
- Hurtado Albir, A., *Traducción y traductología*. Madrid: Cátedra 2011 [2001].
- Ladmiral, J.-R., “Le prisme interculturel de la traduction”, *Palimpsestes. Revue de traduction* 11 (1998), 15-30. doi: <https://doi.org/10.4000/palimpsestes.1525>
- Lungu-Badea, G., “Remarques sur le concept de culturème”, *Translationes* 1 (2009), 15-78. doi: <https://doi.org/10.2478/tran-2014-0003>
- Luque Nadal, L., “Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?”, *Language Design. Journal of Theoretical and Experimental Linguistics* 11 (2009), 93-120.
- Lvovskaya, Z., *La estilística textual. Visión traductológica del tema*. Málaga: Libros ENCASA 2002.
- Mayoral Asensio, R., “La traducción de las referencias culturales”, *Sendeban. Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación* 10, 11 (1999), 67-88.
- Mendoza García, I., “Unidades de traducción culturalmente marcadas: propuesta de clasificación dinámica con fines traductológicos”, *Hermes. Journal of Language and Communication in Business* 58 (2018), 193-213. doi: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v0i58.111685>
- Molina, L. y Hurtado Albir, A., “Translation techniques revisited: A dynamic and functionalist approach”, *Meta. Journal des traducteurs* 47, 4 (2002), 498-512. doi: <https://doi.org/10.7202/008033ar>
- Molina Martínez, L., *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I 2006.
- Muñoz Martín, R., “De la ciencia, la inseguridad y las perlas de tu boca”, en Amparo Alcina Caudet, A. y Gamero Pérez, S. (eds.), *La traducción científico-técnica y la terminología en la sociedad de la información*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I 2002, 65-85. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/EstudisTraduccio.2002.10>
- Newmark, P., *A Textbook of Translation*. Londres: Prentice-Hall 1988.
- Nida, E. A., *Exploring Semantic Structures*. Múnich: Wilhelm Fink 1975.
- Nobs, M. L., *La traducción de folletos turísticos. ¿Qué calidad demandan los turistas?* Granada: Comares 2006.
- Nord, C., *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome Publishing 1997.
- Nord, C., *La traduction: une activité ciblée. Introduction aux approches fonctionnalistes*. Trad. de B. Adab. Arras: Artois Presses Université 2008.
- Nordman, M., “Cooking recipes and knitting patterns: Two minilects representing technical writing”, en Kalverkämper, H. y Baumann, K. D. (eds.), *Fachliche Textsorten. Komponenten — Relationen — Strategien*. Tübingen: Narr 1996, 554—575.
- PACTE, “Building a translation competence model”, en Alves, F. (ed.), *Triangulating Translation: Perspectives in Process-oriented Research*. Ámsterdam: John Benjamins 2003, 43-66.
- PACTE, “First results of PACTE group’s experimental research on translation competence acquisition: The acquisition of declarative knowledge of translation”, *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 1 (2014), 85-115. doi: <https://doi.org/10.6035/http://dx.doi.org/10.6035/MonTI.2014.ne1.2>
- Rodríguez Abella, R. M., “Un delito per Pepe Carvalho: referencias culturales y traducción”, *CEMVM. Cuadernos de Estudios Manuel Vázquez Montalbán* 1 (2013), 63-86. doi: <https://doi.org/10.5617/mvmcemvm.595>
- Romero, L. “La traducción gastronómica: un estudio sobre los problemas de traducción en las recetas. Italiano y español”, en López Márquez, A. y Molina Castillo, F. (eds.), *Estudios de traducción, lingüística contrastiva y didáctica*. Berlín: Peter Lang 2020, 253-270.
- Sontag, S., *Cuestión de énfasis*. Madrid: Santillana y Alfaguara 2001.
- Venuti, L., *The Translator’s Invisibility. A History of Translation*. Londres: Routledge 1995.
- Vermeer, H. J., “Translation theory and linguistics”, en Roinila, P.; Orfanos, R. y Tirkkonen-Condit, S. (eds.), *Näkökohtia käänämisen tutkimuksesta*. Joensuu: Universidad de Joensuu 1983, 1-10.
- Vermeer, H. J. y Witte, H., *Mögen Sie Zistrosen? Scenes & frames & channels im translatorischen Handeln*. Heidelberg: Groos 1990.