

**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y LENGUAS**  
**MODERNAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E**  
**INTERPRETACIÓN**



**Análisis de los errores en la traducción al inglés de  
los culturemas del Portal Oficial de Turismo “PERÚ  
TRAVEL” de PROMPERÚ**

**Lucía Valentina Saucedo Sarango**

**Tesis para optar el título profesional de  
Licenciada en Traducción e Interpretación,  
primera mención: Inglés - Castellano,  
segunda mención: Francés - Castellano**

**Asesor de Tesis:**

**Dra. María Serena Villanelo Ninapaytan**

**Lima - 2019**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Luis y Dilcia, a mis tíos  
Manuel y Charo y a mi hermana Milagros.  
Gracias por su apoyo y motivación.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la fortaleza y sabiduría  
para continuar y no rendirme durante esta  
etapa como profesional.

## ÍNDICE

Portada	1
Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO</b>	12
1.1 Formulación del problema	14
1.2 Objetivos de la investigación	14
1.2.1 Objetivo general	14
1.2.2 Objetivos específicos	14
1.3 Justificación e importancia del estudio	15
1.4 Alcance y limitaciones del estudio	15
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL</b>	16
2.1. Antecedentes de la investigación	16
2.2. Bases teórico - científicas	27
2.2.1. El turismo en el Perú	27
2.2.1.1 Definición del turismo	27
2.2.1.2. Historia del turismo en el Perú	29
2.2.1.3. Importancia del sector turístico en el Perú	34
2.2.1.4. PROMPERÚ	35
2.2.2. El lenguaje turístico	35
2.2.2.1. Lenguaje turístico: una lengua especializada	35
2.2.2.2. Características del lenguaje turístico	37
2.2.2.3. Propiedades del lenguaje turístico	39
2.2.3 El texto turístico	43
2.2.3.1 Definición y características de los textos turísticos	44
2.2.3.2. Funciones del texto turístico	44
2.2.3.3. Géneros del texto turístico y su clasificación	44
2.2.3.4. Páginas web turísticas	48
2.2.3.4.1. Portal Oficial de Turismo PERÚTRAVEL	49

2.2.4. La traducción especializada de textos turísticos	52
2.2.4.1. Definición y características de la traducción especializada	52
2.2.4.2. Traducción de textos turísticos	53
2.2.4.3. Dificultades al traducir los textos turísticos	52
2.2.5. Los culturemas	57
2.2.5.1. Definición de culturema	57
2.2.5.2. Clasificación de culturemas	58
2.2.6. Los errores de traducción	63
2.2.6.1. Definición de error de traducción	63
2.2.6.2. Clasificación de los errores de traducción	63
2.3 Definición de términos básicos	67
<b>CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>	69
3.1. Hipótesis y/o supuestos básicos	69
3.2. Identificación de variables o unidades de análisis	69
3.3 Matriz lógica de consistencia	70
<b>CAPÍTULO IV: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b>	148
4.1 Tipo y método de investigación	148
4.2 Diseño específico de investigación	148
4.3 Corpus genérico y corpus específico	148
4.4 Instrumentos de recogida de datos	148
4.5 Técnicas de procesamientos y análisis de datos	148
4.6 Procedimiento de ejecución del estudio	148
<b>CAPÍTULO V: RESULTADO Y DISCUSIÓN</b>	149
5.1. Datos cuantitativos	149
5.2. Análisis de resultados	149
5.3. Discusión de resultados	154
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	156
6.1. Conclusiones: general y específicas	156
6.2. Recomendaciones	156

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

Tabla 1: Etapas de la historia del turismo en el Perú	32
Tabla 2: Propiedades del lenguaje turístico	39
Tabla 3: Características específicas de la traducción técnica y sus competencias según Gamero	52
Tabla 4: Clasificación del termino realia según Vlachov y Florin	58
Tabla 5: Clasificación de los culturemas según Nadia	58
Tabla 6: Tipos de culturemas de acuerdo a su función textual según Nord	59
Tabla 7: Tipos de niveles lógicos de los culturemas según Katan	61
Tabla 8: Tipología de culturemas según Molina	62
Tabla 9: Tipos de errores de traducción	149
Tabla 10: Tipos de errores de comprensión	151
Tabla 11: Tipos de errores lingüísticos	152

### FIGURAS

Figura 1: Comercial de FOPTUR en 1988	30
Figura 2: Turismo en Perú generó ingresos por más de US\$ 8 mil millones	34
Figura 3: Portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	49
Figura 4: Sección “Sobre Perú” del portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	50
Figura 5: Sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	50
Figura 6: Sección ¿Qué hacer? portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	50
Figura 7: Sección “Planifica tu viaje” del portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	51
Figura 8: El portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL se encuentra disponible en 8 idiomas	51
Figura 9: Agenda cultural y sección noticias del portal oficial de turismo de PERÚ TRAVEL	52

## **GRÁFICO**

Gráfico N° 1: Tipos de errores de traducción 150

Gráfico N° 2: Tipos de errores de comprensión 151

Gráfico N°3: Tipos de errores de traducción 153

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS** 158

## RESUMEN

**Objetivos.** El objetivo general de esta investigación fue identificar los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ. Además, se planteó como objetivos específicos señalar de comprensión y determinar hallados en la traducción inversa de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ. **Métodos y materiales.** La investigación fue aplicada y descriptiva. El corpus genérico estuvo conformado por el portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ junto con su traducción al inglés. Asimismo, el corpus específico estuvo compuesto por 38 culturemas de tipo patrimonio cultural obtenidos de la sección ¿Dónde ir? del mencionado portal. Por otro lado, las 38 muestras fueron examinadas mediante una ficha de análisis y procesadas a través del software estadístico IBM Statistics versión 23. **Resultados.** Los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de tipo patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ fueron de comprensión y lingüísticos. Los errores de comprensión fueron hallados en 17 culturemas mientras que los errores lingüísticos fueron encontrados en 21 de ellos. **Conclusiones.** Los tipos de errores de comprensión fueron: la omisión en 10 culturemas, el sin sentido en 4 culturemas, la adición en 2 culturemas y el falso sentido en 1 culturemas. En cuanto a los errores lingüísticos que se cometieron en la traducción al inglés de los culturemas de tipo patrimonio cultural fueron: selección lexical en 19 culturemas y ortografía y puntuación en 2 culturemas.

**Palabras claves:** culturema, errores de traducción, texto turístico, turismo



## ABSTRACT

**Objectives** Identifying the errors found from Spanish into English translation of culturemes of the section ¿Where to go? of the official travel and tourism portal “PERÚ TRAVEL” of PROMPERÚ. Also, the specific objectives were to indicate the comprehensive errors and to determine the linguistic errors found in the back translation of the section ¿Where to go? of the official travel and tourism portal “PERÚ TRAVEL” of PROMPERÚ. **Methods and materials.** This study was applied and descriptive. The generic corpus consisted of the official travel and tourism portal “PERÚ TRAVEL” of PROMPERÚ with its English translation. In addition, the specific corpus consisted of 38 cultural heritage culturemes. These culturemes were analyzed by the IBM Statistics software version 23. **Results.** The translation errors were comprehension and linguistics. The comprehension errors were found in 17 culturemes and the linguistics errors in 21 culturemes.

**Conclusions.** The comprehension errors were omission in 10 culturemes, addition in 2 culturemes and false sens in 1 cultureme. In respect of the linguistic errors, 19 culturemes were of lexical selection and 2 culturemes of spelling and punctuation.

**Keywords:** cultureme, translation errors, tourist text and tourism

## INTRODUCCIÓN

El Perú se caracteriza por ser un país que posee una riqueza inigualable. Cada vez, miles de turistas extranjeros y nacionales se sienten atraídos por visitar y descubrir Machu Picchu, una de las siete maravillas del mundo, deleitarse con algún plato típico de la costa, sierra y selva, festejar los famosos carnavales del norte o practicar canotaje en Lunahuaná. Por estas razones y muchas más, nuestro país se posiciona como uno de los mejores destinos turísticos a nivel mundial.

Como cada día, nuestro país recibe una gran cantidad de turistas de diferentes partes del mundo, diversas empresas del sector turístico se han visto en la necesidad de crear nuevos medios de comunicación, por ejemplo páginas web, aplicaciones, blogs, etc. para así llegar a sus clientes de manera rápida y poder brindar información acerca de distintos destinos turísticos a través de videos, fotos, gráficos, etc. Asimismo, estas empresas han optado por ofrecer su información en diferentes idiomas como: inglés, francés, italiano, portugués, etc. Para ello, han recurrido a los servicios de traductores profesionales porque la traducción de textos turísticos implica documentarse, manejar un amplio bagaje cultural y emplear una terminología adecuada. A la vez, los traductores al momento de traducir textos turísticos se enfrentan a la traducción de culturemas que son elementos propios de una cultura y pueden causar dificultades al efectuar su traducción en la lengua meta (Molina, 2006). Por lo tanto, los traductores deben contar con conocimientos culturales tanto de la cultura origen como la cultura meta.

La presente investigación se divide en seis capítulos y tuvo como propósito analizar los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ.

En el primer capítulo, se detalló el planteamiento del problema donde se expuso la realidad problemática de este estudio, luego se formuló el objetivo general y los objetivos específicos. También, se describió la justificación y las limitaciones.

En el segundo capítulo, se describió el marco teórico – conceptual que estuvo conformado por los antecedentes, es decir, estudios previos respecto a esta investigación y se determinó las bases teóricas con las definiciones conceptuales.

En el tercer capítulo, se presentó el diseño metodológico del presente estudio y se precisó el análisis del corpus general y específico. En el cuarto capítulo, se analizaron los 38 culturemas de tipo patrimonio cultural extraídos de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ.

En el quinto capítulo, se plantearon los resultados obtenidos después de haber analizado las muestras comprobándose las hipótesis y, finalmente en el sexto capítulo se redactaron las conclusiones y las recomendaciones del estudio.

Mediante esta investigación, se espera brindar información necesaria para futuros estudios sobre la traducción de culturemas en textos turísticos, debido a que las investigaciones en este campo de la traducción son muy escasas y, cada día la traducción, en el sector turístico cobra más demanda.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Formulación del problema

Actualmente, es un hecho que a nivel mundial el turismo forma parte de uno de los sectores económicos que cobra mayor auge cada año. Por ello, el turismo mundial se relaciona al desarrollo, registrando de este modo nuevos destinos por visitar y descubrir. A la vez, se considera a este sector como una pieza clave del progreso económico y social de cada país (Turismo O. M., s.f.a)

Asimismo, según (Turismo O. M., s.f.b), el negocio del turismo en la actualidad es similar o superior a las ventas de alimentos, inmuebles, autos etc., debido a que es uno de los agentes primordiales del comercio internacional. Por tal motivo, se considera a este sector como la mayor fuente de ingresos y empleo.

En Perú, el sector turístico se desarrolla cada vez más, puesto que miles de turistas se sienten atraídos por visitar y conocer nuestro país gracias a la riqueza natural, geográfica, gastronómica, histórica y arqueológica que posee.

Según (Turismo P. d., 2019) la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), durante el 2019 nuestro país acogerá a 4,4 millones de turistas provenientes de diversas partes del mundo. Además, gracias al crecimiento de este sector se genera puestos de trabajo, se reduce la pobreza y se promueve la conservación del patrimonio natural y cultural en el país.

Por otra parte, la era tecnológica que hoy vivimos ha hecho que este sector evolucione y se expanda súbitamente, por lo tanto en los últimos tiempos las empresas del sector turístico han empleado recursos digitales como los mencionados en la introducción de esta investigación, para ofrecer sus servicios turísticos mediante videos e imágenes e incluso redes sociales. La mayoría de ellas han optado también por transmitir su información en diferentes idiomas y así alcanzar clientes de diferentes partes del mundo. Por ende, la traducción en el sector turístico cumple un rol muy importante porque permite traspasar las barreras lingüísticas y dar a conocer una nueva cultura. Por ello, es indispensable que las empresas turísticas contraten traductores profesionales que cuenten con conocimientos culturales, manejen a la perfección sus

lenguas de trabajo y sepan aplicar estrategias de traducción para poder propagar la cultura y el lugar que se desea promocionar (Formación, s.f.)

Hoy en día, la traducción de textos turísticos es muy demandada, por eso se debe ofrecer una traducción de calidad a los lectores que buscan descubrir un nuevo país. Sin embargo, este tipo de traducción cada vez significa un gran reto para el traductor, puesto que una de sus principales características es la presencia de culturemas. Los culturemas son, según Nadal (2009):

Elementos simbólicos específicos culturales, simples o complejos, que corresponden a un objeto, idea, actividad o hecho, que sea suficientemente conocido entre los miembros de una sociedad, que tenga valor simbólico y sirva de guía, referencia, o modelo de interpretación o acción para los miembros de dicha sociedad. Todo esto conlleva que puedan utilizarse como medios comunicativos y expresivos en la interacción comunicativa de los miembros de esa cultura. (Citado por (Björklund, 2015, pág. 8).

La mayoría de veces, los culturemas representan una gran dificultad que debe enfrentar el traductor, dado que algunos de ellos no cuentan con una traducción oficial en la lengua meta, por lo tanto el traductor debe recurrir a ciertas estrategias y técnicas. No obstante, en algunas ocasiones, los traductores han incurrido en errores a la hora de efectuar la traducción de un texto turístico, tal vez sea por la falta de conocimientos sobre la cultura origen y meta. Pero, se debe enfatizar que muchas veces estos errores son cometidos porque las empresas turísticas contratan a traductores empíricos que manejan solamente la lengua origen y meta, más no son traductores profesionales para llevar a cabo una traducción eficaz.

Con lo mencionado previamente, La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) ha creado el portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” con el objetivo de promocionar el turismo en Perú, atraer turistas nacionales y extranjeros y convertir al país como el primer destino turístico. Dicho portal web se encuentra disponible en ocho idiomas: inglés, español, portugués, francés, alemán, italiano, japonés y coreano. Y cuenta con más de mil vistas de aquellos que desean informarse sobre los lugares turísticos de su interés, platos típicos y costumbres, todo ello durante su estadía en Perú.

En la presente investigación, se analizaron los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL”

de PROMPERÚ considerando además que el rol que cumplía el traductor profesional en dicha área temática era fundamental, dado que contaba con conocimientos de la cultura tanto origen como meta, manejando a cabalidad la terminología.

Para lograr este propósito se formuló el siguiente problema general:

- ¿Cuáles son los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?

Además, se plantearon los siguientes problemas específicos:

- ¿Cuáles son los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?
- ¿Cuáles son los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo general**

- Identificar los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Señalar los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ
- Determinar los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿A dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ

### **1.3 Justificación e importancia del estudio**

La presente investigación se justificó desde el punto teórico debido a que buscaba incrementar el conocimiento sobre la traducción de textos turísticos y a la vez dar a conocer los tipos de errores en la traducción de culturemas que en muchos casos dificultan la tarea del traductor.

Además, esta investigación se justificó desde el punto social, puesto que benefició a la comunidad traductora dedicada e interesada en la traducción de textos turísticos.

Finalmente, esta investigación se justificó desde el punto práctico porque la comunidad traductora obtuvo nuevas propuestas como recursos adicionales al traducir estos culturemas, considerando que esta sirvió como aprendizaje y recurso didáctico.

Por otro lado, la importancia de la presente investigación radica en que se convertirá en fuente de consulta para futuras investigaciones. Asimismo, PROMPERÚ tomará como base esta investigación para mejorar la calidad de la información que brinda, principalmente, a los turistas que visitan nuestro país.

### **1.4 Alcance y limitaciones del estudio**

El presente estudio identificará los errores que incurrió el traductor en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? los mismos que se exponen en el portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ.

Una de las limitaciones de la presente investigación fue la carencia de bibliografía especializada, específicamente la relacionada con los antecedentes de estudio.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

#### 2.1 Antecedentes de la investigación

A pesar, de que hoy en día, el turismo en nuestro país está creciendo considerablemente, los estudios sobre este tema son limitados en el rubro de la traducción. Sin embargo, se ha podido indagar estudios previos de autores nacionales e internacionales.

- (Arreytunandía de Acha, 2016), en su investigación de fin de grado titulada “*Análisis de traducción de los elementos culturales presentes en las recetas en línea de Paradores de España*”, propuso analizar los problemas de traducción (español – alemán) que surgieron al traducir los culturemas gastronómicos e investigó la relación que existía entre la lengua y la cultura. Para ello, la autora estudió los culturemas gastronómicos que estaban presentes en las recetas de la página web de la cadena hotelera Paradores.

Las conclusiones que obtuvo la autora fueron:

- a. La modulación, la transposición, la equivalencia y la adaptación resultaron ser los procedimientos más empleados durante la traducción de los culturemas gastronómicos.
  - b. El préstamo y el calco fueron utilizados solamente en la traducción de culturemas gastronómicos conocidos a nivel internacional.
  - c. El traductor adaptó el contenido a la lengua meta buscando y empleando equivalentes y adaptaciones que hicieron la traducción comprensible para el lector meta.
- (De la Cruz, 2003), en su tesis para obtener el grado de doctor en la Universidad de Málaga titulada “*La traducción de textos turísticos: propuesta de clasificación y análisis de muestra*”, planteó los siguientes objetivos: primero, desarrollar un estudio de carácter descriptivo de la traducción inversa (español – inglés) de textos turísticos, donde analizó los errores de traducción y los errores lingüísticos. Segundo, proponer una catalogación de los textos



turísticos traducidos y por último, describir cuáles fueron los procedimientos de traducción empleados en cada uno de ellos. Además, la metodología empleada fue descriptiva, puesto que estudió un corpus conformado por textos turísticos traducidos del español al inglés, a su vez incluyó muestras de textos turísticos traducidos del inglés al español para demostrar que existía en ambos casos una interferencia cultural y lingüística. Los textos turísticos traducidos fueron obtenidos en España y Reino Unido.

Las conclusiones que obtuvo la autora después de haber llevado a cabo su investigación fueron:

- a. Los procedimientos de traducción empleados en los textos turísticos fueron el préstamo junto con la paráfrasis, especialmente para la traducción de referentes culturales gastronómicos.
  - b. La equivalencia comunicativa debió predominar en la traducción de textos turísticos, para ello el traductor debió contar con conocimientos culturales.
  - c. La traducción de textos turísticos fue realizada por traductores no profesionales, al mismo tiempo la lengua meta no era su lengua materna.
  - d. Las ediciones de los textos turísticos, es decir, la revisión y la corrección de los errores no fueron llevadas a cabo de manera minuciosa.
  - e. Los errores de traducción pudieron haberse evitado, si las grandes empresas dedicadas a la difusión de información turística hubieran contratado a revisores y correctores profesionales.
- (Déniz, 2015), en su tesis denominada “*La traducción de textos turísticos (español – inglés): los folletos de museos*” para obtener el grado académico de doctor de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, analizó la traducción inversa (español – inglés) de los folletos de los museos de las Islas Canarias con la finalidad de determinar si la traducción de dichos folletos al inglés se adaptaba a las características de la cultura británica o si la traducción simplemente era adecuada a las características de la cultura española, en cuanto a formato y contenido. La metodología de esta investigación consistió en analizar 3 subcorpus, cada uno de ellos conformado por 24 folletos de museos.

El primero estaba compuesto por folletos de museos británicos escritos en inglés; el segundo, consistió en folletos de museos canarios en español y el último estuvo constituido por folletos de museos canarios traducidos al inglés.

El análisis de dichos subcorpus se realizó en cuatro etapas. La primera etapa, abarcó un estudio de los folletos de museos británicos y canarios que se desarrolló de manera individual con la finalidad de reconocer cuáles eran las características de cada uno de ellos. La segunda etapa, consistió en realizar un análisis comparativo de las características encontradas en los folletos mencionados anteriormente. La tercera etapa, se basó en examinar los folletos en la versión inglés de museos canarios para identificar sus características que luego fueron comparadas con las de los folletos de museos británicos. Por último, la cuarta etapa fue comparar las características de los tres folletos de museos.

Finalmente, la autora concluyó que:

- a. Respecto al tamaño y al diseño, los folletos de museos británicos fueron más breves y precisos en cuanto a la información, a comparación de los folletos de museos canarios que fueron más extensos, uniformes y no promocionaban en su totalidad la visita de dichos museos.
- b. Los folletos de museos británicos estructuraron correctamente su información empleando encabezados, secciones, etc. para que así el lector pudiera encontrar la información que requiere con mayor facilidad. Por el contrario, los folletos de museos canarios presentaron una escasez de encabezados.
- c. La función apelativa e informativa fueron las características que más primaron en los folletos de museos británicos, en el caso de los folletos de museos canarios la función informativa prevaleció más.
- d. La información adicional como direcciones, horarios de atención, qué hacer en los museos, etc. careció tanto en los folletos de museos canarios como en su traducción, a comparación de los folletos de museos británicos.
- e. La posición de los logos e imágenes en la traducción de los folletos de los museos canarios fue tal cual como aparecían en la versión original.

- f. El empleo del modo imperativo abundó más en la traducción de los folletos de museos canarios que en la versión original.
  
- (González, 2012), en su tesis para optar el grado de doctor en la Universidad Politécnica de Valencia titulada “*Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el texto turístico*”, estudió cuáles fueron las técnicas de traducción más empleadas por el traductor al momento de efectuar la traducción de los culturemas. Asimismo, la metodología empleada fue inductiva y descriptiva, para ello el corpus de esta tesis estuvo conformado por 713 culturemas que fueron extraídos de cinco guías turísticas en inglés de *Lonely Planet*.

El análisis de estos culturemas se llevó a cabo en cinco fases. En la primera fase, la autora seleccionó cinco guías turísticas de *Lonely Planet* que promocionaban el turismo de algunas regiones de España. En la segunda fase, elaboró una ficha de análisis donde introdujo la información de cada culturema, por ejemplo, el código de la guía, tipología, el contexto, la técnica de traducción, etc. En la tercera fase, clasificó los culturemas según la taxonomía de Alcaraz Varó. En cuanto a la cuarta fase, estudió cuáles fueron las técnicas más empleadas en la traducción de dichos culturemas. Finalmente, en la quinta fase la autora logró conseguir los datos cuantitativos y cualitativos respecto a la frecuencia de la utilización de las técnicas de traducción.

Las conclusiones de la autora después de haber finalizado su estudio fueron:

- a. Al momento de seleccionar una técnica de traducción para los culturemas se tuvo en cuenta: la complejidad, la morfología, el grado de importancia y el foco cultural.
- b. Los culturemas que presentaban una complejidad lingüística y cultural requirieron de la amplificación como técnica de traducción.
- c. Las técnicas de calco y préstamo fueron aplicadas al momento de traducir culturemas de menos complejidad.
- d. Gracias al análisis realizado, la autora logró determinar que existían culturemas que se han internacionalizado y han sido adquiridos por otras culturas, como fue el caso de paella, flamenco y tapas.

- e. El total de uso de las técnicas de traducción fue de 1363. La más empleada fue el préstamo encontrado en 670 culturemas, seguido de la amplificación en 420 culturemas, luego el calco fue aplicado en 173 culturemas y el equivalente acuñado en 80 culturemas. También, estuvo presente la técnica de adaptación en 13 culturemas y la generalización hallada en 7 culturemas.
  
- (González & Cuadrado, 2014), en su artículo “*El léxico en el ámbito de la gastronomía valenciana: un estudio de las técnicas de traducción de los culturemas*”, tuvo como finalidad reconocer las técnicas de traducción aplicadas en los culturemas de gastronomía en las combinaciones español - inglés y español - alemán. Seguidamente, la metodología empleada por ambas autoras fue descriptiva, pues analizaron un corpus compuesto por culturemas gastronómicos que fueron extraídos de una guía promocional de la Comunidad Valenciana redactada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. Gracias a los resultados de los análisis realizados, las autoras determinaron las siguientes conclusiones:
  - a. Para traducir los culturemas de la guía turística Comunitat Valenciana, la técnica de traducción más empleada en la combinación alemán - español fue el préstamo con o sin amplificación. Para el caso de la traducción al inglés, la técnica más utilizada fue el préstamo.
  - b. Las técnicas de préstamo y descripción fueron las más empleadas en los textos alemanes e ingleses, con la finalidad de evitar la nota del traductor, recurso inusual para este tipo de textos.
  - c. El traductor tuvo que enfrentarse a otras dificultades, por ejemplo, de pragmática - cultural al momento de traducir los culturemas gastronómicos.
  
- (Lobato 2017), en su tesis para optar por el título de licenciada en Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo titulada “*Técnicas de traducción de culturemas de tipo patrimonio cultural en la traducción de folletos turísticos del español al inglés, Lima 2017*”, la autora planteó analizar cuáles fueron las técnicas de traducción más aplicadas al traducir los

culturemas de patrimonio cultural encontrados en los folletos turísticos de PROMPERÚ en la versión inglés. La investigación fue de tipo aplicada y de enfoque cualitativo. El corpus de este estudio estuvo compuesto por 25 culturemas de patrimonio cultural obtenidos de 6 folletos turísticos y la información recopilada de cada uno de ellos fue puesta en una ficha de análisis. Por otra parte, los resultados obtenidos indicaron que las técnicas de traducción más empleadas fueron: la literalidad, el préstamo, la amplificación, la equivalencia y la adaptación, sin embargo, la técnica de traducción de literalidad fue la más empleada por los traductores profesionales al traducir los folletos al inglés. Por último, la autora finalizó su investigación con las siguientes conclusiones:

- d. La literalidad y el préstamo fueron las técnicas de traducción que más prevalecieron en la traducción de folletos turísticos de la entidad de PROMPERÚ.
  - e. La traducción al inglés de los folletos turísticos de la entidad de PROMPERÚ fue llevada a cabo por traductores empíricos que no poseían estudios en traducción. No obstante, la traducción presentaría menos errores si esta fuese revisada por traductores profesionales.
  - f. En los folletos traducidos, los traductores empíricos dejaron algunos culturemas tal como aparecían en el texto original por órdenes de la entidad, es decir, sin aplicar una dupla de traducción.
  - g. El manejo de la lengua origen y la lengua meta permitieron redactar un texto coherente, y el uso de los diccionarios tanto monolingües como bilingües permitió seleccionar el término adecuado para los culturemas.
- (Payo, 2002), en su trabajo de investigación titulado “*La traducción de referencias culturales en un texto turístico*”, tuvo como finalidad analizar cuál era el proceso de traducción de las referencias culturales de una guía turística. Para lo cual, la autora eligió un fragmento de la guía turística *London, The Rough Guide* y la metodología empleada fue realizar un análisis de dicha guía

dividida en tres etapas. En la primera etapa, se realizó un análisis de la traducción, para eso la autora tradujo la guía al español. Luego, para la segunda etapa se desarrolló una entrevista al escritor de la guía para recobrar información específica como por ejemplo, para quiénes estaba dirigido la guía y con qué fines fue redactada. En la tercera etapa, se realizó una comparación de la traducción de los referentes culturales propuesta por la autora y la editorial.

La conclusión de este artículo fue la siguiente:

- a. Para la traducción de los referentes culturales no fue necesario contar solamente con conocimientos lingüísticos, sino también con conocimientos culturales y saber quién era el lector meta.
- (Pertón, 2010), en su tesina titulada “*La traducción de textos turísticos*”, planteó como objetivo señalar cuáles fueron los factores que determinaron la calidad de la traducción de un folleto turístico digital. Además, la metodología empleada en este estudio consistió en realizar un análisis comparativo del texto original junto a su traducción, en este caso, era un folleto turístico digital en español con su traducción al neerlandés. Para realizar dicho análisis, la autora se basó en un modelo evaluativo de cinco categorías elaborado por ella misma. La primera categoría estaba compuesta por preguntas que permitieron evaluar la relación entre la calidad del texto original y el texto meta. La segunda categoría abarcó preguntas para analizar la calidad del lenguaje técnico empleado. Luego, las preguntas de la tercera categoría eran sobre la calidad del lenguaje turístico utilizado. La cuarta categoría comprendió preguntas sobre la eficacia del folleto turístico traducido y, por último, la quinta categoría englobó preguntas que evaluaban la calidad del folleto turístico traducido como texto independiente.

Finalmente, la autora llegó a las siguientes conclusiones:

- a. Una de las características más importantes de la traducción turística fue que el texto funcionó de manera independiente en la lengua y cultura meta, para

ello, los aspectos lingüísticos, estilísticos y pragmáticos fueron adecuados a las reglas y costumbres de la lengua y cultura meta.

- b. La relación entre el texto original y el texto meta no fue adecuada, debido a que el mensaje del texto meta no coincidió con el texto original.
  - c. En la traducción al neerlandés, el traductor conservó los acrónimos, de esta manera, el texto continuó cumpliendo su función como texto técnico.
  - d. En el texto meta, el traductor conservó la persuasión que fue una de las características del lenguaje turístico utilizado.
  - e. En cuanto a la eficacia de la traducción turística, el traductor conservó algunos estilos propios del folleto turístico, como, por ejemplo: adjetivos de intensidad, calificativos con significados positivos, etc.
- (Rodríguez, 2010), en su artículo titulado “*La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía (análisis de los folletos de TURESPAÑA)*”, desarrolló como objetivo analizar las principales técnicas de traducción (español – italiano) aplicadas en la traducción de culturemas de la categoría cultura material, principalmente, gastronomía. Luego, elaboró dos corpus paralelos compuesto de 12 folletos en español junto con su traducción al italiano.

Las conclusiones obtenidas de este estudio fueron las siguientes:

- a. El préstamo (71%) y la traducción literal (4%) fueron las técnicas de traducción más empleadas.
- b. La traducción en italiano no cumplió con las expectativas de un texto turístico que consistían en atraer turistas para visitar un país, debido a que la traducción careció de equilibrio con el texto original.
- c. La comprensión del texto en la lengua de partida y la expresión en la lengua de llegada fueron insuficientes por parte del traductor, ya que la traducción era incomprensible.

- (Santamaría, 2017), en su tesis doctoral denominada “*La traducción de las guías de viaje (inglés-español): análisis contrastado de la información práctica*”, señaló y especificó de qué manera se llevaba a cabo el proceso de traducción del inglés al español de las guías turísticas de viaje. Sin embargo, para alcanzar este objetivo la autora tuvo que reconocer y detallar previamente cuáles fueron las estrategias de traducción utilizadas en este tipo de texto y qué efectos tuvieron en los textos meta. También, determinó si mediante estas estrategias se podía obtener un texto meta acorde a la lengua y a la cultura de llegada. Su metodología se basó en recopilar cuatro corpus cuya investigación fue realizada en dos etapas. La primera etapa consistió en seleccionar ocho guías de viaje en inglés y español, y la segunda etapa abarcó recopilar veinte guías de viaje en sus versiones originales junto con sus traducciones.

Las conclusiones de esta investigación fueron las siguientes:

- a. En el texto meta, las estrategias de traducción más empleadas fueron: sustitución, omisión, transferencia gramatical, léxica, gráfica y cultural.
  - b. La autora sugirió que se debería realizar investigaciones más detalladas sobre el texto turístico digital, debido a que hoy en día vivimos un mundo globalizado donde las empresas del sector turístico ofrecen sus servicios por Internet.
- (Soto, 2014), en su investigación titulada “*Los términos culturales en el ámbito turístico español – inglés: traducción, manipulación y recepción real en usuarios anglófonos*”, determinó qué relación existía entre los usuarios anglófonos de folletos turísticos de la Región de Murcia y la técnica empleada para la traducción de culturemas. La metodología de este estudio fue transversal mixta, debido a que el autor diseñó un cuestionario de manera virtual para 242 visitantes y 122 residentes quienes eran lectores de folletos turísticos de la Región de Murcia. Además, seleccionó 15 culturemas respecto a la cultura de la Región de Murcia pertenecientes a la categoría de gastronomía, patrimonio cultural y medio natural.

El autor llegó a las siguientes conclusiones:



- a. A partir del análisis realizado a la traducción de los folletos turísticos de la ciudad de Murcia, las estrategias de traducción más aplicadas para traducir culturemas fueron: extranjerización, domesticación, explicitación y omisión.
  - b. El autor aplicó una encuesta a los visitantes de la ciudad de Murcia para determinar cierta información sociocultural y conocer qué propuesta de traducción tuvo un mayor grado de aceptación: la propuesta del autor o la traducción realizada por los organismos oficiales. Los visitantes optaron por la propuesta del autor porque las traducciones efectuadas por los organismos oficiales de la región de Murcia no aplicaron estrategias para traducir los referentes culturales, por lo tanto, el texto era incomprendible para ellos.
- (Valdez, 2018) en su tesis para optar por la licenciatura en traducción e interpretación en la Universidad César Vallejo titulada *“Tipo de equivalencia en la traducción de culturemas del español al inglés del Portal Oficial de PROMPERÚ, Lima 2018”*, estudió cuáles fueron las equivalencias que más prevalecieron en la traducción del español al inglés de los culturemas del portal oficial de PROMPERÚ. En su investigación, la metodología utilizada fue aplicada con un nivel descriptivo y método inductivo. El corpus de esta investigación estuvo conformado por el portal oficial de turismo de PROMPERÚ de donde se extrajo 40 culturemas conforme a la clasificación de Molina.

Las conclusiones obtenidas de esta investigación fueron:

- a. Para traducir al inglés los culturemas del portal oficial de PROMPERÚ, la equivalencia que más predominó fue la parcial, ya que la traducción transmitía únicamente el significado denotativo, más no el connotativo ni las condiciones socioculturales.
- b. Durante el análisis, la autora identificó que la equivalencia total o plena se encontraba presente únicamente en 4 culturemas de tipo patrimonio cultural. Sin embargo, tuvo que explicar algunos culturemas entre paréntesis para lograr transmitir el significado denotativo, connotativo y las condiciones socioculturales.

- c. La equivalencia parcial fue identificada en 24 culturemas donde la mayoría pertenecía a los culturemas de tipo patrimonio cultural (gastronomía y festividades) transmitiéndose solamente el significado denotativo.
- d. En el caso de la equivalencia nula, 8 culturemas conservaron su nombre en español o en quechua. Gran parte de ellos, pertenecían a los culturemas de tipo cultural refiriéndose a la gastronomía, mitología y festividades.
- e. La equivalencia aparente fue encontrada en 4 culturemas, ya que los significados transmitidos fueron distintos. Estos culturemas formaban parte del tipo patrimonio cultural refiriéndose a la gastronomía y las costumbres.

- (Vigo, 2015), en su tesis realizada “*La traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la región La Libertad- 2015*”, tuvo como finalidad analizar distintos textos turísticos bilingües empleados para la promoción de la industria turística de la Región Libertad para identificar la calidad de sus traducciones. Para ello, evaluó las categorías de gramática, fidelidad, coherencia, fluidez, terminología, impacto publicitario e identidad cultural. La metodología empleada durante esta investigación fue descriptiva y su población abarcó los textos turísticos bilingües, a su vez estudió algunas páginas web de gran demanda que promueven el turismo de la región Libertad.

En esta investigación, Vigo concluyó lo siguiente:

- a. La calidad de las traducciones de los textos de la promoción de la industria turística de la región La Libertad fue de nivel regular.
- b. La fidelidad de los textos traducidos fue deficiente, debido a que en la traducción el mensaje no fue claro ni preciso.
- c. En cuanto a la gramática, los textos traducidos carecieron de coherencia gramatical, ya que la mayoría de ellos no siguió un orden en sus oraciones afectando la sintaxis.
- d. Respecto a la terminología, el nivel fue deficiente porque los términos empleados en la traducción no guardaban relación con la temática del turismo.

- e. La coherencia y la fluidez de los textos traducidos presentó un nivel de calidad regular, debido a que en algunas ocasiones se logró comprender el mensaje de manera clara y precisa gracias a la estructura de sus oraciones.

## **2.2 Bases teórico – científicas**

### **2.2.1 El turismo en el Perú**

#### **2.2.1.1 Definición del turismo**

Etimológicamente, la palabra turismo surge a partir de “*tour* y *turn*, ambas provenientes del latín *tornus* que significa torno y *tornare* que quiere decir girar” (Ibáñez & Cabrera, 2011, pág. 34).

Sin embargo, hasta el día de hoy, el turismo no ha adquirido una definición única, debido a que es una actividad que se relaciona con otras disciplinas como la historia, la economía, la sociología, la geografía, la arquitectura, etc.

A continuación, se dará a conocer algunas definiciones respecto a este término.

Los pioneros en definir el turismo fueron los profesores W. Hunziker y Krapf quienes (1942) indicaron al turismo como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (citado en García & Sotelo, 2011a, pág. 2).

Luego, al turismo se le relacionó como el hecho de moverse de un lugar a otro y conocer la cultura de un destino determinado. Ante ello, Burkat y Medlik (1981) señalaron al turismo como un desplazamiento que surge de manera corta y temporal hacia un nuevo destino incluyendo las actividades que se desarrollan durante la visita de dicho lugar (García & Sotelo, 2011b).

Después, Mathieson y Wall (1982) establecieron el turismo como:

El movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas (citado en García & Sotelo, 2011c, pág. 2).

Sin embargo, el turismo también ha sido definido desde otras perspectivas. Primero, desde el punto de vista individual según Orduño (1996), el turismo es definido como el gusto que tiene el ser humano por viajar para conocer y explorar el mundo (Moreno & Coromoto, 2011a).

Además, a partir el ámbito sociológico según Matute y Asanza (2006), el turismo ha sido señalado como un recurso por el cual los individuos esperan obtener un beneficio psicológico, a través de tres factores: espacio, acceso y aceptación social por parte de la comunidad receptora, es decir, el turismo es la actividad que permite al ser humano alejarse por un momento de su trabajo y de la rutina diaria para así poder despejar su mente (Moreno & Coromoto, 2011b).

Desde el campo legal, el turismo es señalado de acuerdo a Morillo y Coromoto (2011) como el derecho que posee un individuo para trasladarse de manera libre por diversos lugares (Moreno & Coromoto, 2011c).

Por último, Aceranza (2001) y Matute y Asanza (2006) indican que el campo de la geografía determina al turismo como el recorrido que realizan las personas de un lugar a otro (Moreno & Coromoto, 2011d).

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ofrece un concepto más amplio sobre este término:

Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio o por otros motivos, y no por motivos lucrativos (OMT, 1991, citado en Durán, 2012).

### **2.2.1.2 La historia del turismo en el Perú**

La Historia del Turismo en el Perú está conformada por tres etapas que marcaron el inicio del desarrollo de una nueva era y la mejora de la economía del país.

La primera etapa se denominó como la expansión de transportes e infraestructura y surgió a mediados del siglo XIX e inicios del siglo XX hasta el mandato del General Manuel Odría (1948-1953). Principalmente, esta primera etapa se caracterizó por la construcción de carreteras, ferrocarriles y medios aéreos. Gracias

a ello, la clase media empezó a desarrollar el turismo de manera interna por motivos de salud y vacaciones (Fuller, 2008a).

El inicio de la construcción de vías férreas permitió unir las regiones del norte, centro y sur del país. Ante ello, la circulación segura y el precio cómodo de los pasajes lograron definir al turismo como un sector importante en el país, debido a que este sector podía generar puestos de trabajo. Algunos lugares como los Balnearios de Huacachina en Ica y los Baños de Boza en Huaral pasaron a convertirse en uno de los destinos más visitados por la clase media y alta durante el segundo gobierno de Leguía (1919-1930). Un hecho importante que se llevó a cabo durante esta etapa fue la creación de la Escuela de Cicerones en 1940 con el fin de capacitar acerca de las actividades turísticas. El cierre de esta primera etapa se dio lugar durante la gestión presidencial del General Manuel Odría (1948-1953) quien incentivó al Estado junto con la inversión privada a construir obras para mejorar las carreteras y el sistema de transporte de ese entonces (Fuller, 2008b).

El comienzo de la segunda etapa se originó a partir de 1970 y se le llamó Estado inversor porque durante este tiempo el Estado invirtió en infraestructuras y obras para comenzar a atraer turistas nacionales e internacionales, así este sector cobró más importancia. Esta segunda etapa se desarrolló desde el gobierno de Belaunde Terry (1963-1968) hasta el primer gobierno de Alan García (1985-1990). (Fuller, 2008c)

Al inicio del gobierno de Belaunde Terry (1963-1968), se diseñaron estrategias públicas orientadas a optimizar el tránsito de los turistas tanto a nivel interno como externo, además se creó el eslogan “CONOZCA EL PERÚ PRIMERO” para promover el turismo local y apreciar el patrimonio nacional (Fuller, 2008d).

Luego en 1965, se fundó la Escuela Nacional de Turismo con el propósito de capacitar y orientar de modo progresivo a los trabajadores del rubro hotelero, restaurante, agencias de turismo para que así puedan continuar a insertándose en dicho mercado. Sin embargo, después pasó a llamarse como Centro Nacional de Aprendizaje de Servidores en Hoteles (CENASH) (Fuller, 2008e).

A la vez, durante el gobierno del General Morales Bermúdez (1975-1980), se incorporaron programas de turismo y hotelería en el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI). En 1977, se creó el Fondo de Promoción del Turismo (FOPTUR) para difundir comerciales impresos, televisivos y

radiales sobre la riqueza que posee el país como tradiciones, paisajes naturales, etc. y así captar turistas extranjeros. Y en 1978, se creó el Centro de Formación Turística (CENFOTUR), instituto orientado a formar profesionales en el rubro del turismo, en base a las necesidades y demandas del mercado de aquella época. (Fuller, 2008f).



Figura 1: Comercial de FOPTUR en 1988  
Fuente: (Peru30, 2010)

No obstante, durante el primer gobierno de Alan García (1985-1990) decae el sector turístico a causa de la inseguridad a nivel nacional y la fuerte crisis económica que acarrea al país en aquel entonces (Fuller, 2008g).

La tercera etapa nominada Estado Promotor se dio lugar a comienzos de los años 90 y se le llamó así porque durante esta fase la economía del país se restableció y se inició la propuesta de brindar un auge necesario a la economía peruana. Esta etapa se origina desde el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000) hasta la actualidad (Fuller, 2008h).

En el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000), el año 1998 fue declarado como “EL AÑO DE LOS 6000 MIL TURISTAS” y el año 1999 como “EL AÑO DEL

TURISMO INTERNO”, de esta forma el Estado buscaba generar campañas de publicidad para enfocar el turismo étnico y cultural. Al mismo tiempo, se creó PROMPERÚ con el objetivo de aumentar el turismo, establecer alianzas con distintas organizaciones de diferentes países y promover el turismo en el mercado internacional (Fuller, 2008i).

En el gobierno del presidente Alejandro Toledo (2001-2006), el sector turístico creció metódicamente, gracias a un proceso de recuperación económico y se impulsó al Perú como un producto creando así la Marca Turística el Perú en el 2002 (Fuller, 2008j).

Luego de ello, en el segundo gobierno de Alan García (2006-2011), el sector turístico se consideró como un sector potencial, por su gran variedad de recursos naturales, arqueológicos, históricos y culturales, además de su gastronomía que es reconocida a nivel mundial. De la misma manera, PROMPERÚ inició campañas publicitarias como “Escápate de la rutina”, “Perú mucho gusto” y el “Perú lo tiene todo”, con la intención de incrementar el turismo en el sector público (Fuller, 2008k).

Después, el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018), priorizó para el sector turístico potenciar y duplicar la cifra de turistas a 7 millones hasta el 2021, puesto que dicho sector genera puestos de trabajo, ingresos, hoteles, mejora la infraestructura, etc. Además, se culminaría la construcción del Aeropuerto Internacional Chincheros para así beneficiar a miles de turistas nacionales y extranjeros que llegan a Cuzco (Comercio, 2016).

Después de la dimisión de Pedro Pablo Kuczynski asumió la presidencia, Martín Vizcarra (2018-2021). Para el mandatario, el sector turístico representa un 4% del PBI total y genera 1,3 millones de empleos. Sin embargo, en su plan de trabajo no se presentó cambios considerables enfocados en dicho sector, sólo se planteó mejorar los servicios turísticos públicos y el Parque Arqueológico Choquequirao (Cuzco) (TNews, 2018).

## La Historia del Turismo en el Perú



### Primera etapa: La expansión de transportes e infraestructura

- Construcción de carreteras, ferrocarriles y medios aéreos
- Creación de la Escuela Cicerones



### Segunda etapa: Estado Inversor

- Inversión en infraestructuras y obras para atraer turistas nacionales e internacionales
- Fundación de la Escuela Nacional de Turismo en 1965 para capacitar y orientar a los trabajadores de este sector
- Creación del Fondo de Promoción del Turismo (FOPTUR) para dar a conocer las riquezas del Perú mediante comerciales



### Tercera etapa: Estado Promotor

- Declaración del año 1998 como "El año de los 6000 mil turistas" y el año 1999 como "El año del turismo interno"
- Creación de la marca Perú en el 2002
- Inicio de campañas publicitarias por parte de PROMPERÚ para promover el turismo en el país
- Finalización de la construcción del Aeropuerto Internacional Chincheros en Cuzco

Tabla 1: Etapas de la historia del turismo en el Perú

Fuente: Elaboración propia



### **2.2.1.3 La importancia del turismo en el Perú**

El Perú se caracteriza por ser un país que posee una gran riqueza histórica, geográfica, gastronómica, natural, etc. haciéndolo atractivo ante miles de turistas extranjeros y nacionales. Cada vez que escuchamos a un turista hablar sobre el Perú, lo primero que dirá será: “Cuzco es maravilloso”, “la gastronomía peruana es exquisita”, “Máncora tiene playas espléndidas”, etc. Por ello, cada día el sector turístico adquiere más relevancia y contribuye a mejorar la economía, reducir la pobreza, desarrollar otras actividades (la artesanía, la educación, el comercio, etc.) y a restaurar la infraestructura del país.

Para el año 2017, el sector económico mejoró gracias al aporte del sector turístico. A la vez, nuestro país aún tiene mucho potencial turístico por explotar, según Guevara, G. (s.f.) “(...) el Perú ha logrado una tasa de crecimiento importante y aún tiene mucho potencial por desarrollar (...)” (República, 2018a, párr.4).

Respecto al empleo que genera este sector, este no ha dejado de incrementarse desde hace 9 años. Por ejemplo, en el 2011 el sector turístico creó alrededor de 313 mil puestos de trabajo y en el 2018; 15 mil empleos más. Ante ello, Guevara, G. (s.f.) precisó que para el 2018 se esperar lograr que el sector turístico aporte al país 548 mil empleos para los peruanos (República, 2018b).

Además, la inversión tanto privada como pública juega un rol importante en dicho sector porque para el año 2017 se invirtió solamente S/.7.200 millones en cuanto a infraestructura cuando hoy en día nuestro país se viene posicionando como uno de los destinos preferidos de miles de turistas extranjeros y nacionales. Por lo tanto, el Estado peruano debe invertir y motivar a empresas privadas a mejorar los servicios que ofrece este sector, para así continuar generando más ingresos al país (República, 2018c).

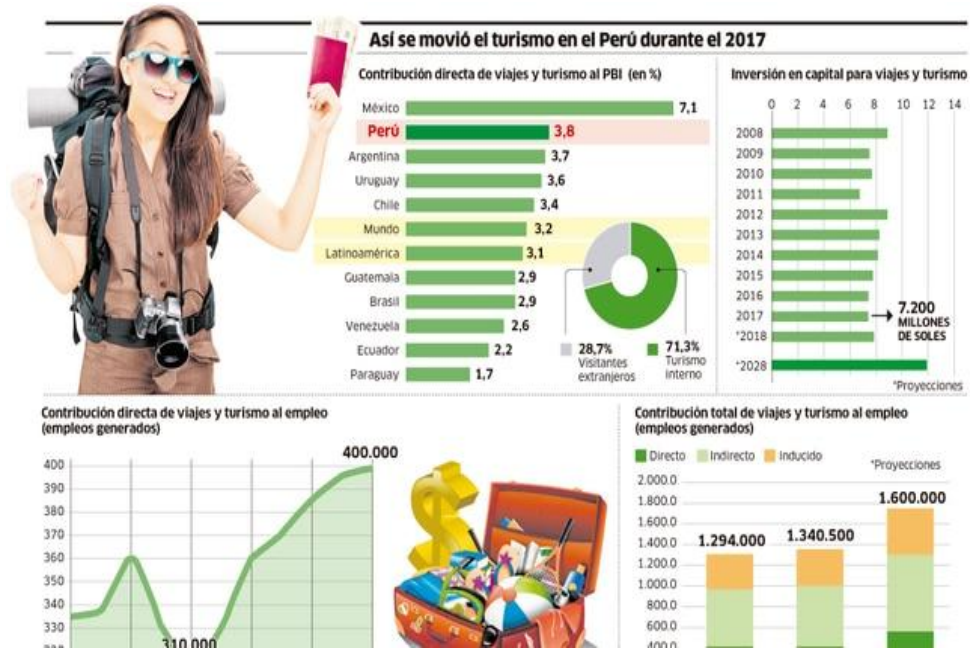


Figura 2: Turismo en Perú generó ingresos por más de US\$ 8 mil millones  
Fuente: (Estacio, 2018)

Por otro lado, nuestro país ha sido premiado tres veces por el World Travel Awards considerado como el “Oscar del Turismo”. Primero, por ser el mejor destino culinario, debido a que cuenta con una gran variedad de platos gastronómicos y con tres grandes restaurantes posicionados entre los 50 mejores del mundo. Segundo, por ser el mejor atractivo turístico para los turistas extranjeros gracias a Machu Picchu, también considerado como una de las siete maravillas del mundo. Y tercero, por ser el mejor destino cultural, ya que el país posee distintos monumentos arqueológicos y museos que demuestran y representan los antepasados del país (Gestión, 2018).

A su vez, cabe resaltar que, durante el mes de agosto del presente año, el Perú fue sede de los juegos Panamericanos y Parapanamericanos, posicionando al país ante los ojos del mundo, ya que este evento deportivo fue transmitido a nivel internacional por diferentes medios de comunicación (Turismo P. , 2019a)

Ante estos grandes eventos, el presidente de la Cámara de Nacional de Turismo precisó que fue la oportunidad más esperada por el país para demostrar la gran riqueza cultural que posee y seguir promocionándolo como destino turístico (Turismo P. , 2019b).

Incluso, se realizaron obras públicas en algunos distritos de la ciudad como: la restauración de coliseos deportivos y estadios, construcción de la villa deportiva, ciclovías y mejoramiento de pistas y veredas.

Por estas razones, el Perú continuará situándose como uno de los mejores destinos por visitar y conocer, de igual manera el sector turístico seguirá desarrollándose e impulsará el avance socioeconómico del país.

#### **2.2.1.4 PROMPERÚ**

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene como función principal la promoción del turismo y la imagen de nuestro país tanto a nivel nacional como internacional. Además, la de diseñar, elaborar y evaluar las estrategias y los planes de promoción, que ayudarán al país en la exportación de los bienes y los servicios generados.

PROMPERÚ tiene como misión enrumbar al Perú como destino pionero a nivel mundial, gracias al fomento y difusión de los destinos turísticos que posee, así como su imagen y sus productos de exportación aportando a la vez en el desarrollo continuo e integral del país.

Y su visión consiste en llegar a ser una de las agencias de promoción turística y exportaciones más importante y reconocida en Latinoamérica (PROMPERÚ, s.f.).

### **2.2.2 El lenguaje turístico**

#### **2.2.2.1 El lenguaje turístico: un lenguaje especializado**

El lenguaje del turismo es considerado como una lengua de especialidad porque posee diversas particularidades que lo diferencian de otros lenguajes. Antes de ello, se detallará en qué consiste la lengua de especialidad.

Para Cortelazzo (1994), las lenguas de especialidad son “variedades funcionales de la lengua que se han desarrollado históricamente en un determinado sector del conocimiento o en una esfera de la actividad humana, para satisfacer las necesidades comunicativas de dicho ámbito científico o profesional” (citado por Calvi, 2016, pág. 188).

Igualmente, Cabré (1993) afirma que:

Las lenguas de especialidad comparten con la lengua común características de tipo estructural como la morfología, la sintaxis o la formación del léxico, pero se diferencia de esta por tener terminologías propias, además de otros rasgos lingüísticos – sintácticos y estilísticos – pragmáticos y funcionales (citado en Martín, 2011a, pág. 572).

Ante lo citado anteriormente, en el artículo “*Aproximaciones al análisis de los discursos profesionales*” de López (2002) especifica cuáles son los componentes del lenguaje de especialidad en su nivel léxico, morfológico y sintáctico:

**El nivel léxico:** terminología (términos y unidades plurilexemáticas), colocaciones (combinaciones fijas de palabras) y fraseología.

**El nivel morfológico:** procedimientos específicos de derivación, es decir, nominalizaciones y usos específicos de los tiempos verbales.

**El nivel sintáctico:** sintagmas nominales complejos como: acumulación de núcleos nominales, complementos del nombre constituidos por adjetivos deverbales o largos sintagmas preposicionales; y sintagmas verbales, por ejemplo, construcciones pasivas con agente expreso (López, 2002, pág. 6).

Por lo tanto, se puede señalar que el lenguaje turístico es un lenguaje especializado pues posee una terminología propia para cada tipo de texto turístico. Además, embellece la realidad de un determinado lugar con el uso de adjetivos y frases positivas para así poder captar el interés del turista e incentivarlo a visitar dicha localidad (Martín, 2011b).

También, se debe manifestar que el lenguaje turístico presenta una diversidad temática y disciplinar dado que es empleado en distintos sectores como:

**Gastronomía:** descripción del territorio, valorización de recursos ambientales y artísticos

**Economía:** comercialización del producto turístico, estrategias del mercado

**Sociología:** definición de las motivaciones y de los tipos de turismo

**Psicología:** percepción del ambiente por parte del turista

**Otros:** historia, geografía, arquitectura, etc. (Calvi, 2005, citado en Martín, 2011c, pág. 572).

El lenguaje del turismo al ser un lenguaje de especialidad da lugar a un texto con características propias, en este caso, el texto turístico que más adelante se indicará porque su traducción es considerada como un gran reto hoy en día por el traductor profesional.

### 2.2.2.2 Características del lenguaje turístico

El lenguaje turístico presenta características propias, en cuanto a su nivel pragmático, lingüístico y funcional. A continuación, detallará cada uno de ellos:

- **Nivel pragmático**

Primero, se debe precisar en qué consiste la pragmática, para luego explicar más detalladamente este nivel en cuanto al lenguaje turístico. La pragmática es la disciplina encargada de estudiar la relación existente entre el mensaje, el contexto y los oyentes. Dicho de otra forma, analiza de qué manera los oyentes entienden el mensaje conforme al contexto (Cervantes, Pragmática, 2019). Por lo tanto, el nivel pragmático del lenguaje turístico está determinado por tres elementos: “a) la temática, b) los usuarios y c) la situación comunicativa” (Cabré, s.f. citado por Blanco, 2016a, pág. 51)

A continuación, se detallará estos tres elementos (Blanco, 2016b):

- a) La temática de los textos turísticos es heterogénea, debido a que el lenguaje del turismo es empleado en distintas disciplinas.
- b) Los usuarios son aquellas personas interesadas en emprender un viaje hacia un lugar determinado y recurren a buscar información de manera electrónica o tradicional, al igual que los profesionales del sector turístico.
- c) La situación comunicativa se puede llevar a cabo entre:
  - **Profesionales:** participan exclusivamente los profesionales del rubro turístico que ejercen su actividad dentro de agencias de viajes, hoteles, cruceros, cocina, etc.
  - **Profesionales y usuarios:** la comunicación que surge es semiespecializada y puede desarrollarse como una conversación, por ejemplo, cuando un usuario se dirige a una agencia de viaje para consultar sobre los precios de un vuelo hacia un país determinado, etc. También, esta comunicación puede realizarse a través de medios electrónicos como páginas web o escritos (folletos, guías, trípticos, etc.) que ofrecen información sobre destinos, actividades, festividades, etc.
  - **Usuarios y turistas:** gracias al mundo de Internet, hoy surgen comunicaciones a través de las redes sociales, blogs, etc. donde se

comparten experiencias, recomendaciones y opiniones. Asimismo, esta comunicación se da de manera real porque describen las situaciones tal y como son.

- **Nivel lingüístico:**

En este nivel se describirá el lenguaje del turismo desde el punto a) léxico y b) sintáctico. Para ello se tomará como referencia el estudio realizado por Durán Muñoz (2012) donde la autora reconoció cuáles son los errores más comunes que se producen en la traducción de textos turísticos (Blanco, 2016c):

- a) **Léxico**

- Utilización de adjetivos con la finalidad de distinguir y realzar el texto, por ejemplo, hermoso, soleado, increíble, cómodo, etc.
- Empleo de superlativos con adjetivos o con forma morfológica de manera recurrente, por ejemplo, el más viejo, el más visitado, etc.
- Selección minuciosa de las palabras para convencer al turista a viajar hacia un determinado destino, por ejemplo, encantador, maravilloso, tradicional, etc.
- Empleo de realia, es decir, términos culturales que no poseen, por lo general, equivalente específico en la lengua meta, por ejemplo, cancha, chicha de jora, ceviche, escabeche, etc.

- b) **Sintáctico**

- Uso de la forma imperativa con el fin de impulsar al turista a ser parte de la experiencia que el texto le brinda, por ejemplo, Ven y conoce Machu Picchu: La maravilla del mundo.
- Manejo del presente con el objetivo de causar en el turista la sensación de que el viaje será eterno.
- Presencia de la voz pasiva que abarca dinamismo y participación, por ejemplo, “ven y descubre los monumentos arqueológicos de esta región”.

- **Nivel funcional:**

Según Dann (s.f.), la función del lenguaje turístico es captar la atención del turista con el objetivo de que visite los lugares o destinos presentados por las agencias de viajes, folletos, guías, etc. (Blanco, 2016d). También, para De La Cruz (s.f.), la función del lenguaje es “influir en el comportamiento del público meta y dar información adecuada a los turistas” (citado en Blanco, 2016e, pág. 54).

Y, por otro lado, para Boyer y Viallon (1994) la función del lenguaje turístico es “*faire revenir*”, quiere decir, convencer al receptor para que regrese a visitar el país (Blanco, 2016f).

### 2.2.2.3 Propiedades del lenguaje turístico

En general, las propiedades del lenguaje se clasifican en convergentes y divergentes. La primera, está presente en casi todos los lenguajes, mientras que la segunda es propia del lenguaje turístico. En el siguiente cuadro se detallarán cuáles son cada una de ellas (Quintero, 2014a):

<b>Propiedades del lenguaje turístico</b>	
<b>Propiedades convergentes</b>	<b>Propiedades divergentes</b>
Funciones: expresiva, conativa o directiva, referencial o informativa, fática o de interacción, metalingüística y poética	Ausencia de la identificación del emisor
Estructura	Monólogo
Tiempo verbal	Euforia
Magia	Tautología

Tabla 2: Propiedades del lenguaje turístico

Fuente: Análisis del Lenguaje Turístico y Comparación de Materiales Promocionales: Nueva Zelanda (Quintero, 2014b, pág. 10)

## **A.- Propiedades convergentes del lenguaje turístico.**

### **a. Funciones**

En el turismo, las funciones que cumple el lenguaje turístico son empleadas de diversas maneras, principalmente con el fin de llamar la atención del turista (Quintero, 2014c):

- **Función expresiva:** está orientada al emisor del mensaje quien puede evidenciar sus sentimientos y transmitirlos con énfasis y expresividad empleando palabras de arrepentimiento, elogios o aceptación.
- **Función conativa o directiva:** apunta al receptor del mensaje cuyo comportamiento se refleja en el uso del imperativo y vocativo afectan. Esta función es empleada para dar una recomendación, una orden, una advertencia, un consejo, etc.
- **Función referencial o informativa:** el emisor emite una nueva información al receptor o el receptor solicita información al emisor.
- **Función fática o de interacción:** está relacionada en la manera en cómo se produce, se extiende y se termina la comunicación.
- **Función metalingüística:** emplea la reflexividad, es decir, “la habilidad del lenguaje para hablar de sí mismo y los códigos que emplea para transmitir el significado” (Dan, 1996, citado en Quintero, 2014d, pág. 11).
- **Función poética:** gracias a la utilización de la rima y la metáfora se puede transmitir el mensaje de manera especial.

### **b. Estructura**

La estructura es de gran importancia en los textos turísticos, en especial en los folletos, guías y publicidad. En el caso de la publicidad, su estructura sigue las pautas del discurso publicitario clásico AIDA que quiere decir “captar la ATENCIÓN del cliente, mantener el INTERÉS, crear DESEO y la ACCIÓN”. (North, 1990, citado por Quintero, 2014e, pág. 12).

Por otro lado, los folletos realzan las imágenes y sigue una estructura binaria para generar contraste en la información. Por ejemplo, dejar a un lado lo cotidiano para viajar al lugar paradisiaco que aparece en la imagen del folleto (Quintero, 2014f).



### c. Tiempo verbal

La utilización del tiempo en el lenguaje turístico va acorde al tipo de turista que va dirigido el texto, para ello se emplean estrategias como (Quintero, 2014g):

- **La negación del tiempo:** las vacaciones tienen un significado simbólico en la vida del individuo, pues es convertir los días de trabajo en días de descanso. Por tal motivo, se le debe ofrecer al turista la sensación de olvidarse por un momento de los horarios laborales para disfrutar del hecho de no hacer nada, dormir el tiempo que sea necesario y divertirse durante este período. Para lograr esa sensación, se debe emplearse el tiempo presente.
- **Tiempo parado o eterno:** el tiempo pasado tiene la finalidad de captar la atención del lector, pues el escritor señala los buenos tiempos como superiores al presente.
- **Cambio de tiempo:** se emplea el tiempo presente para convertir la información dudosa en información verídica.
- **Señalar o apuntar hacia el futuro:** esta estrategia consiste en dar a conocer un nuevo producto empleando el futuro perfecto. A través de este tiempo, el escritor logra que el turista se imagine utilizando, probando o visitando ese producto que probablemente le agrada en su mente. De ser así, el turista lo adquirirá después.

### d. Magia

Según Dann (1996), “la magia y la mitología transportan a otro mundo al cliente e inclusive lo hacen imaginar en un personaje ficticio, es decir, le ofrecen una realidad distinta alterando el tiempo y espacio” (citado por Quintero, 2014h, pág. 13).

El lenguaje turístico mediante el uso de esta función le proporciona al turista una realidad distinta a la suya donde puede vivir y explorar nuevas experiencias y lugares. Para ello, utiliza frases como “Bienvenidos al mundo de los sueños” (Quintero, 2014i).

## **B.- Propiedades divergentes del lenguaje turístico**

### **a. Ausencia de la identificación del emisor**

Esta función está presente en casi todos los textos turísticos, puesto que la mayoría de ellos no mencionan al autor y prefieren mantenerlo en anonimato, a excepción de las guías turísticas donde la identidad del autor es revelada (Quintero, 2014j).

### **b. Monólogo**

El monólogo está presente en la publicidad, donde la comunicación se realiza de manera unidireccional, es decir no hay participación por parte del receptor, ya que el emisor es quien trasmite el mensaje mediante imágenes, anuncios, etc. y el receptor, quien es el consumidor no puede responder dicho mensaje, pero lo interpreta a su manera (Quintero, 2014k).

### **c. Euforia**

El lenguaje turístico se caracteriza por emplear términos positivos que embellecen el texto incentivando de esta manera al turista a continuar con la lectura. Además, con esta estrategia se logra “omitir la realidad y las dificultades de la población local y el destino” (Dann,1996, citado por Quintero, 2014l, pág. 15).

### **d. Tautología**

Hoy en día, gracias a la promoción del turismo mediante guías, folletos, páginas web, etc. las imágenes de diversos lugares del mundo están disponibles para todos. Por ello, el turista al visitar un lugar confirma lo que el texto le ha mostrado previamente a su viaje para luego transmitir su mensaje hacia los demás, de esto se trata el círculo tautológico (Quintero, 2014m).

## **2.2.3 El texto turístico**

### **2.2.3.1 Definición y características del texto turístico**

Antes de determinar la definición del texto turístico, se debe dar a conocer qué es el texto en sí, para ello, Bernárdez (1982) otorga una explicación muy clara:

El texto es una unidad lingüística comunicativa fundamental, producto de la actividad verbal humana, que posee carácter social. Se caracteriza por su cierre semántico y comunicativo y por su coherencia, debida a la intención comunicativa del hablante de crear un texto íntegro, y a su estructuración mediante dos conjuntos de reglas: las de nivel textual y las del sistema de la lengua (citado por Alexopoulou, 2011a, pág. 99)

Ahora, los textos turísticos según Kelly (1997) consisten en textos redactados por entidades públicas o privadas con el objetivo de informar, promocionar y fomentar el turismo (Fuentes, 2005).

Asimismo, Fischer, (s.f.), señala que el texto turístico “es todo escrito dirigido al público en general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades específicas de un lugar y sugiere su visita” (párr.1).

A la vez, Ponce (2006), indica que los textos turísticos son “un conjunto de documentos que informa sobre las cualidades (arquitectónicas, paisajísticas, geográficas...) de un determinado lugar y entorno que, además cumple con una finalidad eminente publicitaria al pretender sugerirnos la visita de los lugares descritos” (citado por Belaimeche, 2014, pág. 15).

Por otro lado, González, (2012) define los textos turísticos de una manera más extensa abarcando sus modalidades textuales que han surgido gracias a la globalización y considerándolo como un texto especializado.

El texto turístico es un texto multifuncional, multidiscursivo y multidisciplinario, cuyo denominador común es informar, promocionar o convencer al destinatario de un determinado producto turístico. Sin embargo, en el texto turístico también tienen cabida textos especializados y profesionales cuyos destinatarios son los mismos profesionales del sector, así como nuevas modalidades textuales surgidas del uso de géneros discursivos novedosos, como son los blogs, los foros, los libros de visita o las páginas web privadas e institucionales de promoción de hoteles, vinculados todos ellos a Internet (p.118).

### 2.2.3.2 Funciones del texto turístico

Según Calvi & Bonomi (2016), en su capítulo *El lenguaje del Turismo: de los textos especializados a la comunidad del viajero* señalan que las principales funciones que poseen los textos turísticos son las siguientes:

- **Informar:** es una de las funciones principales de los textos turísticos, debido a que diariamente otorgan al lector información práctica y novedosa, por ejemplo, transporte: salida de buses, vuelos, etc.; horarios: a qué hora abre un restaurante; infraestructura, etc., como también información de índole más elevada, por ejemplo, gastronomía: qué platos típicos probar; lugares históricos: cuáles puede visitar según su interés; museos: porqué ese museo es el más visitado en el país, etc.
- **Persuadir:** esta función varía según la finalidad del texto y lo que se desea lograr en el lector. Por ejemplo, las guías turísticas persuaden al turista a viajar y visitar un país determinado.
- **Dirigir:** esta función consiste en guiar al lector, por ejemplo, los programas de viaje traen consigo instrucciones que deberán seguir los turistas durante su estadía; las guías (incluyendo las exposiciones orales de los guías) conducirán al visitante hacia ciertos lugares turísticos.

### 2.2.3.3 Los géneros turísticos y su clasificación

El texto es “un objeto abstracto, pero al mismo tiempo un objeto concreto que se manifiesta como resultado de un acto de enunciación” (Alexopoulou, 2011b, pág. 103)

Para Adam (1992), no existen textos netamente puros, ya que estos están compuestos de manera compleja y su tipología es variada, es decir, el texto “es una estructura jerárquica compleja que contiene  $n$  secuencias – elípticas o completas del mismo tipo o de tipos diferentes” (citado en Alexopoulou, 2011c, pág. 104). Por lo tanto, las secuencias son las segmentaciones que permiten unir un texto. El autor reconoce que existen cinco secuencias prototípicas: la descriptiva, la narrativa, la expositiva, la argumentativa y la dialogada.

En el caso del turismo, los primeros textos turísticos fueron las primeras guías turísticas publicadas en la década de 1830 por el editor inglés John Murray y el alemán Karl Baedeker con el fin de proporcionar información a la sociedad de aquel entonces sobre viajes. Junto a las guías empezaron a salir otros géneros como folletos que describen al turista los lugares que puede recorrer durante su estadía, reportajes y otros artículos especializados en turismo (Calvi, Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de traducción, 2010)

Para definir el género textual tomaremos el concepto del Plan Curricular del Instituto Cervantes (2008)

Se entiende por “género”, en un sentido amplio, una forma de comunicación reconocida como tal por una comunidad de hablantes; en consecuencia, restringiendo ese sentido al ámbito de la comunicación por medio de la lengua, se pueden definir como clases de textos identificados por el hablante como tales a lo largo de la Historia. Se trata pues, de una realidad de carácter sociocultural sujeta a variación, tanto intercultural como intracultural, si bien dentro de una comunidad cada género comparte unos rasgos que lo hacen reconocible y que permiten su descripción y análisis. Esta perspectiva parte de la consideración de “texto” como un fragmento de lengua utilizado para llevar a cabo un acto o acontecimiento comunicativo de tipo discursivo. Cuando dicho texto presenta una serie de características en particular, se puede decir que pertenece a un determinado género (citado en Martín, 2011d, pág. 577).

Sumado a ello, para clasificar los géneros, se deben analizar en diferentes fases. De acuerdo con Bhatia (2002), primero se debe conocer cuál es su función comunicativa, ya sea, persuadir, informar o dirigir. Segundo, analizar de qué forma este propósito comunicativo puede ser reflejado en los valores retóricos y genéricos, por ejemplo, narración, exposición, argumentativo, etc. Y tercero, determinar qué estructuras léxicas y gramaticales, tiempos verbales, etc. fueron empleados. Asimismo, según el autor la unión de distintos elementos retóricos permite clasificar los géneros en grupos con los mismos fines comunicativos, por ejemplo, géneros promocionales, géneros informativos, etc. Y a su vez, se pueden distinguir géneros específicos dentro de ellos (Martín, 2011e).

Luego de lo mencionado, Calvi (2010) propone una tipología amplia y extensa de los géneros turísticos segmentada en cuatro niveles: “familia de género, macrogénero, género y subgénero” (citado por Déniz, 2015a, pág.41).

A continuación, se detallará cada una de ellas. Primero, la categoría de la familia de géneros está conformada por (Déniz, 2015a):

- **Géneros editoriales:** están conformados por textos que son redactados por una editorial, por ejemplo, las guías de viaje, las revistas de viaje y turismo, etc.
- **Géneros institucionales:** son aquellos textos turísticos elaborados por organismos oficiales (municipalidades, gobiernos nacionales, entidades locales, etc.) que tienen como finalidad dar a conocer un destino turístico, por ejemplo, folletos, páginas web institucionales, anuncios de destinos turísticos, etc.
- **Géneros comerciales:** son textos elaborados especialmente por agencias de marketing o empresas dedicadas en el sector turístico y su objetivo es persuadir al lector a comprar un producto determinado, por ejemplo, catálogos de viaje, folletos de hoteles, páginas web de agencias, etc.
- **Géneros organizativos:** abarcan los textos que son generados en centros comerciales, por ejemplo, reservas, facturas, cartas, informes, etc.
- **Géneros legales:** están compuestos por textos que son realizados por entidades administrativas y legales, por ejemplo, reglamentos, normas respecto al sector turístico, etc.
- **Géneros académicos y científicos:** están conformados por artículos, ensayos, investigaciones, libros sobre sociología, antropología del turismo, etc.
- **Géneros informales:** son aquellos textos redactados por los mismos viajeros que dan a conocer sus viajes y sus experiencias en un lugar determinado después de haberlo visitado. Por ejemplo: foros, blogs de viajes, etc.

Segundo, los macrogéneros abarcan (Déniz, 2015b):

- **Guías de turismo:** son publicaciones elaboradas por editoriales con la finalidad de ofrecer información práctica y breve, además estos textos contienen imágenes, mapas, fotografías, etc.
- **Folletos:** por lo general, son textos gratuitos que contienen información descriptiva con imágenes.
- **Revistas de viaje y turismo:** en estos textos se puede encontrar artículos, reportajes, guías, anuncios, etc.
- **Catálogos de viaje:** se caracterizan por contener una gran cantidad de elementos gráficos y fotografía, y pueden estar disponibles en físico o de manera electrónica. Principalmente, abarcan programas de viajes, fichas de hoteles, cruceros, restaurantes, etc.
- **Páginas web:** son creadas por instituciones nacionales, municipales con la finalidad de promocionar un producto o un destino. Asimismo, se caracterizan por ofrecer una información enriquecida y coherente al lector.

Y por último, los géneros constituyen según (Déniz, 2015c):

- **Guía descriptiva:** se caracterizan por ser textos informativos de amplia extensión y su estilo depende del macrogénero, al lector que va dirigido, del formato, del tipo de distribución, etc.
- **Itinerario:** nacen de las guías descriptivas, pero son textos más dinámicos que consisten en describir e indicar las etapas de una visita teniendo en cuenta el tiempo y el espacio.
- **Guía práctica:** contienen información acerca de hoteles, restaurantes, centros comerciales, etc. y poseen gráficos junto con fotografías. Suelen encontrarse en secciones como: ¿dónde comer? ¿dónde dormir? de las guías turísticas, folletos, etc.
- **Programa de viaje:** Ofrecen al lector servicios que son ofertados por una agencia y suelen encontrarse en catálogos, páginas web, etc.
- **Reportaje:** forman parte del género periodístico y son textos enfocados en un viaje determinado.

- **Anuncio:** forman parte exclusivamente del género de publicidad y son llevados a cabo por instituciones con la finalidad de crear identidad cultural.
- **Informe de turismo:** es redactado por especialistas en el ámbito económico o sociológico.

#### 2.2.3.4 Las páginas web turísticas

Debido a la era digital que hoy vivimos, podemos tener a nuestro alcance información de diferente índole solamente con un “click”. Para caso del sector turístico, el Internet ofrece grandes ventajas. Una de ellas es que el turista puede informarse sobre el destino que desea conocer sin necesidad de dirigirse a una agencia de viaje, incluso puede comprar un boleto aéreo a un buen precio. Actualmente, las páginas web son el medio de comunicación más utilizado, debido a que son accesibles, interactivas, novedosas y ofrecen información de manera breve y precisa.

A continuación, se detallará cuáles son las principales características de las páginas web que cada vez captan la atención de miles de turistas para buscar información sobre el país que desean visitar y empezar a planificar su viaje con anticipación. Para Rodríguez (2012), estas características son las siguientes (Blanco, 2016g):

- La interactividad: pueden compartir la información mediante blogs, redes sociales, foros, etc.
- Utilización de imágenes, videos, sonido.
- Difusión de la información de manera rápida.
- Acceso a la información de forma eficaz.
- Efectividad.

Además, las páginas web relacionadas al turismo son elaboradas y redactadas por instituciones, organizaciones, empresas, comunidades de viajeros, etc. dedicadas a este sector y la información a su vez se encuentra detallada por secciones como: lugares turísticos, gastronomía, deportes, monumentos históricos, etc., de esta manera el lector se dirigirá directamente a la información que desea saber.



### 2.2.3.4.1 Portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL

PERÚ TRAVEL es el portal oficial de turismo que ha sido elaborado por PROMPERÚ con el fin de informar al turista nacional y extranjero sobre las riquezas que posee el Perú desde su gastronomía hasta sus tradiciones. Dicho portal web se encuentra disponible en ocho idiomas: inglés, español, portugués, francés, alemán, italiano, japonés y coreano.

A la vez, la información se encuentra dividida en cinco secciones denominadas: Sobre Perú, ¿Dónde ir?, ¿Qué hacer?, Planifica tu viaje y Ofertas. Además, el lector puede interactuar con otros usuarios a través de redes sociales.

Por otro lado, se debe hacer mención que este portal web utiliza imágenes y videos reales para que así el lector se sienta más atraído por conocer el Perú. Por ejemplo, al ingresar al portal web, lo primero que llamará la atención del lector será la imagen de Machu Picchu, una de las siete maravillas del mundo. También, cuenta con una sección de agenda cultural y noticias donde el lector podrá informarse de cuáles son las próximas actividades culturales que se desarrollarán en el país y los acontecimientos que están sucediendo actualmente.



Figura 3: Portada del Portal oficial de turismo PERÚTRAVEL

Fuente: (TRAVEL, s.f.)

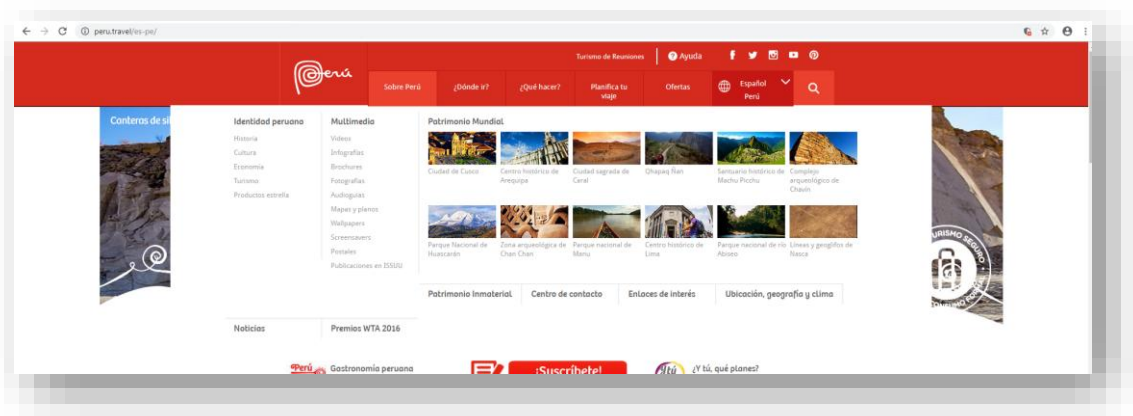


Figura 4: Sección “Sobre Perú” del portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL  
Fuente: (TRAVEL, s.f.)

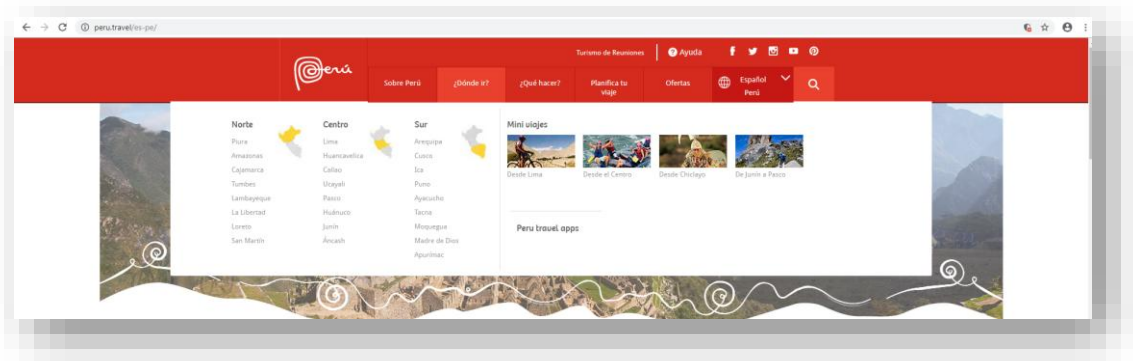


Figura 5: Sección “¿Dónde ir?” del portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL  
Fuente: (TRAVEL, s.f.)

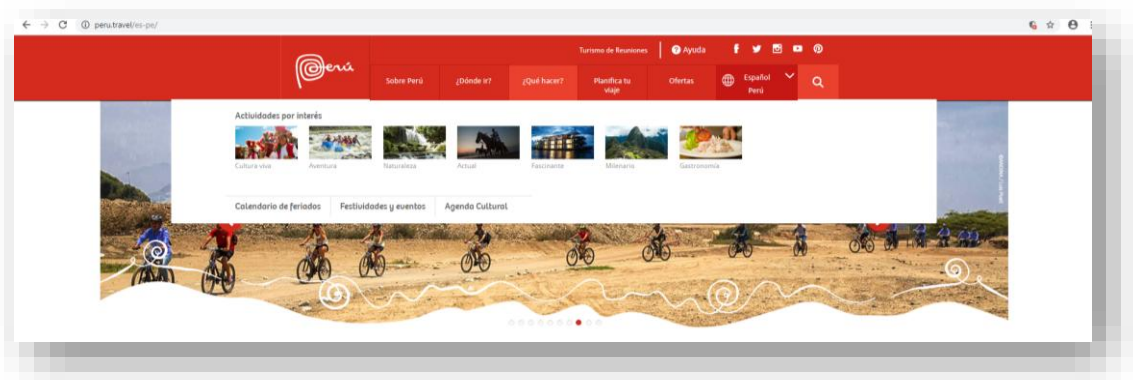


Figura 6: Sección “¿Qué hacer?” del portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL  
Fuente: (TRAVEL, s.f.)



Figura 7: Sección “Planifica tu viaje” del portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL  
 Fuente: (TRAVEL, s.f.)

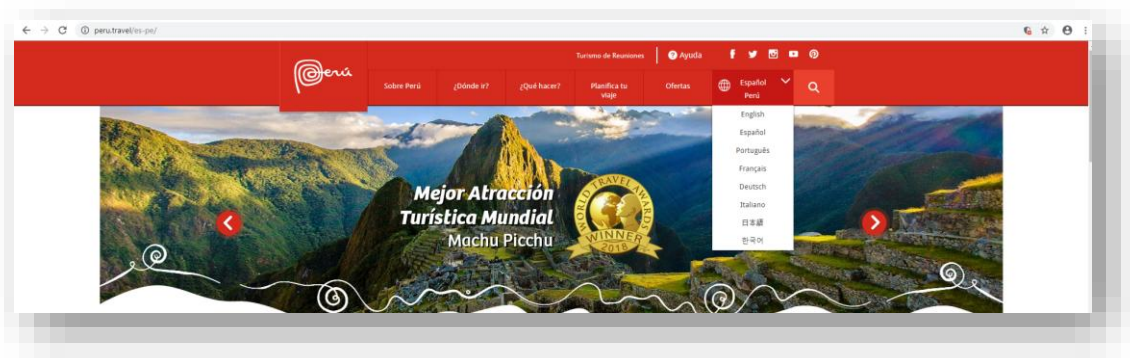


Figura 8: El portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL se encuentra disponible en 8 idiomas.  
 Fuente: (TRAVEL, s.f.)

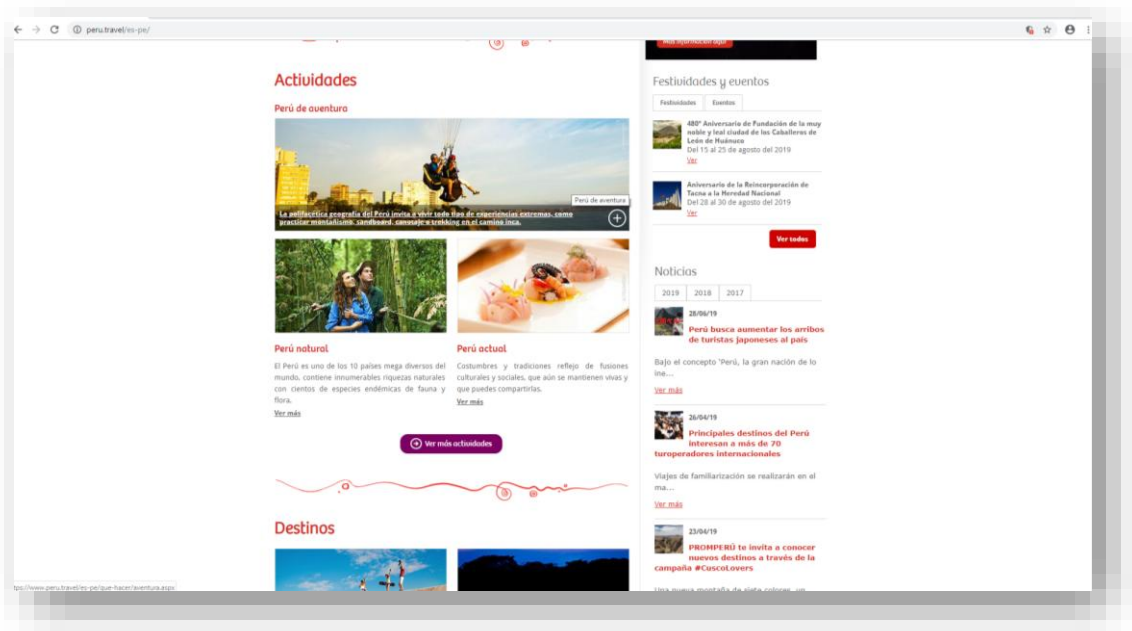


Figura 9: Agenda cultural y sección noticias del portal oficial de turismo PERÚ TRAVEL  
Fuente: (TRAVEL, s.f.)

## 2.2.4 La traducción especializada de textos turísticos

### 2.2.4.1 Definición y características de la traducción especializada

La traducción de textos especializados consiste en traducir textos que van dirigidos a expertos y utilizan un lenguaje de especialidad como: lenguaje técnico, científico, económico, etc. Para que el traductor pueda llevar a cabo este tipo de traducción debe contar con conocimientos previos sobre el tema que va a traducir.

En el artículo “*Las características específicas de la traducción técnica*” se señala cuáles son las particularidades de este tipo de traducción y qué competencias debe disponer el traductor a la hora de traducir textos especializados (Gamero, s.f.a):

Características de funcionamiento textual		Competencias requeridas
Importancia del campo temático	→	Poseer conocimientos del campo temático

Utilización de terminología específica	→	Saber aplicar la terminología adecuada en la lengua de llegada
Presencia de géneros característicos	→	Dominar los rasgos convencionales de los géneros en la lengua de llegada
<b>SABER DOCUMENTARSE</b>		

*Tabla 3:* Características específicas de la traducción técnica y sus competencias según Gamero

Fuente: (Gamero, s.f.b)

#### 2.2.4.2 La traducción de textos turísticos

Para la gran mayoría de traductores profesionales, traducir textos turísticos es un gran desafío por enfrentar, puesto que son textos que se caracterizan principalmente por abarcar distintos temas según el género y distintas disciplinas como la arquitectura, la historia, la geografía, la economía, etc. Según Fuentes y Le Poder (2005), la traducción de textos turísticos requiere de una atención minuciosa, debido a que unen diversos elementos de diferentes disciplinas y distintos códigos:

En su versión original, un texto turístico es el resultado de un complejo proceso que conlleva una gran dosis de marketing, cultura (en el sentido más amplio del término), y el uso de diferentes sistemas lingüísticos y semióticos, todo en forma muy concentrada. Se podría pensar que la versión traducida debería seguir, al menos, en principio, las mismas convenciones. Sin embargo, no siempre es así y a menudo ven la luz de traducciones poco acertadas que comprometen seriamente el objetivo del producto final (ciado en González, 2012, pág. 154).

En los últimos años, diversos estudios de traductología señalan que el texto turístico tiene cierta semejanza con el texto publicitario. Por ejemplo, Nobs determina que la función de los textos turísticos guarda relación con los textos publicitarios porque también pueden provocar una sensación en el lector (Pastor, 2012a).

Por otra parte, en los textos turísticos, el idioma inglés cumple un rol muy importante como lengua franca, debido a que es muy usual encontrar hoy en día anglicismos que han pasado a ser parte de nuestro lenguaje del día a día como:

boarding pass, catering, checking, etc. o calcos derivados del inglés, por ejemplo, aire acondicionado, etc. (Pastor, 2012b). Gracias a la globalización que se vive actualmente, el inglés se ha convertido en un idioma global que une y comunica a personas de diferentes partes del mundo con culturas, costumbres, clases sociales y religiones distintas.

No obstante, en la traducción de textos turísticos existe una problemática aún por solucionar. Se trata sobre la calidad de las traducciones con la que se efectúan los textos en este campo de la traducción, a su vez la falta de profesionalismo es evidente, debido a que estas traducciones son efectuadas por personas que carecen de estudios de traducción, pero cuentan con los conocimientos de la lengua y la cultura. A causa de esto, han nacido nuevas investigaciones que plantean que es necesario que se implementen más cursos sobre la traducción turística en las universidades o institutos. (Pastor, 2012c).

Al momento de efectuar la traducción de textos turísticos, los traductores deben tener en cuenta dos características primordiales de estos textos: la multifuncionalidad y la multitextualidad. También, deben enfocarse en la combinación de distintos códigos semióticos que poseen, según Fuentes y Le Poder (2005) esta combinación se refiere a:

Una eficaz combinación de elementos gráficos, iconos y textuales. Los contenidos, la distribución, el diseño y la edición de los distintos sistemas semióticos son de una importancia clave a la hora de provocar un efecto positivo en el lector y lograr los objetivos informativo y persuasivo deseados (citado en Pastor, 2012d, pág. 117).

Por otro lado, la traducción de textos turísticos demanda al traductor de poseer una gran biculturalidad para que sea capaz de saber enfrentar la traducción de los culturemas, de esta manera podrá transmitir de manera precisa la información del texto origen al texto meta (Pastor, 2012e).

También, necesitará contar con un “alto nivel de sensibilidad intercultural” (Katan, 1999, citado por (González & Cuadrado, 2014, pág. 347)). Además, se debe tener en cuenta que el traductor como mediador tiene dos formas de actuar durante el proceso de la traducción. Primero, el traductor debe tener un enfoque bicultural para

que así pueda dar solución a las diferencias existentes entre signo y significado de las culturas. Segundo, debe desempeñarse como un lector crítico debido a que tiene la oportunidad de leer el texto origen de manera cautelosa antes de ejecutar la traducción. (González & Cuadrado, 2014).

Se puede decir que los textos metas exigen al traductor poseer conocimientos previos no solamente de ambas cultural sino también del mundo. Y a medida que el traductor efectúa la traducción irá empleando técnicas de traducción conforme a los problemas que se le presente durante el proceso (González & Cuadrado, 2014).

#### **2.2.4.3 Dificultades al traducir textos turísticos**

Según (Durán Muñoz, 2012), en su artículo titulado “Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones”, planteó que las principales dificultades que enfrenta el traductor profesional son las siguientes:

- a) **Nombres propios de personas, museos, instituciones, entre otros:** los textos turísticos se caracterizan por la presencia de nombres propios de personajes históricos, museos, restaurantes, países, etc. que muchas veces el traductor no sabe con exactitud si debe traducirlos o mantenerlos tal cual en el texto meta. Algunos de ellos cuentan con una traducción oficial en la lengua meta y otros es preferible mantenerlos como están en el texto original, para así evitar confusiones en el lector meta. La autora recomendó que el traductor debe documentarse previamente para realizar una traducción adecuada y no incurrir en errores. Otra dificultad que planteó fue la traducción de los culturemas de flora y fauna, pues estos adquieren nombres diferentes en cada país, para ello el traductor debe saber para dónde y para quién va dirigida la traducción (Durán Muñoz, 2012).
  
- b) **Topónimos:** Para poder efectuar la traducción de los topónimos, también será necesario que el traductor se documente, puesto que al igual que el caso anterior, los topónimos pueden presentar una gran variedad de equivalentes como carecer de ellos. En los textos turísticos se pueden

encontrar topónimos combinados con accidentes geográficos (lagos, montañas, ríos, lagos, etc.) y

- Al ser topónimos muy frecuentes y conocidos en ambas culturas (original y meta), cuentan con un equivalente en la lengua meta, por ejemplo, Nile river, en español Río Nilo.
- Cuando el nombre del accidente geográfico corresponde también al nombre propio del topónimo, se traducen manteniendo el nombre propio del topónimo y añadiendo el equivalente del accidente geográfico.
- Los topónimos que incluyen el tipo de accidente geográfico en su nombre propio y se pueden traducir en la lengua meta, por ejemplo, Loch Ness, en español Lago Ness (Durán Muñoz, 2012).

c) **La traducción inversa:** En el sector turístico, la traducción inversa no es desarrollada por traductores profesionales, sino por personas que poseen conocimientos de una lengua extranjera. La traducción al ser realizada por estas personas da lugar a un texto de baja calidad que en ocasiones presenta errores de traducción, faltas ortográficas y en algunos casos incoherencia. Por eso, se debe realizar una revisión exhaustiva antes de entregar la traducción y las empresas dedicadas a este rubro deben invertir en contratar traductores profesionales quienes cuentan con las competencias necesarias para traducir textos turísticos, debido a que al fin y al cabo la función de estos textos es informar y persuadir al lector a viajar (Durán Muñoz, 2012).

d) **Los neologismos:** Los traductores de textos turísticos cada vez se deben enfrentar a la traducción de neologismos, adaptando el equivalente a la lengua de llegada para así no alejar el texto meta del original. La presencia de nuevas palabras hace que el texto sea más interesante para el lector (Durán Muñoz, 2012).

e) **Fuentes de referencia:** Para realizar la traducción de cualquier tipo de texto, será necesario que traductor se documente utilizando recursos



terminológicos, como diccionarios, glosarios, enciclopedias y textos paralelos, ya que de esta manera podrá adquirir la fraseología y terminología propia de la temática que va a traducir. En el caso de la traducción turística existe una escasez de fuentes de referencia, por lo que el traductor debe de realizar una búsqueda más exhaustiva recurriendo a otros medios como consultas por foros, páginas web que contengan la misma temática, etc. (Durán Muñoz, 2012).

## **2.2.5 Los culturemas**

### **2.2.5.1 Definición de los culturemas**

En 1970, Vlahov y Florin pusieron en conocimiento el término *relia* para referirse a “los elementos del texto que muestran color social e histórico” (Pastor, 2012, pág. 99).

Luego, Nord (1997) definió el término *culturema* como:

Un fenómeno social de una cultura A que es considerado relevante por los miembros de esa cultura y que, cuando se compara como un fenómeno social correspondiente en la cultura B, se encuentra que es específico de la cultura A. (citado en Pastor, 2012, pág. 101).

Y, Molina (2006) sugirió su definición como:

Un 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 (pág. 79).

## 2.2.5.2 Clasificación de los culturemas

### 2.2.5.2.1 Vlahov y Florin

Clasifican el término realia en cuatro categorías:

<b>Realia</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Geográficos y etnográficos</li><li>• Folclóricos y mitológicos</li><li>• Objetos cotidianos</li><li>• Sociales e históricos</li></ul>

*Tabla 4:* Clasificación del término realia según Vlahov y Florin  
Fuente: (Pastor, 2012, pág. 103)

### 2.2.5.2.2 Nida

Plantea que los culturemas se clasifican en:

<b>Culturemas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ecología</li><li>• Cultura social</li><li>• Cultura religiosa</li><li>• Cultura lingüística: hace referencia a la fonología, morfología, sintaxis y léxico.</li></ul>

*Tabla 5:* Clasificación de los culturemas según Nadia  
Fuente: (Pastor, 2012, pág. 103)

### 2.2.5.2.3 Nord

Denomina a los culturemas como referentes culturales y realiza su categorización de acuerdo a su función textual (Pastor, 2012):

<b>Función textual de los referentes culturales</b>	
<b>Función referencial</b>	Se refiere a objetos y fenómenos de un lugar o un lugar específico. En cuanto a los referentes culturales pueden tener la función informativa o didáctica. Se debe tener en cuenta que cada cultura (origen y meta) tiene una manera particular para referirse a la realidad.
<b>Función expresiva</b>	Consiste en la manera en como el emisor reacciona a las objetos y fenómenos de un lugar. Aquellas reacciones pueden ser: emotiva (transmite sensaciones) o evaluativa (toma de decisiones).
<b>Función apelativa</b>	Esta función alude a la convención para obtener una respuesta por parte de los receptores.
<b>Función fática</b>	Consiste en empezar, continuar y terminar una comunicación.

Tabla 6: Tipos de culturemas de acuerdo a su función textual según Nord  
Fuente: (Pastor, 2012)

#### 2.2.5.2.4 Katan

Señala que los culturemas actúan como un proceso en todos los niveles. Para dicho autor, los culturemas poseen seis niveles lógicos y actúan de la siguiente manera (Pastor, 2012):

<b>Niveles lógicos de los culturemas</b>	
<b>El entorno</b>	Tenemos entorno físico, ideológico, el clima, el espacio, las viviendas y construcciones. Asimismo, está conformado por la forma de vestirse, los olores, la comida, las divisiones y los marcos temporales.
<b>La conducta</b>	Son las maneras de comportarse en cada cultura.
<b>Las capacidades, estrategias y habilidades para comunicarse</b>	Este nivel se enfoca en la transmisión del mensaje ya sea de manera escrita, oral o no verbal.
<b>Los valores</b>	Son los valores que conservan una sociedad determinada y el nivel que poseen en ella.
<b>Las creencias</b>	En algunas ocasiones, las creencias pueden provocar malinterpretaciones, debido a que

	cada cultura tiene sus propias creencias y costumbres.
<b>La identidad</b>	Es el nivel superior de todos los niveles anteriores.

*Tabla 7:* Tipos de niveles lógicos de los culturemas según Katan  
Fuente: (Pastor, 2012)

#### 2.2.5.2.5 Molina

Propone una clasificación de culturemas más extensa:

<b>Clasificación de los culturemas según Molina</b>	
<b>Medio natural</b>	Flora, Fauna, fenómenos atmosféricos, climas, vientos, paisajes (naturales y creados), topónimos.
<b>Patrimonio cultural</b>	Personajes (reales o ficticios). Hechos históricos, conocimiento religioso, festividades, creencias populares, folklore, obras y monumentos emblemáticos, lugares conocidos, utensilios, objetos, instrumentos musicales, técnicas empleadas en la exploración de la tierra, de la pesca, cuestiones relacionadas con el urbanismo, estrategias militares, medios de transporte, etc.

<p><b>Cultura social</b></p>	<p>Convenciones y hábitos sociales: el tratamiento y la cortesía, el modo de comer, de vestir, de hablar, costumbres, valores morales, la distancia física que mantienen los interlocutores, etc.</p> <p>Organización social: sistemas políticos, legales, educativos, organizaciones, oficios y profesiones, monedas, calendarios, eras, medidas, etc.</p>
<p><b>Cultura lingüística</b></p>	<p>Transliteraciones, refranes, frases hechas, nombres propios con significado adicional, metáforas generalizadas, asociaciones simbólicas, interjecciones, blasfemias, insultos, etc.</p>
<p><b>Interferencia cultural</b></p>	
<p><b>Falsos amigos culturales</b></p>	<p>Se refieren al mismo concepto, comportamiento o gesto con diferente connotación cultural. Existen dos tipos: falsos amigos culturales y falsos amigos parciales.</p>
<p><b>Injerencia cultural</b></p>	<p>Se trata cuando en el texto original existen elementos culturales propios de la cultura meta.</p>

*Tabla 8:* Tipología de culturemas según Molina  
Fuente: (Molina, 2006, pág. 85)

## **2.2.6 Los errores de traducción**

### **2.2.6.1 Definición de los errores de traducción**

Para Cruces, el error de traducción consiste en “la ruptura de las reglas de coherencia de un texto traducido, sean éstas de tipo gramatical, de combinabilidad léxica, congruencia semántica o de conformidad al conocimiento del mundo y de la experiencia acumulada” (Cruces, 2001, pág. 814).

Según Hurtado (2001a) el error de traducción es “una equivalencia inadecuada para la tarea traductora encomendada” (pág. 289).

### **2.2.6.2 Clasificación de los errores de traducción.**

#### **2.2.6.2.1 Según Delisle: falta de lengua y de traducción**

Delisle, prefiere referirse al término error como falta, por ello, distingue entre falta de lengua y falta de traducción. La primera, consiste en “un error que figura en el texto de llegada y que está vinculado a un desconocimiento de la lengua de llegada” (Delisle, 1993, citado por Hurtado, 2001b, pág. 290). Los traductores comenten este tipo de falta, debido a que carecen de léxico, no dominan las reglas gramaticales o las normas de redacción de la lengua meta. La segunda, es “un error que figura en el texto de llegada que procede de una interpretación errónea de un segmento del texto de partida y que suele producir un falso sentido, un contrasentido o un sin sentido” (Delisle, 1993, citado por Hurtado, 2001c, pág. 291) Su cometido se debe a que existen traductores que aún no saben emplear de manera correcta los procedimientos de traducción.

Las faltas de lengua, según la autora, están clasificadas en: “ambigüedad, barbarismo, formulación incomprensible, equívoco, impropiedad, pleonismo, repetición, solecismo, zeugma” (Hurtado, 2001d, pág. 291).

Por otro lado, las faltas de traducción están compuestas por: “la adición, el anglicismo, el contrasentido, el falso amigo, el falso sentido, la hipertraducción, la interferencia, el sin sentido, la omisión, la paráfrasis, la subtraducción, la sobretraducción, la traducción libre” (Hurtado, 2001e, pág. 291).

#### **2.2.6.2.2 Según Dancette**

Para Dancette (1989), el error de traducción surge a partir de “una incomprensión a causa de una mala decodificación lingüística (*mauvais décodage linguistique*) o errores en las operaciones cognitivas (*erreurs dans les opérations cognitives*)” (citado por Vásquez, 2013a, pág. 33). El primero origina errores de tipo morfológico, sintáctico, semántico o léxico, mientras que el segundo ocasiona construcción de inferencias erróneas y dificultades para comprender los elementos que se encuentran de manera implícita en el texto original.

Al mismo tiempo, la autora señala que el error puede localizarse en seis niveles: código tipográfico (comprensión errónea de abreviaturas), morfología (comprensión de un sustantivo en vez de un adjetivo), léxico (palabras polisémicas, expresiones idiomáticas, etc.), empleo del contexto con la finalidad de seleccionar el significado de las palabras y expresiones (palabras y expresiones cuya interpretación se basa en el contexto), utilización del contexto con el fin de otorgar una definición a las relaciones sintácticas y semánticas (relaciones inter o intra oraciones que enlazan las estructuras sintácticas y semánticas) y manejo de conocimientos extralingüísticos (a nivel pragmático o nocionales) (Hurtado, 2001). Los tres primeros niveles implican los conocimientos lingüísticos y los tres últimos tienen que ver con el comportamiento del receptor (Vásquez, 2013b).

#### **2.2.6.2.3 Según Wilss**

Existen dos tipos de errores de traducción. El primero se trata sobre los errores a nivel de competencia receptiva y el segundo son errores en cuanto a la competencia reproductiva.

Los errores a nivel de competencia receptiva surgen debido a una mala comprensión, mientras que los otros errores a nivel de competencia reproductiva aparecen a causa de una errónea restitución. Para este autor, los traductores deben tener en cuenta que existen dos pasos esenciales durante el proceso de la traducción: la lectura y la comprensión del texto, y la realización de la traducción del mismo (Vásquez, 2013c).



#### 2.2.6.2.4 Según Nord

Nord indica que una sola palabra o expresión no tiene la cualidad de ser incorrecta, al contrario, es el receptor quien le confiere dicha cualidad. Para la autora, los errores de traducción nacen cuando el traductor no sigue de manera correcta las instrucciones para efectuar la traducción. Por ello, señala tres clases de errores:

- **Errores pragmáticos:** son aquellos que surgen debido a que no se cumplen con las instrucciones de la traducción encargada.
- **Errores culturales:** son aquellos que no corresponden con las normas y convenciones estilísticas de la cultura de llegada.
- **Errores lingüísticos:** son aquellos errores gramaticales, léxicos, ortográficos, puntuación, etc. en la lengua de llegada.

Adicionalmente, la autora recalca que los errores pragmáticos son errores graves, puesto que pueden transmitir una información inapropiada al lector. En cuanto a los errores culturales, no imposibilitan la comprensión de la información, pero sí la dificultan. Y por último, los errores léxicos son los más comunes en la traducción inversa y pueden tomar una gran importancia cuando se trata de terminología específica (Hurtado, 2001f).

#### 2.2.6.2.5 Según Hatim y Mason

Ambos autores han centrado sus estudios de los errores de traducción en el nivel textual (text-level errors) que son provocados debido a que el traductor no posee una competencia textual. Por lo tanto, distinguen tres tipos de errores textuales (Vásquez, 2013d):

- **Errores de registro:** surgen a partir de una escasez de equivalencia entre los registros utilizados en el texto origen y texto meta.
- **Errores pragmáticos:** se ocasionan cuando el traductor no toma en cuenta el contexto al momento de realizar la traducción.
- **Errores semióticos:** son ocasionados a partir de una dificultad cultural que hace que los conceptos no se den en otra lengua o tenga un sentido distinto.

#### **2.2.6.2.6 Según Hurtado**

Hurtado, propone tres categorías de errores. El primer grupo está compuesto por inadecuaciones que recaen en la comprensión del texto original, aquí tenemos la omisión, el falso sentido, el sinsentido, el contrasentido, la adición, la supresión, la referencia extralingüística que no posee una solución correcta y la inadecuación de variación lingüística.

Por otro lado, el segundo grupo son las inadecuaciones que provocan un efecto en la expresión de la lengua de llegada. Estos errores son: la ortografía, la puntuación, la gramática, el léxico, los aspectos textuales (coherencia, conectores, elementos de referencia, etc.) y redacción.

Por último, el tercer grupo está conformado por las inadecuaciones pragmáticas. Estos son: errores que no tienen concordancia con el género textual y sus convenciones, el método empleado y la finalidad de la traducción (Vásquez, 2013e).

### 2.3. Definición de términos básicos

- **Culturema:** “hechos y fenómenos de una comunidad lingüística que provocan un determinado entendimiento y comportamiento en una situación concreta” (Hennecke, pág. 115).
- **Cultura: conjunto** de tradiciones, costumbres, modo de vida, conocimientos, etc. de una sociedad en espacio y tiempo determinado (Española, 2018).
- **Error de traducción:** “aparece cuando un texto original y un texto meta no cumplen la misma función textual, cuando se transgrede la coherencia del texto, la forma textual, las convenciones lingüísticas y culturales, o el sistema lingüístico” (Vásquez, 2013f, pág. 29).
- **Error de comprensión:** es aquel error que dificulta la comprensión del mensaje del texto (Silva, 2011).
- **Error pragmático:** “error producido tanto en la recepción como en la producción, por un desconocimiento de las normas o valores socioculturales de la lengua” (Cervantes, Error pragmático, 2019, párr.1).
- **Función fática:** función del lenguaje que “tiene que ver con la interacción entre el emisor y el receptor. Son palabras o enunciados cuya función es abrir, prolongar o comprobar el funcionamiento del canal durante la comunicación” (Muñoz & Gironzetti, s.f.).
- **Lenguaje de especialidad:** discurso empleado entre especialistas que se caracteriza por poseer una terminología específica (Calvi, Léxico de especialidad y lengua del turismo, 2016).
- **Lenguaje turístico:** “lenguaje heterogéneo en el que se mezclan componentes distintos (economía, geografía, historia del arte, gastronomía, etc.)” (Calvi, Léxico de especialidad y lengua del turismo, 2016, pág. 189).
- **Macrogénero:** “unidad genérica de mayor jerarquía compuesta por géneros, mientras que el género incrustado es aquel que forma parte de un macrogénero” (Venegas, Zamora, & Galdames, 2016, párr.15).
- **Monólogo:** “diálogo interiorizado, que puede formularse como lenguaje interior entre un yo locutor y un yo receptor” (Benveniste, 1996, citado por Álamo, 2013, pág.183).

- **Neologismo:** “palabra o expresión recién introducida en una lengua” (Moliner, s.f., citado en Martín Sanchez, s.f., pág. 4).
- **Página web:** “documento electrónico que forma parte de la WWW (World Wide Web) y está construido en el lenguaje HTML (Hype Text Markup Language o Lenguaje de Marcado de Hipertexto)” (Madrid, s.f.).
- **Persuadir:** La función persuasiva en el lenguaje tiene la finalidad de disuadir al receptor a adquirir algo o inclusive a aceptar las ideas del emisor influenciando en su comportamiento (Santos, 2016).
- **Tautología:** repetición de un enunciado mediante distintos elementos (Definición.de, s.f.).
- **Texto turístico:** son aquellos textos cuya función es informar y persuadir al lector para que visite un lugar determinado (Pertón, 2010).
- **Topónimo:** nombre que se le confiere a una forma geográfica (Alcázar & Azcárate, 2017).
- **Traducción:** es trasladar el mensaje de la lengua de partida (lengua extranjera) a la lengua meta (lengua materna) o viceversa (Amador, 2007).
- **Traducción especializada:** consiste en la traducción de textos especializados que han sido redactados por expertos o semiexpertos empleando una terminología específica (Máquez, 2016).
- **Traductor:**

Persona que posee un conocimiento de más de una lengua y que tiene en su haber las competencias necesarias para comprender un texto de partida escrito en una lengua diferente a la materna, y las competencias de expresión en la lengua de llegada (Márquez, 2011).
- **Turismo:** “Actividad o hecho de viajar por placer” (Española D. d., 2018).

## CAPÍTULO III

### HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1 Formulación de hipótesis

##### 3.1.1 Hipótesis general

- Los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: comprensión y lingüísticos.

##### 3.1.2 Hipótesis específicas

- Los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: omisión, adición, falso sentido y sin sentido.
- Los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: selección lexical, ortografía y puntuación.

#### 3.2 Identificación de variables o unidades de análisis

Variable	Indicadores	Índices
Errores de traducción	Error de comprensión	<ul style="list-style-type: none"><li>- Omisión</li><li>- Adición</li><li>- Falso sentido</li><li>- Sin sentido</li></ul>
	Error lingüístico	<ul style="list-style-type: none"><li>- Selección lexical</li><li>- Ortografía y puntuación</li></ul>

### 3.3 Matriz lógica de consistencia

#### ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚ TRAVEL” DE PROMPERÚ

<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variables, indicadores e índices</b>	<b>Metodología de la investigación</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variable:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Errores de traducción</li> </ul> </li> <li>- Indicadores:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Error de comprensión</li> <li>○ Error lingüístico</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo y nivel de investigación: El tipo de la investigación fue aplicada y de nivel descriptivo</li> <li>- Diseño de la investigación:</li> </ul>




TRAVEL” de PROMPERÚ?	TRAVEL” de PROMPERÚ -	PROMPERÚ son: comprensión y lingüísticos.		El diseño de la investigación fue transversal. - Instrumento de recogida de datos: portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ”
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>	<b>Índices</b>	
- ¿Cuáles son los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de	- Señalar los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de	- Los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio	o Omisión, adición, falso sentido y sin sentido	

<p>patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?</p> <p>- ¿Cuáles son los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de</p>	<p>patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?</p> <p>- Determinar los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de</p>	<p>cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: omisión, adición, falso sentido y sin sentido.</p> <p>- Los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio</p>	<p>o Selección lexical, ortografía y puntuación.</p>	
--	---	---	--	--



<p>patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ?</p>	<p>patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ</p>	<p>cultural de la sección ¿Dónde ir? del Portal Oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: selección lexical y ortografía y puntuación</p>		
--	---	---	--	--




**FICHA DE ANÁLISIS N° 1**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: PIURA</b>	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
Majado de yuca con chicharrón Yuca cocida y machacada con ají y acompañada de <b>chicharrón</b> .	Majado de yuca con chicharrón Yucca cooked and mashed with chilies and served with <b>chicharrón</b> (pork cooked in its own fat).
Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Chicharrón	Chicharrón (pork cooked in its own fat).
Tipo de error de traducción	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar</b> : <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar</b> : selección lexical	
Análisis y comentario	
En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>chicharrón</b> . En la versión al inglés, el traductor mantuvo el culturema en la lengua origen realizando una dupla de traducción. Sin embargo, en inglés el culturema chicharrón cuenta con una traducción oficial <b>pork crackling</b> (Cloake, 2010).	
Propuesta de traducción	
Yucca cooked and mashed with chilies and served with <b>pork crackling</b> .	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 2**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**




<b>Región: PIURA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<b>Chifles</b> Plátanos fritos en hojuelas.	<b>Chifles</b> Flaked fried bananas.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Chifles	Chifles
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>chifle</b>. En la traducción inversa, el traductor optó por mantener el culturema tal como aparece en el texto original. No obstante, en inglés el culturema <b>chifle</b> tiene una traducción oficial <b>fried plantain chips</b> (Blazes, 2019). Esta traducción se confirmó al buscar textos paralelos en inglés.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<b>Fried Plantain chips</b> Flaked fried bananas.	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 3**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: PIURA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Iglesia de San Francisco</p> <p>Horario de visita: L-S 8:00 – 12:00 horas y 16:00 – 19:30 horas. D: 9:00 – 13:00 horas y 16:30 – 18:30 horas.</p> <p>Ubicación: Intersección de la Calle Lima con Malecón Eguiguren N° 516.</p> <p>Piura</p> <p>Antiguo claustro edificado por los <b>padres franciscanos</b> durante el siglo XVIII. Atrio de altar neoclásico, bajo la bendición de los santos franciscanos Piura juró su independencia el 4 de enero de 1821. Declarado monumento nacional en los años 1969 y 1980.</p>	<p>San Francisco Church</p> <p>Visiting Hours: Monday - Saturday 9.00 am - 12.00 pm and 4.00 pm to 6.00 pm.</p> <p>Location: Crossroads of Lima street and Malecón Eguiguren No 516.</p> <p>Piura</p> <p>An ancient cloister built by the <b>Franciscan Fathers</b> during the 18th century, with a neo-classical altar atrium. Piura declared its independence at the church, under the blessing of the Franciscan saints, on January 4, 1821. It was declared a national monument in 1969 and 1980.</p>




Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Padres franciscanos	Franciscan Fathers
<p><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(<input type="checkbox"/>) error de comprensión / <b>especificar:</b></p> <p>(<input checked="" type="checkbox"/>) error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical</p>	
<p><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>padres franciscanos</b>. En la versión al inglés, <b>padres franciscanos</b> se tradujo como <b>Franciscan Fathers</b>, pero en este caso la traducción correspondiente es <b>Franciscan Priest</b> porque el traductor tradujo <b>padre</b> como <b>father</b> refiriéndose al concepto de “varón que ejerce las funciones de padre” (Española D. d., 2018). En cambio, <b>priest</b> se refiere a <b>sacerdote</b> y el texto origen hace referencia aquello. Muchas veces, en español <b>padre</b> quiere decir también <b>sacerdote</b> dependiendo del contexto.</p>	
<p><b>Propuesta de traducción</b></p> <p>San Francisco Church</p> <p>Visiting Hours: Monday - Saturday 9.00 am - 12.00 pm and 4.00 pm to 6.00 pm.</p> <p>Location: Crossroads of Lima street and Malecón Eguiguren No 516.</p> <p>Piura</p> <p>An ancient cloister built by the <b>Franciscan Priests</b> during the 18th century, with a neo-classical altar atrium. Piura declared its independence at the church, under the blessing of the Franciscan saints, on January 4, 1821. It was declared a national monument in 1969 and 1980.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 4**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: AMAZONAS</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p><b>Plaza Mayor de la ciudad de Chachapoyas</b></p>	<p><b>Chachapoyas Plaza de Armas</b></p>
<p>Horario de visita: Durante el día y la noche.</p>	<p>Visiting Hours: Daytime and at night.</p>
<p>Ubicación: Al frente del Palacio Municipal.</p>	<p>Location: In front of the Municipal Palace.</p>
<p>Amazonas</p>	<p>Amazonas</p>
<p>Diseñada como un cuadrado perfecto, con una hermosa pileta de bronce de estilo colonial. Rodeada de hermosas casonas coloniales con balcones tradicionales. Destacan el Palacio</p>	<p>Designed as a perfect square, with a beautiful bronze fountain in the colonial style. Surrounded by beautiful colonial houses with traditional balconies. Highlights include the Palacio</p>

Municipal y la casa donde nació el precursor de la Independencia, Toribio Rodríguez de Mendoza, hoy sede del obispado.	Municipal (Municipal Palace) and the house where independence leader Toribio Rodríguez de Mendoza was born, now used as the bishopric.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Plaza mayor de la ciudad de Chachapoyas	Chachapoyas Plaza de Armas
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Plaza mayor de la ciudad de Chachapoyas</b>. En la versión al inglés, el culturema ha sido traducido de manera incorrecta, debido a que <b>plaza mayor</b> en inglés no es <b>plaza de armas</b> sino <b>Town Square</b> (Definitions.net, 2019).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<b>Town Square of Chachapoyas city</b>	
Horario de visita: Durante el día y la noche.	
Ubicación: Al frente del Palacio Municipal.	
Amazonas	
<p>Diseñada como un cuadrado perfecto, con una hermosa pileta de bronce de estilo colonial. Rodeada de hermosas casonas coloniales con balcones tradicionales. Destacan el Palacio Municipal y la casa donde nació el precursor de la Independencia, Toribio Rodríguez de Mendoza, hoy sede del obispado.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 5**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: AMAZONAS</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Semana Turística de Chachapoyas Amazonas</p> <p>Desde: 04-junio-2017 Hasta: 11-junio-2017</p> <p>Actividades recreativas, sociales y culturales. Destaca el <b>Raymi Llaqta</b> de los chachapoya, en el que las comunidades del departamento reúnen a sus danzantes para mostrar lo mejor de su <b>folclore</b>.</p>	<p>Chachapoya Tourist Week Amazonas</p> <p>Begins: 04-June-2017 Ends: 11-June-2017</p> <p>Recreational, social and cultural activities. The “<b>Raymillacta</b> de los Chachapoyas”, which gathers dancers from the regional communities to show the best of their <b>folk dance is the most important activity</b>.</p>






Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Raymi Llaqta Folclore	Raymillacta Folk dance
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar</b> : ortografía y puntuación	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Raymi Llaqta</b>. En la versión al inglés se presenta un error de ortografía y puntuación en este culturema, puesto que fue traducido como <b>Raymillacta</b>, omitiendo la letra <b>q</b>.</p> <p>Por otro lado, el culturema de patrimonio cultural <b>folclore</b> fue traducido al inglés como <b>folk dance</b>. En este caso, el traductor incurrió en un error de traducción lexical, debido a que <b>folclore</b> es un culturema internacionalizado, por lo tanto en la traducción al inglés, se debe mantener en la lengua original.</p> <p>*Para esta ficha de análisis solamente se tomó en cuenta el error ortográfico, pues es uno de los errores de traducción menos frecuente en este portal web analizado*</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>Chachapoya Tourist Week Amazonas</p> <p>Begins: 04-June-2017 Ends: 11-June-2017</p> <p>Recreational, social and cultural activities. The “<b>Raymi Llaqta</b> de los Chachapoyas”, which gathers dancers from the regional communities to show the best of their <b>folclore</b> that is the most important activity.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 6**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: CAJAMARCA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="text-align: center;"><b>Catedral Santa Catalina</b></p> <p>Horario de visita: L 16:00-18:00 hrs. M-V 8:00-11:00 y 16:00-18:00 horas. S 09:00- 11:00 hrs. D horario de misas.</p> <p>Ubicación: Jr. Cruz de Piedra s/n, Plaza de Armas.</p> <p>Cajamarca</p> <p>La Real Cédula del 26 de diciembre de 1665 ordenó el establecimiento de una parroquia de españoles en la ciudad de</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cajamarca Cathedral or Santa Catalina Mother Church (Cajamarca)</b></p> <p>Visiting Hours: Mon - Sun 8.00 am - 11.00 am and 6.00 pm - 9.00 pm.</p> <p>Location: Jr. Cruz de Piedra w/o No, Plaza de Armas.</p> <p>Cajamarca</p> <p>The Royal Decree of December 26, 1665 ordered the establishment of a Spanish parish in the city of Cajamarca.</p>

<p>Cajamarca y se edificó en la antigua Casa de Justicia el templo que, en 1682, sería elevado a la categoría de catedral. Una de las muestras del barroco peruano más destacadas, con una fachada que combina armoniosamente columnas, cornisas y hornacinas finamente talladas. En sus tres naves destacan el altar mayor y el púlpito, ambos tallados en madera y recubiertos con pan de oro.</p>	<p>The temple, which would be elevated to the status of a cathedral in 1682, was built on the site of the former House of Justice. One of the most prominent examples of Peruvian Baroque, with a façade that harmoniously combines finely carved columns, cornices, and vaulted alcoves. Within its three naves the high altar and pulpit, both carved from wood and covered in gold leaf, are not to be missed.</p>
<p><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Catedral Santa Catalina</p>	<p>Cajamarca Cathedral or Santa Catalina Mother Church (Cajamarca)</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> adicción          ( ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Catedral Santa Catalina</b>. En la traducción al inglés, este culturema presenta un error de comprensión de tipo adicción, debido a que el traductor agregó <b>Cajamarca Cathedral</b>.</p>	
<p style="text-align: center;">Propuesta de traducción</p> <p><b>Santa Catalina Cathedral</b></p> <p>Visiting Hours: Mon - Sun 8.00 am - 11.00 am and 6.00 pm - 9.00 pm.          Location: Jr. Cruz de Piedra w/o No, Plaza de Armas.          Cajamarca</p> <p>The Real Cédula of December 26, 1665 ordered the establishment of a Spanish parish in the city of Cajamarca (...).</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N° 7**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: CAJAMARCA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="text-align: center;"><b>Mirador del Cerro Santa Apolonia</b></p> <p>Horario de visita: L-D 7:00-18:30 h.</p> <p>Ubicación: En la parte alta de la ciudad, el ingreso principal es por el Jr. Dos de Mayo, a dos cuadras de la Plaza de Armas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Santa Apolonia natural viewpoint</b></p> <p>Visiting Hours: Mon - Sun 7.30 am - 6.00 pm.</p> <p>Location: In the upper part of the city. The main entrance is on Jr. Dos de Mayo, two blocks from Plaza de Armas.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Mirador del Cerro Santa Apolonia	Santa Apolonia natural viewpoint
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión</p> <p>(___) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Mirador del Cerro Santa Apolonia</b>. En la traducción inversa, se produjo un error de</p>	

compresión de tipo omisión, puesto que el traductor omitió **hill** (cerro) en **Santa Apolonia natural viewpoint**.

**Propuesta de traducción**

**The natural viewpoint of the hill Santa Apolonia**

Visiting Hours: Mon - Sun 7.30 am - 6.00 pm.

Location: In the upper part of the city. The main entrance is on Jr. Dos de Mayo, two blocks from Plaza de Armas.

**FICHA DE ANÁLISIS N° 8**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: CAJAMARCA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Picante de papa con cuy frito</p> <p><b>El picante de papa con cuy frito acompañado con arroz de trigo.</b></p>	<p>Picante de papa with cuy frito (Spicy hot potatoes with fried guinea pig)</p> <p><b>Guinea pig stew cooked in a sauce of peanuts and 'Panca' chilies, accompanied by potatoes.</b></p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
<p>El picante de papa con cuy frito acompañado con arroz de trigo.</p>	<p>Guinea pig stew cooked in a sauce of peanuts and 'Panca' chilies, accompanied by potatoes.</p>
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> sin sentido</p> <p><input type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	

### **Análisis y comentario**

En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural **picante de papa, cuy frito y arroz de trigo**. En la traducción inversa, se produjo un error de comprensión de tipo sin sentido, puesto que el traductor interpretó el mensaje de otra manera y además no se documentó con textos paralelos.

### **Propuesta de traducción**

Picante de papa con cuy frito

**Spicy potato with fried guinea pig accompanied with wheat rice.**

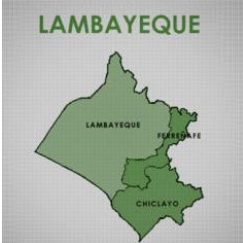


**FICHA DE ANÁLISIS N°9**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: TUMBES	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p><b>Plazuela Bolognesi</b></p> <p>Horario de visita: Durante el día y la noche.</p> <p>Ubicación: A tres cuadras de la Plaza de Armas.</p> <p>Tumbes</p>	<p><b>Bolognesi Plaza</b></p> <p>Visiting Hours: Daytime and at night.</p> <p>Location: Three blocks from the Plaza de Armas.</p> <p>Tumbes</p> <p>A modern structure ringed by trees. In the centre there is a spectacular</p>





Construcción moderna, rodeada de árboles. En el centro se encuentra un vistoso monumento en honor al héroe de Arica, Francisco Bolognesi.	monument in honour of Francisco Bolognesi, hero of Arica.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Plazuela Bolognesi	Bolognesi Plaza
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Plazuela Bolognesi</b>. En la traducción inversa, se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que <b>plazuela</b> fue traducida como <b>plaza</b>, en vez de <b>square</b>. A la vez, se debe indicar que la diferencia entre plazuela y plaza incurre en la dimensión. Por lo general, las plazas están rodeadas de espacios verdes y edificios pertenecientes al gobierno, también se realizan en ellas actividades cívicas y sirven como espacios de recreación (De los Santos, 2018). En cambio plazuela es “una plaza pequeña” (Farlex, s.f.).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p><b>Bolognesi Square</b></p> <p>Visiting Hours: Daytime and at night.</p> <p>Location: Three blocks from the Plaza de Armas.</p> <p>Tumbes</p> <p>A modern structure ringed by trees. In the centre there is a spectacular monument in honour of Francisco Bolognesi, hero of Arica</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°10**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<p><b>Región: LAMBAYEQUE</b></p> 	
<p><b>Contexto en la versión en español</b></p>	<p><b>Contexto en la versión en inglés</b></p>
	
<p><b>Chicha de Jora</b></p> <p>Bebida oriunda del Perú, su principal ingrediente es el maíz fermentado, su producción es artesanalmente.</p>	<p><b>Purple chicha</b></p> <p>Non-alcoholic drink made from purple corn.</p>
<p><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Chicha de jora</p>	<p>Purple chicha</p>
<p><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(X) error de comprensión / <b>especificar</b>: falso sentido</p> <p>(__ ) error lingüístico / <b>especificar</b>:</p>	
<p><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>chicha de jora</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo falso sentido, debido a que este culturema fue traducido como <b>Purple chicha</b> haciendo referencia a la chicha morada.</p>	
<p><b>Propuesta de traducción</b></p> <p><b>Chicha de jora</b></p> <p>Native Peruvian beverage. Its principal ingredient is the fermented corn and its preparation is artisanal.</p>	




**FICHA DE ANÁLISIS N°11**

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL” DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**



<p><b>Región: HUÁNUCO</b></p>  <p><b>HUANUCO</b></p>	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p><b>Zona Arqueológica Monumental Kotosh o Templo de las Manos Cruzadas</b></p> <p>Horario de visita: L-D 9:00 – 17:00 hrs.</p> <p>Ubicación: A 5 km al oeste de la ciudad de Huánuco (10 min en auto) Huánuco</p> <p>Complejo arqueológico con más de 4.000 años de antigüedad. Compuesto por tres templos superpuestos: Nichitos, Blanco y Manos Cruzadas,</p>	<p><b>Kotosh or Temple of the Crossed Hands</b></p> <p>Visiting Hours: Monday – Sunday: 8:30 a.m. to 5:00 p.m.</p> <p>Location: 3 miles west the city of Huánuco (5 minutes by car). Huánuco</p> <p>An archaeological complex that is more than 4,000 years old. It comprises 3 overlapping temples: Nichitos, Blanco and Manos Cruzadas, which have five</p>

<p>que presenta cinco nichos y a los lados del nicho mayor se observan las esculturas de las manos cruzadas. En una de ellas, la mano derecha descansa sobre la izquierda y en la otra, la izquierda sobre la derecha. Se cree que corresponde a alguna noción de dualidad presente en la cosmovisión de los antiguos pobladores.</p>	<p>niches. The sculptures of the crossed hands can be seen next to the main niche. On one of the sculptures, the right hand rests on the left, and on the other, the left hand rests on the right. It is believed that this corresponds to the notion of duality present in the worldview of the site's ancient inhabitants.</p>
<p><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Zona Arqueológica Monumental Kotosh o Templo de las Manos Cruzadas</p>	<p>Kotosh or Temple of the Crossed Hands</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión          ( ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Zona Arqueológica Monumental Kotosh o Templo de las Manos Cruzadas</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que este culturema fue traducido como <b>Kotosh or Temple of the Crossed Hand</b>, excluyéndose <b>Zona Arqueológica Monumental</b>.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Propuesta de traducción</b></p> <p><b>Kotosh Monumental Archaeological Site or The Temple of the Crossed Hands</b>          Visiting Hours: Monday – Sunday: 8:30 a.m. to 5:00 p.m.          Location: 3 miles west the city of Huánuco (5 minutes by car).          Huánuco          An archaeological complex that is more than 4,000 years old. It comprises 3 overlapping temples: Nichitos, Blanco and Manos Cruzadas, which have five niches.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°12**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: HUÁNUCO</b> 	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<b>Guarapo de caña</b> Bebida de caña dulce fermentada	<b>Sugar cane  guarapo </b> Drink made from fermented sugar cane.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Guarapo de caña	Sugar cane  guarapo
<b>Tipo de error de traducción</b> <input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b> En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>guarapo de caña</b> . En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como <b>sugar cane (guarapo)</b> , consultando textos paralelos en inglés la traducción del culturema guarapo es <b>sugarcane juice</b> (Choudhary, 2019). En este caso, no es necesario realizar una dupla de traducción porque existe una traducción oficial.	
<b>Propuesta de traducción</b> <b>Sugarcane Juice</b> Beverage made from fermented sugar cane.	

**FICHA DE ANÁLISIS N°13**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: HUÁNUCO</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Fiesta del Sol</p> <p>Huánuco</p> <p>Desde: 26-julio-2017</p> <p>Hasta: 29-julio-2017</p> <p>Escenificación de <b>la adoración al Sol (INTI RAYMI) en la ciudadela Inca de Wanuco Marka</b> con más de 200 actores, presentación de música y danzas autóctonas y la realización del <b>tradicional ritual Jirkagaray.</b></p>	<p>Festival of the Sun</p> <p>Huánuco</p> <p>Begins: 26-July-2017</p> <p>Ends: 29-July-2017</p> <p><b>The Festival of the Sun or Inti Raymi</b> is a deep-rooted custom in Andean tradition. It takes place in <b>the Ushno, or Main Square, of the Huánuco Pampa Inca Fortress.</b></p>

<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Escenificación de la adoración al Sol (INTI RAYMI) en la ciudadela Inca de Wanuco Marka Tradicional ritual Jirkagaray	The Festival of the Sun or Inti Raymi (...) It takes place in the Ushno, or Main Square, of the Huánuco Pampa Inca Fortress.
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> sin sentido <input type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b>	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>escenificación de la adoración al Sol (INTI RAYMI), la ciudadela Inca de Wanuco Mrka y tradicional ritual Jirkagaray</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo sin sentido, debido a que el texto meta no transmite de manera correcta el mensaje del texto original.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p><b>Performance of the Sun Worship (INTI RAYMI) in the Inca citadel of Wanuco Marka</b> with more than 200 actors, music, natives dances and the Jirkagaray traditional ritual performance.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°14**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: JUNÍN</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="text-align: center;"><b>Plaza Constitución</b></p> <p>Horario de visita: A cualquier hora del día.</p> <p>Ubicación: Calle Real, la principal de la ciudad.</p> <p>Junín</p> <p>Principal plaza de Huancayo, donde se juró la Constitución Liberal de Cádiz,</p>	<p style="text-align: center;"><b>Constitution Plaza</b></p> <p>Visiting Hours: Any time during the day.</p> <p>Location: Calle Real, the city's main street.</p> <p>Junín</p> <p>The Huancayo main plaza is where the Constitución Liberal de Cádiz (Liberal</p>






años antes de la independencia del Perú. La plaza, en pleno centro de la ciudad, está cuidadosamente decorada con plantas ornamentales nativas como el quishuar y la retama. Fue un espacio pensado para darle a la capital de Junín un aire de corte republicano.	Constitution of Cadiz) was signed, years before Peruvian Independence. The plaza, in the very centre of the city, is carefully decorated with native ornamental plants like the "quishuar" and "retama". It was a space conceived to give Junín's capital the atmosphere of a Republican court.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Plaza Constitución	Constitution Plaza
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Plaza Constitución</b> . En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que <b>plaza</b> fue traducida como <b>plaza</b> y no como <b>square</b> .	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<b>Constitution Square</b> Visiting Hours: Any time during the day.  Location: Calle Real, the city's main street.  Junín  The Huancayo main plaza is where the Constitución Liberal de Cádiz (Liberal Constitution of Cadiz) was signed, years before Peruvian Independence (...).	

**FICHA DE ANÁLISIS N°15**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: JUNÍN</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Fiesta de Santiago Junin</p> <p>Desde: 24-julio-2014 Hasta: 02-agosto-2014</p> <p>Las celebraciones en honor del Patrón Santiago o Tayta Shanty se inician la noche del 24 de julio con bailes por los campos y calles al compás de <b>tin yas</b> y wajras; al día siguiente se realiza la marca de ganado o herranza.</p>	<p>Festival of Santiago Junin</p> <p>Begins: 24-July-2014 Ends: 02-August-2014</p> <p>Celebrations held in honour of Patron Saint Santiago or Tayta Shanty start on the night of 24 July, with people dancing in the countryside and city streets to <b>the beat of drums</b> and wajras. The next day, livestock branding takes place.</p>

Cultorema en la versión en español	Cultorema en la versión en inglés
Tinyas	the beat of drums
<b>Tipo de error de traducción</b> ( ) error de comprensión / <b>especificar:</b> (X) error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b> En este párrafo se encontraron los cultoremas de patrimonio cultural <b>tinyas</b> . En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que <b>tinya</b> fue traducida como <b>the beat of drums</b> . En este caso, el cultorema <b>tinya</b> debe mantenerse en el texto meta, puesto que no cuenta con una traducción oficial en inglés. Además, este cultorema hace referencia a un instrumento de percusión sagrado proveniente de la cultura andina empleado en las ceremonias espirituales y en la medicina (Chaski, 2017).	
<b>Propuesta de traducción</b> Festival of Santiago Junin Begins: 24-July-2014 Ends: 02-August-2014 Celebrations held in honour of Patron Saint Santiago or Tayta Shanty start on the night of 24 July, with people dancing in the countryside and city streets to <b>tinya</b> and wajras.	

**FICHA DE ANÁLISIS N°16**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: ANCASH</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Museo Arqueológico de Áncash  Horario de visita: M-S y feriados 9:00–17:15 horas, D 9:00–14:00 horas</p> <p>Ubicación: Dirección y Teléfono: Av. Luzuriaga 762 / (043) 42-1551.  Ancash</p> <p>Una importante colección de esculturas de piedra de la <b>cultura Recuay</b>, así como piezas de cerámica y textiles de</p>	<p>Áncash Archaeological Museum  Visiting Hours: Tues - Sat 8.30 am - 5.15 pm, Sun 9.00 am - 2.00 pm (opening times may vary).</p> <p>Location: Av. Luzuriaga 762.  Ancash</p> <p>A large collection of stone sculptures from the <b>Recuay civilization</b>, as well as ceramic and textile objects from the</p>

las <b>culturas preíncas Chavín, Huaraz, Mochica, Wari y Chimú.</b>	<b>Chavín, Huaraz, Mochica, Wari and Chimú pre-Inca civilizations.</b>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Cultura Recuay, Culturas preíncas Chavín, Huaraz, Mochica, Wari y Chimú.	Recuay civilization, Chavín, Huaraz, Mochica, Wari and Chimú pre-Inca civilizations.
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>cultura Recuay, culturas preíncas Chavín, Huaraz, Mochica, Wari y Chimú</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que <b>cultura</b> fue traducida como <b>civilizations</b> y no como <b>culture</b>.</p> <p>Se debe tener en cuenta que <b>cultura</b> hace referencia al “conjunto de comportamientos, ideas, símbolos y prácticas sociales que son aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad” (Chirinos, s.f.a). Mientras que <b>civilización</b> es una “sociedad compleja que posee una forma de organización, una estructura social, tecnología e instituciones” (Chirinos, s.f.b).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>Áncash Archaeological Museum  Visiting Hours: Tues - Sat 8.30 am - 5.15 pm, Sun 9.00 am - 2.00 pm (opening times may vary).</p> <p>Location: Av. Luzuriaga 762.</p> <p>Ancash  A large collection of stone sculptures from the Recuay <b>culture</b>, as well as ceramic and textile objects from the Chavín, Huaraz, Mochica, Wari and Chimú <b>pre-Inca culture</b>.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°17**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO**  
**“PERÚTRAVEL” DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: AREQUIPA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="text-align: center;"><b>Iglesia y Museo del Convento de Santo Domingo - Santuario de los Santos Peruanos</b></p> <p>Horario de visita: L-D 9:30 -18:00 h (último recorrido de visitas a las 17:00 h). Torre (mayores de 18 años): L-D 11:00 – 16:00 h.</p> <p>Ubicación: Intersección de las calles Santo Domingo y Rivero.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Santo Domingo Church and Convent</b></p> <p>Visiting Hours: Monday - Friday 7.00 am - 10.30 am and 6.00 pm - 8.00 pm; Sat 7.00 am - 8.00 am and 6.00 pm - 8.00 pm; Sun 6.00 am - 1.00 pm. Free admission.</p> <p>Location: Intersection of Santo Domingo and Rivero streets.</p>

<p>Arequipa</p> <p>Construida con una torre para el campanario, consta de un atrio con pedestal esquinado e impecable arco debajo del coro. En el interior se pueden apreciar piezas de imaginería y lienzos con motivos sacros. De igual forma, es conocida su portada lateral por ser la más antigua de Arequipa. El claustro mayor del convento fue edificado alrededor de 1734. Considerado como el templo más antiguo de Arequipa, El Cristo Crucificado del Altar Mayor, es una de las más bellas imágenes del templo, se relaciona con una vieja leyenda, conocida como el Cuasimodo.</p>	<p>Arequipa</p> <p>Built with a bell tower, it consists of a vestibule with a corner pedestal and an impeccable arch beneath the choir. Visitors who venture inside can appreciate imagery and paintings with sacred motifs. It is also remarkable for its side entrance, which is the oldest in Arequipa. The main cloister of the convent was built around 1734. Considered the oldest temple in Arequipa, the Cristo Crucificado (Crucified Christ) at the high altar is one of the most beautiful images in the temple, and is associated with an old legend known as Quasimodo.</p>
<p><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Iglesia y Museo del Convento de Santo Domingo - Santuario de los Santos Peruanos</p>	<p>Santo Domingo Church and Convent</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión</p> <p>( ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Iglesia y Museo del Convento de Santo Domingo - Santuario de los Santos Peruanos</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido que este culturema fue traducido como <b>Santo Domingo Church and Convent</b> excluyéndose <b>Santuario de los Santos Peruanos</b>.</p>	

**Propuesta de traducción**

**Church and Museum of the Convent of Santo Domingo- Sanctuary of Peruvian Saints**

Visiting Hours: Monday - Friday 7.00 am - 10.30 am and 6.00 pm - 8.00 pm; Sat 7.00 am - 8.00 am and 6.00 pm - 8.00 pm; Sun 6.00 am - 1.00 pm. Free admission.




Location: Intersection of Santo Domingo and Rivero streets.

Arequipa

Built with a bell tower, it consists of a vestibule with a corner pedestal and an impeccable arch beneath the choir. Visitors who venture inside can appreciate imagery and paintings with sacred motifs



**FICHA DE ANÁLISIS N°18**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<p><b>Región: AREQUIPA</b></p> 	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
 <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold; margin-top: 10px;"><b>Adobo arequipeño</b></p> <p>Carne de cerdo adobada con concho de chicha y especias cocidas a la olla.</p>	 <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold; margin-top: 10px;"><b>Arequipa marinade</b></p> <p>Pork marinated in vinegar made from 'chicha' (fermented corn) and spices, cooked in a pot.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Adobo arequipeño	Arequipa marinade
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(X) error de comprensión / <b>especificar</b>: sin sentido</p> <p>(___) error lingüístico / <b>especificar</b>:</p>	

### **Análisis y comentario**




En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **adobo arequipeño**. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo sin sentido, debido que este culturema fue traducido como **Arequipa marinade** causando incomprensión en el texto.

### **Propuesta de traducción**

#### **Adobo arequipeño**

Pork marinated in vinegar made from 'chicha' (fermented corn) and spices, cooked in a pot.

**FICHA DE ANÁLISIS N°19**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: AREQUIPA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p><b>Rocoto relleno</b></p> <p>Rocoto desvenado relleno de carne picada con queso, leche y acompañado de pastel de papas.</p>	<p><b>Stuffed rocoto (hot chili pepper)</b></p> <p>Rocoto chili pepper stuffed with minced beef with cheese and milk, and accompanied by a cooked potato dish.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Rocoto relleno	Stuffed rocoto (hot chili pepper)
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(<input type="checkbox"/>) error de comprensión / <b>especificar:</b></p> <p>(<input checked="" type="checkbox"/>) error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical</p>	

### **Análisis y comentario**




En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **rocoto relleno**. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como **Stuffed rocoto (hot chili pepper)** y no como Stuffed red hot chili peppers.

### **Propuesta de traducción**

#### **Stuffed Red Hot Chili Peppers**

Rocoto chili pepper stuffed with minced beef with cheese and milk, and accompanied by a cooked potato dish.

**FICHA DE ANÁLISIS N°20**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: ICA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Tejas</p> <p>Dulce tradicional de la región hecho con limón seco y relleno de higos o pecanas, <b>manjarblanco</b> y con una cobertura de caramelo de azúcar.</p>	<p>Tejas</p> <p>Traditional regional dessert made with dried lemons, filled with figs or pecans and <b>blancmange</b> and covered with sugar caramel.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Manjarblanco	blancmange
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>( ) error de comprensión / <b>especificar</b>:</p> <p>(X) error lingüístico / <b>especificar</b>: selección lexical</p>	

### **Análisis y comentario**




En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **manjarblanco**. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como **blancmange** y no como **milk caramel** (Kunaniec, 2019).

### **Propuesta de traducción**

Tejas

Traditional regional dessert made with dried lemons, filled with figs or pecans and **milk caramel** and covered with sugar caramel.




**FICHA DE ANÁLISIS N°21**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: PUNO</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Catedral de Puno</p> <p>Horario de visita: L-V 08:00-12:00 y 15:00 - 18:00 / S 08:00–13:00 y 15:00-19:00 / D 08:00 – 12:00 y 15:00 – 19:00</p> <p>Ingreso libre</p> <p>Ubicación: Plaza de Armas</p> <p>Puno</p> <p>Fue construida en advocación a la Virgen Inmaculada Concepción, en el</p>	<p>Puno Cathedral</p> <p>Visiting Hours: Mon - Fri - Sun 7.00 am - 12.00 pm and 3.00 pm - 6.00 pm / Sat 7.00 am - 12.00 pm and 3.00 pm - 7.00 pm. Free admission</p> <p>Location: City centre.</p> <p>Puno</p> <p>It was built and dedicated to Our Lady of the Immaculate Conception in the 17th</p>

siglo XVII. El templo es una muestra del barroco mestizo. La fachada fue esculpida por <b>el alarife peruano Simón de Asto</b> , la misma que presenta relieves labrados en granito, con predominio de motivos andinos.	century. The temple is an example of the mestizo baroque style. The facade was sculpted by <b>Peruvian stonemason Simón de Asto</b> and has engravings cut into granite featuring predominately Andean motifs.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
El alarife peruano Simón de Asto	Peruvian stonemason Simón de Asto
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>El alafire Peruano Simón de Asto</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como <b>Peruvian stonemason Simón de Asto</b>. En este caso, se debe mantener el culturema <b>Alarife</b> porque antiguamente era empleado para referirse a un “hombre sabio en el arte de carpintería y albañilería” (Frago, 2003).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>Puno Cathedral  Visiting Hours: Mon - Fri - Sun 7.00 am - 12.00 pm and 3.00 pm - 6.00 pm / Sat 7.00 am - 12.00 pm and 3.00 pm - 7.00 pm. Free admission  Location: City centre.  Puno  It was built and dedicated to Our Lady of the Immaculate Conception in the 17th century. The temple is an example of the mestizo baroque style. The facade was sculpted by <b>The Peruvian Alarife Simón de Asto</b> and has engravings cut into granite featuring predominately Andean motifs.</p>	






**FICHA DE ANÁLISIS N°22**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

Región: AYACUCHO	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p>Semana Santa en Ayacucho</p> <p>Ayacucho</p> <p>Desde: 01-marzo-2014</p> <p>Hasta: 30-abril-2014</p> <p>Con sus 33 iglesias, Ayacucho presenta en esta fecha la más ferviente escenificación andina del <b>Vía Crucis</b> en la que se representa, la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo con un conjunto de procesiones diarias por las calles de la ciudad. Desde el Domingo de Ramos hasta el Domingo de</p>	<p>Easter Week in Ayacucho</p> <p>Ayacucho</p> <p>Begins: 01-March-2014</p> <p>Ends: 30-April-2014</p> <p>With its 33 churches, on this day Ayacucho presents one of the most intense portrayals of the <b>Via Crucis</b> in the Andes, with many daily processions through the streets of the city. From Palm Sunday to Resurrection Sunday, the images of Jesus of Nazareth, the Virgin Mary and the Holy Virgin of</p>

<p>Resurrección, las bellas imágenes de Jesús Nazareno, la Virgen María y la Virgen Dolorosa recorren las calles en procesión. El Domingo de Ramos, al alba, la salida de la Catedral del <b>Cristo Resucitado</b> es el momento esperado por los fieles, que han prendido fogatas iluminando la plaza de armas. Todos en júbilo cargarán al Señor sobre sus andas adornada con miles de velas de cera.</p>	<p>Sorrows are paraded in processions through the streets. On Palm Sunday at dawn, the exit of the <b>Resurrected Christ</b> from the Cathedral is the moment most awaited by devoted followers, who light fires and illuminate the Plaza de Armas. Then, they all joyfully carry the Lord through the streets, which are adorned with thousands of candles.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Vía Crucis Cristo Resucitado</p>	<p>Via Crucis Resurrected Christ</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>( ) error de comprensión / <b>especificar:</b></p> <p>(X) error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Análisis y comentario</b></p> <p>En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>Vía Crucis y Cristo Resucitado</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que estos culturemas fueron traducidos como <b>Vía Crucis y Resurrected Christ</b> más no como <b>The Way of the Cross y The Risen Christ</b>.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Propuesta de traducción</b></p> <p>Easter Week in Ayacucho Ayacucho</p> <p>Begins: 01-March-2014 Ends: 30-April-2014</p> <p>With its 33 churches, on this day Ayacucho presents one of the most intense portrayals of the <b>Way of the Cross</b> in the Andes, with many daily processions through the streets of the city. From Palm Sunday to Resurrection Sunday, the</p>	

images of Jesus of Nazareth, the Virgin Mary and the Holy Virgin of Sorrows are paraded in processions through the streets. On Palm Sunday at dawn, the exit of the **Risen Christ** from the Cathedral is the moment most awaited by devoted followers, who light fires and illuminate the Plaza de Armas. Then, they all joyfully carry the Lord through the streets, which are adorned with thousands of candles.

**FICHA DE ANÁLISIS N°23**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: TACNA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
 <p style="text-align: center;"><b>Picante a la tacneña</b></p> <p>Guiso de mondongo (menudencia de res), patas de res, charqui o carne salada y cebollas con orégano.</p>	 <p style="text-align: center;"><b>Tacna picante</b></p> <p>Stewed mondongo (beef tripe), beef hocks, charqui or salted meat and onions with oregano.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Picante a la tacneña	Tacna picante
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> sin sentido</p> <p>( ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	

### **Análisis y comentario**




En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **picante a la tacneña**. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo sin sentido, debido a que este culturema fue traducido como **Tacna picante** causando incompreensión en el texto. El este caso por ser un plato típico de una región se debe mantener el culturema tal cual en la versión meta.

### **Propuesta de traducción**

#### **Picante a la tacneña**

Stewed mondongo (beef tripe), beef hocks, charqui or salted meat and onions with oregano.

**FICHA DE ANÁLISIS N°24**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: LAMBAYEQUE	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p>Capilla de La Verónica</p> <p>Horario de visita: L-S: 08:30 - 10:30 y 18:30 - 20:00.</p> <p>Ubicación: Calle Torres Paz N° 294.</p> <p>Lambayeque</p> <p>Los orígenes del templo se remontan a las ramadas o capillas doctrinales que ofrecían <b>misas de difuntos</b> y celebraban festividades de los santos de las comunidades de Cinto y Collique. Construida en 1840, se caracteriza por</p>	<p>La Verónica Chapel</p> <p>Visiting Hours: During mass.</p> <p>Location: Torres Paz street No 294.</p> <p>Lambayeque</p> <p>The origins of the temple date back to shelters or small chapels that offered <b>mass in honour of the dead</b> and celebrated the feasts of the saints of the Cinto and Collique communities. Built in 1840, it features a rectangular</p>

una planta rectangular, con torres gemelas del campanario y un pequeño atrio. Techo abovedado sostenido por vigas de algarrobos, retablo mayor y hornacinas revestidos con pan de bronce	structure, with twin bell towers and a small atrium. The vaulted roof is held up by carob beams, while the high altar and alcoves are covered in bronze leaf.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Misas de difuntos	Mass in honour of the dead
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> adición</p> <p>( ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>misa de difuntos</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo adición, debido a que este culturema fue traducido como <b>mass in honour of the dead</b>. Añadiéndose en la traducción al inglés <b>in honour of</b>, sin embargo buscando textos paralelos en inglés misa de difuntos es <b>requiem masses</b> que hace referencia a una misa que es llevada a cabo en conmemoración a los difuntos (Cambridge, 2019).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>La Verónica Chapel</p> <p>Visiting Hours: During mass.</p> <p>Location: Torres Paz street No 294.</p> <p>Lambayeque</p> <p>The origins of the temple date back to shelters or small chapels that offered <b>requiem masses</b> and celebrated the feasts of the saints of the Cinto and Collique communities</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°25**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: LAMBAYEQUE	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p>Plazuela Elías Aguirre</p> <p>Horario de visita: Durante el día.</p> <p>Ubicación: Calles Elías Aguirre y San José (cuadra 3).</p> <p>Lambayeque</p> <p>Construida en 1924 en honor del <b>comandante Elías Aguirre, héroe chicalayano del Combate de Angamos</b>, Guerra del Pacífico (1879). El diseño de la plazuela es obra del escultor peruano David Lozano.</p>	<p>Elías Aguirre Plazuela</p> <p>Visiting Hours: Daytime.</p> <p>Location: Elías Aguirre and San José streets (block 3).</p> <p>Lambayeque</p> <p>Built in 1924 in honour of <b>Commander Elías Aguirre, a Chicalayan hero of the Battle of Angamos</b> in the War of the Pacific (1879). The plaza was designed by Peruvian sculptor David Lozano.</p>






Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Héroe chiclayano del Combate de Angamos	A Chicalayan hero of the Battle of Angamos
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Elías Aguirre héroe chiclayano del Combate de Angamos</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que la nacionalidad fue traducida como <b>Chicalayan</b> y no como <b>from Chiclayo</b>.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>Elías Aguirre Plazuela  Visiting Hours: Daytime.  Location: Elías Aguirre and San José streets (block 3).  Lambayeque  Built in 1924 in honour of <b>Commander Elías Aguirre, a hero from Chiclayo and who participated in the Battle of Angamos</b> in the War of the Pacific (1879).  The plaza was designed by Peruvian sculptor David Lozano.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°26**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: LAMBAYEQUE	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p>FESTICUM Lambayeque</p> <p>Desde: 22-julio-2018 Hasta: 31-julio-2018</p> <p>Día central: 28 y 29 de julio</p> <p>Se celebra durante fiestas patrias. Es la fiesta popular más importante del departamento de Lambayeque, El FESTICUM es una manifestación de la</p>	<p>FESTICUM Lambayeque</p> <p>Begins: 22-July-2018 Ends: 31-July-2018</p> <p>Celebrated during the national holidays. It is the largest popular festival in the Lambayeque region. FESTICUM is an expression of the <b>Monsefuana culture</b>,</p>

<b>cultura monsefuana</b> en la que se expone las costumbres, la creación cultural, gastronómica e intelectual del norte del Perú Muchick.	showing off the customs and cultural, gastronomic and intellectual creativity of northern Muchick Peru.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Cultura monsefuana	Monsefuana culture
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>cultura monsefuana</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como <b>Monsefuana culture</b> y no como <b>The culture of Monsefú</b>.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>FEXTICUM  Lambayeque</p> <p>Begins: 22-July-2018  Ends: 31-July-2018</p> <p>Celebrated during the national holidays. It is the largest popular festival in the Lambayeque region. FEXTICUM is an expression of the <b>culture of Monsefú</b>, showing off the customs and cultural, gastronomic and intellectual creativity of northern Muchick Peru.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°27**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: LORETO</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="text-align: center;"><b>Fundación del Puerto Fluvial de Iquitos sobre el río Amazonas / Iquitos</b></p> <p>Loreto</p> <p>Desde: 05-enero-2015</p> <p>Hasta: 05-enero-2015</p> <p>Celebración alegórica con desfiles cívicos y fiestas en las que participa toda la población. Se conmemora la llegada de <b>los barcos de la Marina de Guerra del Perú</b> enviados por <b>el presidente Ramón Castilla y Marquezado</b>, ocurrida entre 1863 y 1864, trayendo consigo las partes para la construcción de la factoría y del</p>	<p style="text-align: center;"><b>Founding of Iquitos</b></p> <p>Loreto</p> <p>Begins: 05-January-2015</p> <p>Ends: 05-January-2015</p> <p>Allegorical celebration with civic parades and festivals in which the entire town participates. It commemorates the arrival of <b>Peruvian sailors</b> to Iquitos on January 5, 1864, which led to the city becoming part of the national development as it began its life as a river port.</p>



apostadero naval, que dio a Iquitos relevancia como puerto peruano en la Amazonía.	
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Los barcos de la Marina de Guerra del Perú enviados por el presidente Ramón Castilla y Marquezado	Peruvian sailors
<b>Tipo de error de traducción</b>	
(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión	
( ) error lingüístico / <b>especificar:</b>	
<b>Análisis y comentario</b>	
En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>Fundación del Puerto Fluvial de Iquitos sobre el río Amazonas / Iquitos, los barcos de la Marina de Guerra del Perú y el presidente Ramón Castilla y Marquezado</b> . En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que la <b>Fundación del Puerto Fluvial de Iquitos sobre el río Amazonas / Iquitos</b> fue traducida solamente como <b>Founding of Iquitos</b> y <b>los barcos de la Marina de Guerra del Perú</b> como <b>Peruvian sailors</b> , excluyéndose el culturema <b>presidente Ramón Castilla y Marquezado</b> .	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<b>Foundation of the Fluvial Port of Iquitos over Amazonas River</b>	
Loreto	
Begins: 05-January-2015	
Ends: 05-January-2015	
Allegorical celebration with civic parades and festivals in which the entire town participates. It commemorates <b>the arrival of Peruvian Navy ships</b> which were sent by <b>Ramón Castilla President and Marquezado</b> to Iquitos on January 5, 1864, which led to the city becoming part of the national development as it began its life as a river port.	

**FICHA DE ANÁLISIS N°28**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: LIMA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Plaza Mayor Lima</p> <p>Horario de visita: Durante todo el día y la noche.</p> <p>Ubicación: Centro Histórico de Lima Lima</p> <p>Diseñada por <b>Francisco Pizarro</b> en 1536. En su perímetro se encuentra el Palacio de Gobierno, la Municipalidad Metropolitana de Lima, la Catedral, <b>el Palacio Arzobispal, la Casa del Oidor y el edificio del Club de la</b></p>	<p>Lima Plaza Mayor (Main Square)</p> <p>Visiting Hours: All day and night.</p> <p>Location : Historic Centre of Lima Lima</p> <p>Centre of the old colonial city. Around its edge are the Lima Cathedral, Government Palace and Provincial Municipal Authority of Lima. A</p>

<b>Unión.</b> En la parte central destaca una pileta de bronce del siglo XVII.	highlight of the central part is a bronze fountain from the 17th century
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Diseñada por Francisco Pizarro en 1536 El Palacio Arzobispal, la Casa del Oidor y el edificio del Club de la Unión	Sin traducción
<b>Tipo de error de traducción</b>	
(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión (__ ) error lingüístico / <b>especificar:</b>	
<b>Análisis y comentario</b>	
En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>Francisco Pizarro, el Palacio Arzobispas, La casa del Oidor y el edificio del Club de la Unión.</b> En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que estos culturemas se excluyeron en la versión meta.	
<b>Propuesta de traducción</b>	
Main Square of Lima Visiting Hours: All day and night. Location : Historic Centre of Lima Lima It was designed by <b>Francisco Pizarro</b> in 1536. Around its edge are the <b>Government Palace, The Metropolitan Municipality of Lima, The Cathedral, the Archiepiscopal Palace, the Oidor House and the building of Unión Club.</b> A highlight of the central part is a bronze fountain from the 17th century	

**FICHA DE ANÁLISIS N°29**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: LIMA</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Palacio de Gobierno</p> <p>Horario de visita: S y D previa coordinación de lunes a jueves de preferencia vía telefónica en horario de 09:00 a 18:00 h. Teléfonos: (511) 311-3908 / 311-3900 anexo 523.</p> <p>Diariamente, a las 11:45 horas, el Patio de Honor es escenario del cambio de guardia.</p> <p>Ubicación: Plaza Mayor de Lima.</p>	<p>Government Palace</p> <p>Visiting Hours: Prior arrangement.</p> <p>Location: Lima's Plaza Mayor.</p> <p>Lima</p> <p>Residence of Francisco Pizarro (1535), who built it on the ground previously occupied by Taulichusco, chief of the Rímac valley. Since then, the site has</p>



<p>Lima</p> <p>Residencia de Francisco Pizarro (1535). Fue construido sobre el terreno de Taulichusco, curaca del valle del Rímac. Desde entonces, ha sido el centro del poder político del Perú. Cuenta con numerosos patios y salones dedicados a personajes insignes de la historia peruana, cuidadosamente decorados con piezas de arte. Diariamente, a las 11:30 h, el Patio de Honor es escenario del cambio de guardia a cargo del <b>Regimiento de Caballería, Mariscal Domingo Nieto. Escolta del Presidente de la República del Perú y Guardia de Honor del Palacio de Gobierno del Perú.</b></p>	<p>been the centre of political power in Peru. The building was rebuilt in the 1920s after a fire. It has many courtyards and halls dedicated to important figures in Peruvian history which have been carefully decorated with outstanding works of art. Daily, at 11:45, the Patio de Honor (Honour Courtyard) is the setting for the changing of the guard under the responsibility of the <b>glorious Battalion of the Hussars of Junín.</b></p>
<p align="center"><b>Culturema en la versión en español</b></p>	<p align="center"><b>Culturema en la versión en inglés</b></p>
<p>Regimiento de Caballería, Mariscal Domingo Nieto. Escolta del Presidente de la República del Perú y Guardia de Honor del Palacio de Gobierno del Perú.</p>	<p>The glorious Battalion of the Hussars of Junín.</p>
<p align="center"><b>Tipo de error de traducción</b></p> <p>(X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión</p> <p>(__ ) error lingüístico / <b>especificar:</b></p>	
<p align="center"><b>Análisis y comentario</b></p>	

En este párrafo se encontró los culturemas de patrimonio cultural **Regimiento de Caballería, Mariscal Domingo Nieto. Escolta del Presidente de la República del Perú y Guardia de Honor del Palacio de Gobierno del Perú.** En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido que estos culturemas fueron traducidos como **glorious Battalion of the Hussars of Junín.**

**Propuesta de traducción**

Daily, at 11:30h, the (Honour Courtyard) is the setting for the changing of the guard under the responsibility **of the Cavalry Regiment, Mariscal Domingo Nieto. The President's Escort of the Republic of Peru and the Honor Guard of Peru's Government Palace.**

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”  
DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: LIMA	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p><b>Aniversario de la Fundación de Lima</b> <b>Lima</b></p> <p>Desde: 18-enero-2017 Hasta: 18-enero-2017</p> <p>Se realizan actividades cívico-culturales, entre los que destacan los pasacalles, serenatas y fuegos artificiales, entre otros.</p>	<p><b>Lima Anniversary</b> Lima</p> <p>Begins: 18-January-2017 Ends: 18-January-2017</p> <p>Civic and cultural activities are held, with street banners, serenades and fireworks, among other things</p>
Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Aniversario de la Fundación de Lima	Lima Anniversary
Tipo de error de traducción	

error de comprensión / **especificar:** omisión

error lingüístico / **especificar:**

**Análisis y comentario**

En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **aniversario de la fundación de Lima**. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que este culturema fue traducido como **Lima Anniversary**, excluyéndose la **fundación de Lima**.

**Propuesta de traducción**

**Lima's Anniversary Foundation**

Lima

Begins: 18-January-2017

Ends: 18-January-2017

Civic and cultural activities are held, with street banners, serenades and fireworks, among other things

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO  
“PERÚTRAVEL” DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

**Región: HUANCAVELICA**



**Contexto en la versión  
en español**



**Iglesia Catedral de San Antonio de Padua**

Horario de visita: Lun. a Sáb.: 7:00 – 08:00 / 17:30 - 18:30 y Dom.: 05:30 - 10:00 / 17:30 - 18:30 hrs.

Ubicación: Plaza de Armas.

Huancavelica

Construida en el siglo XVII, el frontis impresiona por el contraste entre sus

**Contexto en la versión  
en inglés**



**San Antonio Cathedral Church**

Visiting Hours: Monday - Saturday 7.00 am and 5.15 pm. Sun 5.30 am, 8.00 am, 9.30 am and 5.15 pm.

Location: Plaza de Armas.




Huancavelica

Built in the 17th century, the church's front is truly impressive due to the

blancas torres prismáticas y la fachada de estilo barroco, labrada en piedra volcánica de color rojo indio. En el interior predomina el decorado barroco del altar mayor y destacan el púlpito y los altares laterales en pan de oro, así como hermosos lienzos de las escuelas cusqueña y huamanguina	contrast between its white prism-shaped towers and the baroque-style façade, crafted in Indian red volcanic rock. The interior is dominated by the altar decorated in the baroque style, and the pulpit and side altars covered in gold leaf are standout features. There are also beautiful paintings from the Cuzco and Huamanga schools.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Iglesia Catedral de San Antonio de Padua	San Antonio Cathedral Church
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión <input type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b>	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Iglesia Catedral de San Antonio de Padua</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que este culturema fue traducido como <b>San Antonio Cathedral Church</b>, excluyéndose <b>Padua</b>.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p><b>Cathedral Church of San Antonio de Padua</b>  Visiting Hours: Monday - Saturday 7.00 am and 5.15 pm. Sun 5.30 am, 8.00 am, 9.30 am and 5.15 pm.  Location: Plaza de Armas.  Huancavelica  Built in the 17th century, the church's front is truly impressive due to the contrast between its white prism-shaped towers and the baroque-style façade, crafted in Indian red volcanic rock (...).</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°32**

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO  
“PERÚTRAVEL” DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

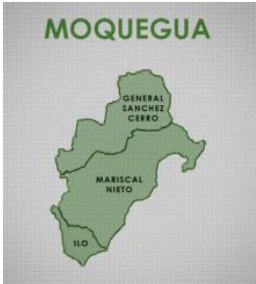


<p align="center"><b>Región: HUANCVELICA</b></p> 	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
 <p>Templo y Convento de San Francisco Horario de visita: Durante el día.</p> <p>Ubicación: Plaza Bolognesi s/n.</p> <p>Huancavelica</p> <p>La iglesia, construida en 1774, se conserva casi intacta pese a los movimientos sísmicos que soportó. Con estilo mestizo, al igual que la mayoría de los templos andinos,</p>	 <p>Temple and Convent of San Francisco Visiting Hours: Daytime.</p> <p>Location: Plaza Bolognesi w/o No.</p> <p>Huancavelica</p> <p>The church, built in 1774, is preserved almost intact despite the earthquakes it has had to endure. With a mixed style, as with most of the Andean temples, the baroque altarpieces, carved in wood and</p>

resaltan en el interior retablos barrocos, tallados en madera y bañados con pan de oro, entre los que destaca el altar dedicado a San Francisco. El convento se vincula a leyendas populares como la historia del "padre sin cabeza", según la cual un sacerdote franciscano que se ahorcó en una de las celdas del convento camina por las noches y toca las campanas de la iglesia. La plataforma delantera de la iglesia es escenario del concurso de "Danzantes de Tijeras" los días 24 y 25 de diciembre y de la <b>"Adoración de los Reyes Magos"</b>	covered in gold leaf, are outstanding. A real highlight is the altar dedicated to San Francisco (St Francis). The convent has been the source of popular legends, like the story of the "headless priest," who is supposedly the ghost of a Franciscan priest who hanged himself in one of the convent cells and walks through the building at night, ringing the church bells. The esplanade in front of the church is the setting for the "Danzantes de Tijeras" (Dance of the Scissors) contest on 24 and 25 December, as well as for the <b>"Adoration of the Three Kings"</b> .
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Adoración de los Reyes Magos	Adoration of the Three Kings
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	
En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>"Adoración de los Reyes Magos"</b> . En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como <b>"Adoration of the Three Kings"</b> en vez de <b>"Adoration of the Three Wise Men"</b> (Bible, s.f.)	
<b>Propuesta de traducción</b>	
(...)The esplanade in front of the church is the setting for the "Danzantes de Tijeras" (Dance of the Scissors) contest on 24 and 25 December, as well as for the <b>"Adoration of the Three Wise Men"</b> .	

### FICHA DE ANÁLISIS N°33



**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”  
DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

Región: MOQUEGUA	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<b>Chicharrón de pulpo</b>	<b>Octopus chicharón</b>
Trozos pequeños de pulpo fritos en aceite. Se acompaña con zarza de cebolla, tomate, papas y camote cocido.	Small pieces of octopus fried in oil. Served with a salad of onions, tomatoes, potatoes and cooked <b>yam</b> .
Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Chicharrón de pulpo Camote	Octopus chicharón Yam
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical	
<b>Análisis y comentario</b>	

En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural **chicharrón de pulpo y camote**. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido fueron traducidos como **octopus chicharón y yam**, más no como **octopus crackling y sweet potatoes**

**Propuesta de traducción**

**Octopus crackling**

Small pieces of octopus fried in oil. Served with a salad of onions, tomatoes, potatoes and **sweet potatoes** cooked.

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”  
DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

**Región: MADRE DE DIOS**



**Contexto en la versión en español**

**Contexto en la versión en inglés**



**Carnavales MOMBIRE AYANDA -  
Bailemos Juntos**

**Carnivals**

Madre de Dios

Madre de Dios

Desde: 01-febrero-2014

Begins: 01-February-2014

Hasta: 31-marzo-2014

Ends: 31-March-2014

Se organizan pasacalles por las principales calles de la ciudad, concursos de comparsas, reinas de belleza y la elección de la Srta. Manguare y del Rey Momo.

There are parades through the main streets of the city, as well as competitions between carnival groups and the election of beauty queens, Miss Manguare and Rey Momo

<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Carnavales MOMBIRE AYANDA - Bailemos Juntos	Carnivals
<b>Tipo de error de traducción</b> (X) error de comprensión / <b>especificar:</b> omisión ( ) error lingüístico / <b>especificar:</b>	
<b>Análisis y comentario</b> En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Carnavales MOMBIRE AYANDA - Bailemos Juntos</b> . En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que este culturema fue traducido como <b>Carnivals</b> y no como <b>MOMBIRE AYANDA Carnivals – Dance Together</b>	
<b>Propuesta de traducción</b> <b>MOMBIRE AYANDA Carnivals – Dance Together</b> Madre de Dios  Begins: 01-February-2014 Ends: 31-March-2014  There are parades through the main streets of the city, as well as competitions between carnival groups and the election of beauty queens, Miss Manguare and Rey Momo	

**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS  
CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”  
DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

**Región: MADRE DE DIOS**



**Contexto en la versión en español**

**Contexto en la versión en inglés**



**Festival SINE DO END DARI -  
Fiesta de mi Tierra**

**NDO EDN DARI Festival - Festival of  
My Land**

27 - 27 sep.

Madre de Dios

Fiesta que fortalece la identidad cultural amazónica a través de concursos de danza, folclore, comidas típicas, ceremonias místicas (pago a la tierra y sesiones de ayahuasca), así como un congreso de investigadores de ayahuasca.




Begins: 27-September-2014

Ends: 27-September-2014

This fesitval reinforces Amazonian cultural identity through dance competitions, folk music, traditional food and mystic ceremonies (payments to the land and ayahuasca sessions) as

	well as a conference for Ayahuasca researchers.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Festival SINE DO END DARI - Fiesta de mi Tierra	NDO EDN DARI Festival - Festival of My Land
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<input type="checkbox"/> error de comprensión / <b>especificar:</b> <input checked="" type="checkbox"/> error lingüístico / <b>especificar:</b> ortografía y puntuación	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Festival SINE DO END DARI - Fiesta de mi Tierra</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo ortografía y puntuación, debido a que este culturema fue traducido como <b>NDO EDN DARI Festival - Festival of My Land</b>.</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p><b>SINE DO END DARI Festival - Festival of My Land</b>  Madre de Dios  Begins: 27-September-2014  Ends: 27-September-2014  This festival reinforces Amazonian cultural identity through dance competitions, folk music, traditional food and mystic ceremonies (payments to the land and ayahuasca sessions) as well as a conference for Ayahuasca researchers.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°36**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿A DÓNDE IR?**

<b>Región: APURIMAC</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p style="color: red;"><b>Plaza Mayor</b></p> <p>Horario de visita: Durante todo el día y la noche.</p> <p>Ubicación: Centro de la ciudad.</p> <p>Apurímac</p> <p>Acogedora plaza de la ciudad. Con imágenes en bronce que representan la fauna silvestre local: el cóndor, el venado y el puma.</p>	<p style="color: red;"><b>Plaza Mayor</b></p> <p>Visiting Hours: All day and night.</p> <p>Location: City centre.</p> <p>Apurímac</p> <p>A charming plaza in the city. With bronze images representing the local wildlife: the condor, deer and puma.</p>
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Plaza mayor	Plaza mayor
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>(<input type="checkbox"/>) error de comprensión / <b>especificar:</b></p> <p>(<input checked="" type="checkbox"/>) error lingüístico / <b>especificar:</b> selección lexical</p>	

### **Análisis y comentario**

En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural **plaza mayor**. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que este culturema fue traducido como **plaza mayor** y no como **main square**.

### **Propuesta de traducción**

#### **Main Square**

Visiting Hours: All day and night.




Location: City centre.

Apurimac

A charming square in the city. With bronze images representing the local wildlife: the condor, deer and puma






**FICHA DE ANÁLISIS N°37**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: APURIMAC</b>	
	
<b>Contexto en la versión en español</b>	<b>Contexto en la versión en inglés</b>
	
<p>Casona Illanya</p> <p>Horario de visita: Durante todo el día.</p> <p>Ubicación: Centro poblado de Illanya.</p> <p>Apurímac</p> <p>Una primeras haciendas que surge a inicios de la colonia (1592). Levantada con elegante estilo arquitectónico francés. Produjo aguardiente de caña de azúcar, <b>chancaca, miel de caña</b> y contaba con moneda propia. Actualmente se encuentra restaurada, en ella se puede visitar el museo del</p>	<p>Illanya mansion</p> <p>Visiting Hours: All day.</p> <p>Location: Illanya Town.</p> <p>Apurímac</p> <p>One of the first ranches built at the start of the colonial period (1592). Built in an elegant French architectural style. It produced sugar cane liquor (aguardiente), <b>treacle and sugar cane syrup</b> and had its own currency. The site has been restored and holds the museum</p>

Instituto Nacional de Cultura de Apurímac.	of the National Institute of the Apurímac Culture.
<b>Culturema en la versión en español</b>	<b>Culturema en la versión en inglés</b>
Chancaca , miel de caña	Treacle and sugar cane syrup
<b>Tipo de error de traducción</b>	
<p>( ) error de comprensión / <b>especificar:</b></p> <p>(X) error lingüístico / <b>especificar:</b> Selección lexical</p>	
<b>Análisis y comentario</b>	
<p>En este párrafo se encontraron los culturemas de patrimonio cultural <b>chancaca y miel de caña</b>. En la traducción al inglés se produjo un error lingüístico de tipo selección lexical, debido a que fueron traducidos como <b>treacle and sugar cane syrup</b>. En español, el culturema <b>chancaca</b> se debe mantener porque en algunas regiones del Perú, la panela es conocida más como <b>chancaca</b>, por ejemplo, en el norte del país. Asimismo, <b>miel de caña</b> debió ser traducido como <b>blackstrap molasse</b> (Heathline, s.f.).</p>	
<b>Propuesta de traducción</b>	
<p>Illanya mansion</p> <p>Visiting Hours: All day.</p> <p>Location: Illanya Town.</p> <p>Apurimac</p> <p>One of the first ranches built at the start of the colonial period (1592). Built in an elegant French architectural style. It produced sugar cane liquor (aguardiente), <b>chancaca</b> and <b>molasse</b> and had its own currency. The site has been restored and holds the museum of the National Institute of the Apurímac Culture.</p>	

**FICHA DE ANÁLISIS N°38**  
**ANÁLISIS DE LOS ERRORES EN LA TRADUCCIÓN AL INGLÉS DE LOS**  
**CULTUREMAS DEL PORTAL OFICIAL DE TURISMO “PERÚTRAVEL”**  
**DE PROMPERÚ – SECCIÓN: ¿DÓNDE IR?**

<b>Región: APURIMAC</b>	
	
Contexto en la versión en español	Contexto en la versión en inglés
	
<p>Kapchi</p> <p>Guiso o sopa de habas (o de setas con papas), con leche, queso y <b>Huacatay</b> (hierba nativa de la región Cusco)</p>	<p>Kapchi</p> <p>Broad bean stew with potatoes, milk, eggs and cheese.</p>
Culturema en la versión en español	Culturema en la versión en inglés
Huacatay (hierba nativa de la región Cusco)	---
Tipo de error de traducción	
<p>(<b>X</b>) error de comprensión / <b>especificar</b>: omisión</p> <p>(<b>__</b>) error lingüístico / <b>especificar</b>:</p>	
Análisis y comentario	
<p>En este párrafo se encontró el culturema de patrimonio cultural <b>Huacatay</b>. En la traducción al inglés se produjo un error de comprensión de tipo omisión, debido a que se excluyó este culturema en la traducción inversa.</p>	
Propuesta de traducción	
<p>Kapchi</p> <p>Broad bean stew with potatoes, milk, eggs, cheese and huacatay (native herb of Cusco).</p>	

## **CAPÍTULO IV**

### **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

#### **4.1 Tipo y nivel de investigación**

La presente investigación fue aplicada y de nivel descriptiva.

#### **4.2 Diseño específico de la investigación**

El diseño de la presente investigación fue transversal.

#### **4.3. Corpus genérico y corpus específico**

El corpus genérico estuvo conformado por la página web “PERÚ TRAVEL” que es el portal oficial de turismo de PROMPERÚ junto con su traducción al inglés.

El corpus específico fue estructurado con 38 culturemas de tipo patrimonio cultural obtenidos de la sección ¿Dónde ir? de dicho portal.

#### **4.4 Instrumentos de recogida de datos**

Las 38 muestras seleccionadas del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ fueron analizadas mediante una ficha que fue validada por un experto.

#### **4.5 Técnica de procesamiento y análisis de datos**

Para este estudio se utilizó la estadística descriptiva y a la vez se procesó los datos mediante el software estadístico IBM Statistics SPSS versión 23 y Excel. Los resultados fueron representados mediante barras y datos descriptivos.

#### **4.6. Procedimiento de ejecución del estudio**

El análisis del corpus específico de esta investigación se realizó mediante una ficha de análisis la cual contenía los siguientes campos: contexto en la versión en español e inglés, culturema en la versión en español e inglés, tipo de error de traducción, análisis y comentario y propuesta de traducción.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1 Datos cuantitativos

En este apartado se presenta la comprobación de la hipótesis general y las hipótesis específicas realizadas mediante la estadística descriptiva cuyos gráficos y tablas fueron procesados a través del programa SPSS Statistics versión 23 y Excel.

#### 5.2 Análisis de resultados

##### 5.2.1 Hipótesis general

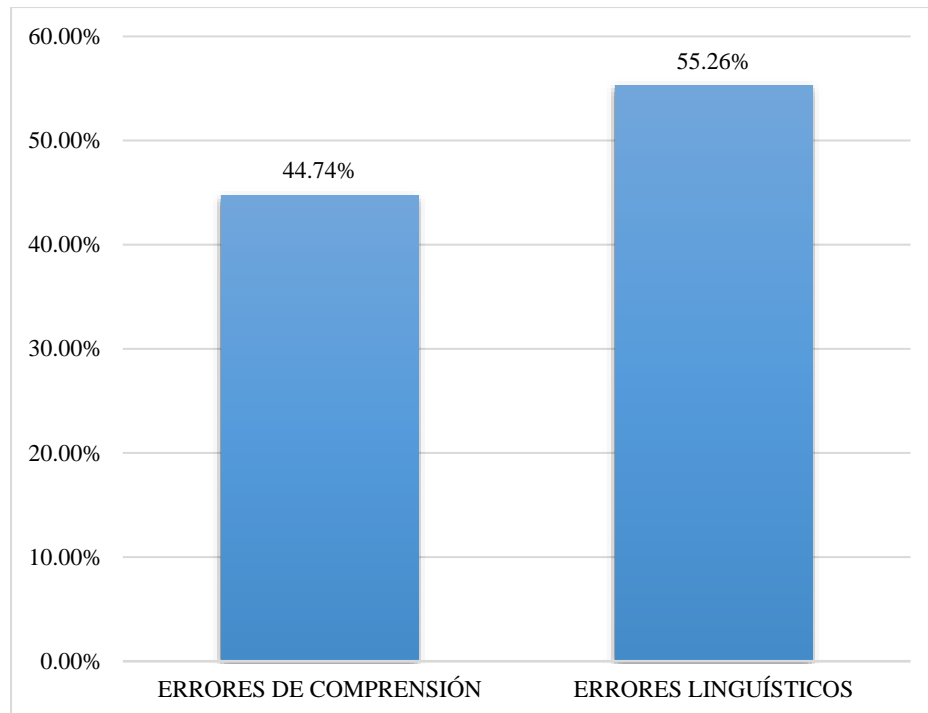
Los errores encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ son: de comprensión y lingüísticos.

**Tabla N°9: Tipos de errores de traducción**

<b>Error de traducción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Errores de comprensión	17	44,74%
Errores lingüísticos	21	55,26%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Grafico N°1: Tipos de errores de traducción**



Fuente: Elaboración propia

La tabla N°9 y el gráfico N°1 indicaron que los errores de traducción encontrados en los 38 culturemas de patrimonio cultural extraídos de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ fueron de comprensión y lingüísticos. Por lo tanto, en 17 culturemas se hallaron errores de comprensión representados en un 44,74%, mientras que en 21 culturemas se encontraron errores lingüísticos representados en un 55,26%. De esta manera, se comprobó la hipótesis general de este estudio donde se sostuvo que los errores de traducción al inglés de los culturemas de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ eran de comprensión y lingüísticos.

## 5.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

### 5.2.2.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°1

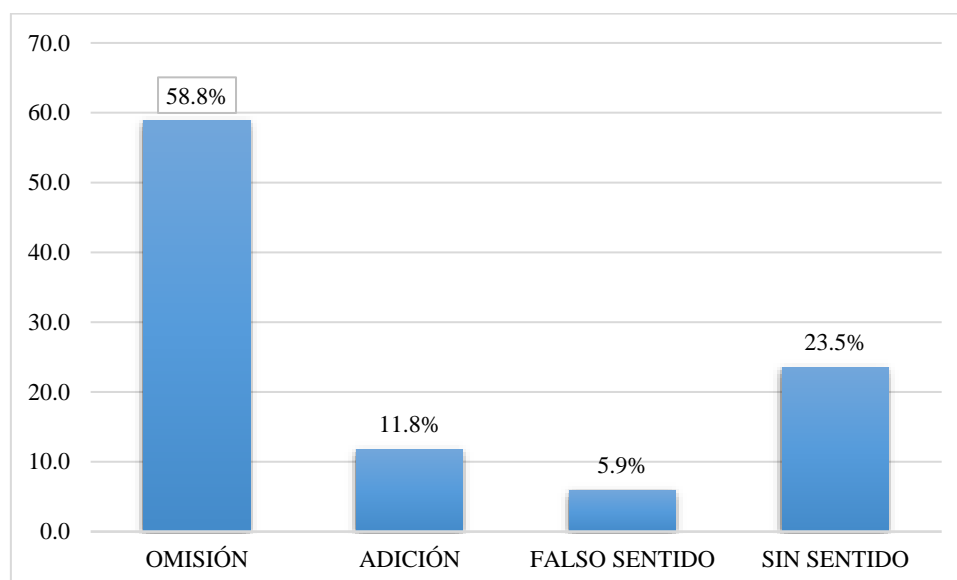
Los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERU TRAVEL” de PROMPERÚ son: omisión, adición, falso sentido y sin sentido.

**Tabla N°10: Tipos de errores de comprensión**

<b>Error de comprensión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Omisión	10	58,8%
Adición	2	11,8%
Falso sentido	1	5,9%
Sin sentido	4	23,5%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico N°2: Tipos de errores de comprensión**



Fuente: Elaboración propia

La tabla N°10 y el gráfico N°2 mostraron que los errores de comprensión hallados en los 17 culturemas de patrimonio cultural extraídos de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ constituyeron omisión en 10 culturemas representados en un 58,8%, adición en 2 culturemas representados en 11,8%, falso sentido en 1 culturema representado en un 5,9% y finalmente, sin sentido en 4 culturemas representados en un 23,5%. De esta forma, se confirmó la hipótesis específica N°1 del presente estudio donde se afirmó que los errores de comprensión encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ eran: omisión, adición, falso sentido y sin sentido.

#### 5.2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°2

Los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ? son: selección lexical, ortografía y puntuación y falsos amigos.

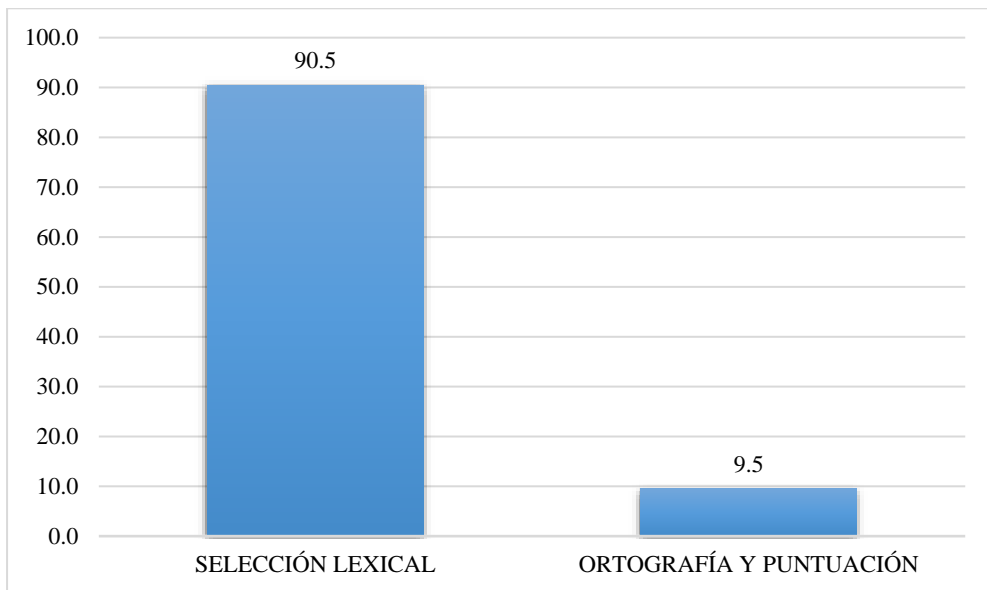
**Tabla N°11: Tipos de errores lingüísticos**

<b>Errores lingüísticos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Selección lexical	19	90,5%
Ortografía y puntuación	2	9,5%
Total	21	100,0%

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico N°3: Tipos de errores lingüísticos**



Fuente: Elaboración propia

La tabla N°11 y el gráfico N°3 determinaron que los errores lingüísticos encontrados en los 21 culturemas de patrimonio cultural extraídos de la sección ¿A dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ fueron de selección lexical encontrados en 19 culturemas que representaron un 90,5 % y de ortografía y puntuación localizados en 2 culturemas que representaron un 9.5%. De esta forma, se confirmó la hipótesis específica N°2 de la presente investigación donde se manifestó que los errores lingüísticos encontrados en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿Dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ? eran selección lexical, ortografía y puntuación.

### 5.3 Discusión de resultados

En la presente investigación los errores de traducción que más se cometieron al traducir los culturemas de patrimonio cultural fueron de comprensión y lingüísticos, al igual que en la investigación de (Pertón, 2010) titulada “La traducción de textos turísticos” donde la autora determinó que durante la traducción de culturemas, el traductor cometió errores lingüísticos de tipo ortografía, ya que muchas veces empleó de manera incorrecta las mayúsculas, añadió vocales o consonantes de manera errónea y algunas palabras presentaron ausencia de ciertas letras. A la vez, Pertón encontró errores de puntuación, como por ejemplo la falta de espacios y puntos en la traducción al neerlandés.

De igual forma, en la tesis “La traducción de los textos turísticos: propuesta de clasificación y análisis de muestras” elaborada por (De la Cruz, 2003), la autora señaló dos categorías de errores de traducción. La primera categoría comprendió los errores de comprensión y la segunda abarcó los errores lingüísticos siendo estos los más frecuentes al momento de efectuar la traducción inversa de textos turísticos, por ejemplo, el uso inadecuado de las preposiciones, errores gramaticales, uso excesivo del artículo determinado, utilización del plural de manera innecesaria, carencia del verbo auxiliar “do”, etc. Asimismo, los errores de comprensión encontrados en las muestras de textos turísticos fueron el uso incorrecto de palabras, falta de traducción, empleo de términos parecidos de manera incorrecta, falta de conversión de las unidades de medidas y pesos y calco de la estructura de frases y elección de palabras de la lengua origen.

Por otro lado, (Durán Muñoz, 2012) en su artículo de investigación titulado “Caracterización de la traducción turística: Problemas, dificultades y posibles soluciones”, señaló que los referentes culturales fueron un problema de traducción, debido a que la mayoría de ellos comprenden una realidad, una costumbre, una tradición, etc. distinta a la cultura meta. Por lo tanto, los traductores deberían saber tomar decisiones a la hora de efectuar su traducción para así evitar cometer errores que pueden hacer incomprensible el texto, provocar confusiones en el lector, etc. Por tal motivo, deberían saber emplear estrategias y técnicas que expliquen los culturemas que aparecen en el texto original, para que de esta manera sea el mensaje sea claro y

coherente para el lector. Asimismo, el traductor debió utilizar una homogeneidad al emplear las estrategias en la traducción de los culturemas. En algunos casos, el traductor optó por mantener los culturemas en el texto meta tal y como aparecían en el texto original, con la finalidad de hacer el texto más atractivo e interesante para el lector meta. A su vez, la autora recalcó que los textos turísticos también se caracterizan por presentar una gran cantidad de nombres propios de referentes culturales de patrimonio cultura como: personajes históricos, museos, instituciones, etc. La presencia de este tipo de culturemas, muchas veces provocó ciertas dificultades en el traductor porque en algunos casos no cuentan con una traducción oficial en la lengua de llegada y tampoco existe una regla si se deberían traducir o no. La mayoría de estos culturemas, debieron ser adaptados a la cultura meta o no traducirse.

Para finalizar, el traductor debe documentarse a profundidad porque de esta manera será capaz de aplicar correctamente las técnicas y los procedimientos de traducción evitando así cometer errores.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones general y específicas

- Los errores de traducción encontrados en la traducción de culturemas de patrimonio cultural de la sección ¿A dónde ir? del portal oficial de turismo “PERÚ TRAVEL” de PROMPERÚ fueron de comprensión en 17 culturemas y lingüísticos en 21 culturemas.
- Respecto a los errores de comprensión se encontró la omisión en 10 culturemas, el sin sentido en 4 culturemas, la adición en 2 culturemas y el falso sentido en 1 culturema.
- Los errores lingüísticos que se cometieron en la traducción al inglés de los culturemas de patrimonio cultural fueron selección lexical con un porcentaje de 90,5% y ortografía y puntuación con un 9,5%.

#### 6.2 Recomendaciones

- El traductor profesional debe poseer una gran capacidad de comprensión y saber emplear las normas de su lengua materna como de su lengua de trabajo. Por ello, antes de traducir cualquier tipo de texto, el traductor debe documentarse con textos paralelos y realizar una investigación exhaustiva para que de esta manera evite los errores de traducción.
- Para evitar cometer los errores de comprensión, el traductor profesional debe de analizar previamente a profundidad el texto que va traducir y remarcar las posibles dificultades que tendrá a la hora de traducir dicha frase, término u oración para así pueda realizar una consulta adecuada.
- El traductor profesional debe emplear bases terminológicas y consultar diccionarios bilingües o monolingües al momento de traducir referentes culturales, terminología, etc. para así evitar incurrir en un error lingüístico.

- Las empresas también deben trabajar en conjunto con correctores y revisores quienes son los encargados de revisar y mejorar la traducción, para así ofrecer al lector una traducción de calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álamo, F. (Julio de 2013). El monólogo como modalidad del discurso del personaje en la narración. *Revista Lingüística y Literatura*(64), 179-201. Obtenido de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/lyl/article/view/18249/16131>
- Alcázar, A., & Azcárate, M. (2017). Toponimia: Normas para el MTN25. Conceptos básicos y terminología. *Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado*(42), 1-132. Obtenido de <http://www.ign.es/web/resources/acercaDe/libDigPub/NormasToponimiaparaMTN25.pdf>
- Alexopoulou, A. (2011). El enfoque basado en los géneros textuales y la evaluación de la competencia discursiva. (J. Sánchez, J. d. Guervós, M. Seseña, & H. Bongaerts, Edits.) *Del texto a la lengua: La aplicación de los textos a la enseñanza-aprendizaje del español L2-LE, 1*, 97-110.
- Amador, N. (2007). Diez errores usuales en la traducción de artículos científicos. *Revista Panace, IX*(26), 121-123.
- Arreytunandía de Acha, A. (2016). Análisis de la traducción de los elementos culturales presentes en las recetas en línea de Paradores de España. (*Trabajo de fin de grado*). Universidad Pontificia Comillas, Madrid.
- Belaimeche, A. (2014). Español del Turismo. (*Trabajo de fin de máster*). Universidad Abou Bakr Belkaid -Tlemcen, Algeria.
- Bible, I. (s.f.). *Three Wise Men: What were their names?* Obtenido de Bible Info: <https://www.bibleinfo.com/en/questions/what-were-names-three-wise-men>
- Björklund, R. (2015). *La traducción de los culturemas* . Suecia : Universidad Linneo.
- Blanco, I. (2016). Características del discurso turístico en lengua inglesa: Ejemplos de la página web de turismo de Sevilla. (*Trabajo de fin de grado*). Universidad de Valladolid, Segovia.
- Blazes, M. (31 de Julio de 2019). *Fried Platain Chips (Chifles)*. Obtenido de The Spruce Eats : <https://www.thespruceeats.com/chifles-fried-plantain-chips-3028864>

- Calvi, M. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de traducción. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 9-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185284>
- Calvi, M. (2016). Léxico de especialidad y lengua del turismo. En A. Duffé, & P. Lang (Ed.), *Estudios sobre el léxico: punto y contrapuntos* (págs. 118-214). Suiza: Peter Lang. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/301328134\\_Lexico\\_de\\_especialidad\\_y\\_lengua\\_del\\_turismo](https://www.researchgate.net/publication/301328134_Lexico_de_especialidad_y_lengua_del_turismo)
- Calvi, M., & Bonomi, M. (2016). El lenguaje del Turismo: de los textos especializados a la comunidad del viajero. En *Estudios sobre el léxico: punto y contrapuntos* (págs. 181-201). Suecia: Peter Lang.
- Cambridge, D. (2019). *Requiem Definition*. Obtenido de The Cambridge dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/requiem>
- Cervantes, C. V. (2019). *Error pragmático*. Obtenido de [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/error-pragmatico.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/error-pragmatico.htm)
- Cervantes, C. V. (2019). *Pragmática*. Obtenido de [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/pragmatica.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/pragmatica.htm)
- Chaski. (10 de Julio de 2017). *Hanpi Willka Wankar Tambor Sagrado Medicinal*. Obtenido de Saberes Ancestrales : <https://ancestrales.info/saberes/tag/tinya/>
- Chirinos, A. (s.f.). *Diferencia entre cultura y civilización*. Obtenido de Diferencias.cc: <https://www.diferencias.cc/cultura-civilizacion/>
- Choudhary, T. (21 de Febrero de 2019). *Top 23 Benefits of sugarcane juice for skin and health* . Obtenido de Stylecraze : <https://www.stylecraze.com/articles/benefits-of-sugarcane-juice-for-skin-hair-and-health/#gref>
- Cloake, F. (15 de Abril de 2010). *How to make perfect pork crackling* . Obtenido de The Guardian : <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/wordofmouth/2010/apr/15/how-to-make-perfect-crackling#comments>

- Comercio, D. E. (14 de enero de 2016). PPK: En mi gobierno apostaremos por potenciar el turismo. págs. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/elecciones/ppk-mi-gobierno-apostaremos-potenciar-turismo-391026>.
- Cruces, S. (2001). El origen de los errores en traducción. *Écrire, traduire et représenter la fête*, 813-822.
- De la Cruz, M. M. (2003). La traducción de textos turísticos: propuesta de clasificación y análisis de muestras. (*Tesis doctoral*). Universidad de Málaga, España.
- De los Santos, E. (23 de Junio de 2018). *Definición de plaza o plazuela* . Obtenido de Parques Alegres : <https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/definicion-de-plaza-plazuela/>
- Definición.de. (s.f.). *Definición de Tautología*. Obtenido de <https://definicion.de/tautologia/>
- Definitions.net. (04 de Septiembre de 2019). *Definición de Town Square (inglés)*.
- Déniz, G. (2015). La traducción de textos turísticos (español - inglés): los folletos de museos. (*Tesis doctoral*). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España.
- Durán Muñoz, I. (2012). Caracterización de la traducción turística: Problema, dificultades y posibles soluciones. *Linguística y lenguas aplicadas*, 7, 103-113. doi:<https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>
- Española, D. d. (2018). *Definición de padre*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/?id=RQfIvcj>
- Española, D. d. (2018). *Difinición de Turismo*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=axaWB7V>
- Española, R. A. (2018). *Definición de cultura*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/?id=BetrEjX>
- Estacio, C. (24 de Marzo de 2018). Turismo en Perú generó ingresos por más de US\$ 8 mil millones. *Diario La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1216766-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>



- Farlex. (s.f.). *Definición de Plazuela* . Obtenido de The Free Dictionary :  
<https://es.thefreedictionary.com/plazuela>
- Fischer, M. (s.f.). *La traducción inversa de textos turísticos como ejercicio para fomentar la competencia lingüística*. Barcelona. Obtenido de  
<https://webs.ucm.es/info/especulo/ele/alcala.html>
- Formación, T. (s.f.). *La traducción de textos turísticos como especialización*.  
 Obtenido de <https://www.tragoraformacion.com/traduccion-textos-turisticos/>
- Frago, J. (2003). Alarife, un americanismo léxico entre la tradición y la innovación. *Revista de Filología Española LXXXIII*, 291-298.
- Fuentes, A. (2005). *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrio, S.L.  
 Obtenido de  
[https://www.researchgate.net/publication/304201207\\_La\\_traduccion\\_en\\_el\\_sector\\_turistico](https://www.researchgate.net/publication/304201207_La_traduccion_en_el_sector_turistico)
- Fuller, N. (2008). El Turismo en el Perú. En N. Fuller, *Turismo y cultura entre el entusiasmo y el recelo* (págs. 7-137). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Gamero, S. (s.f.). *Características específicas de la traducción técnica*.
- García, F., & Sotelo, M. (2011). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: el estudio de caso de la provincia de ávila. *Revista electrónica de medio ambiente. UCM, 11*, 1-17.
- Gestión, D. E. (2 de Diciembre de 2018). Perú se lleva tres galardones en los World Travel Awards 2018. *Diario El Gestión*. Obtenido de  
<https://gestion.pe/tendencias/viajes/peru-lleva-tres-galardones-world-travel-awards-2018-251629-noticia/>
- González, D., & Cuadrado, A. (2014). El léxico en el ámbito de la gastronomía valenciana: un estudio de las técnicas de traducción de los culturemas. *TIC, trabajo colaborativo e interacción en Terminología y Traducción, 2*, 345-357.
- González, D. (2012). Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el textos turístico. (*Tesis doctoral*). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.
- Heathline. (s.f.). *Blackstrap Molasses Benefits*. Obtenido de Heathline:  
<https://www.healthline.com/health/food-nutrition/benefits-blackstrap-molasses>

- Hennecke, A. (s.f.). Traducción y cultura: reflexiones sobre la dimensión cultural de textos y su importancia para la traducción. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*(26), 103-119.
- Hurtado, A. (2001). *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. España: Cátedra.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Serie Didáctica.
- Kunaniec, K. (20 de Mayo de 2019). *Easy caramel sauce made with milk*. Obtenido de The spruce eats : <https://www.thespruceeats.com/homemade-caramel-sauce-recipe-1945750>
- Lobato, Y. (2017). Técnicas de traducción de culturemas de tipo patrimonio cultural en la traducción de folletos turísticos del español al inglés, Lima 2017. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima.
- Lobato, Y. (2017). Técnicas de traducción de culturemas de tipo patrimonio cultural en la traducción de folletos turísticos del español al inglés, Lima 2017. (*Tesis de licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima.
- López, C. (2002). Aproximaciones al análisis de los discursos profesionales. *Revista Signos. Estudios de Lengua y Literatura*, XXXV(51-52), 195-215. Obtenido de [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23425/lopezf\\_signos35.pdf?sequence=1](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23425/lopezf_signos35.pdf?sequence=1)
- Madrid, C. d. (s.f.). *¿Qué es una página web?* Obtenido de [http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49\\_7.9\\_WEB.pdf](http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/GuiaEmprendedor/tema7/F49_7.9_WEB.pdf)
- Máquez, D. (2016). Traducción de diversos géneros textuales en la empresa del sector de servicios de auditoría y consultoría: Estudio de caso. *Revista MonTI*(8), 187-224. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/MonTI/article/viewFile/318613/408818>
- Márquez, D. A. (2011). Las once competencias del traductor: el perfil ideal en servicios de traducción. *Revista de Ciencias Sociales*(4), 53-68.
- Martín Sanchez, V. (s.f.). *Sobre Neologismo*. Universidad de Cádiz, España. Obtenido de <http://lateinamerika.phil-fak.uni->

koeln.de/fileadmin/sites/aspla/bilder/ip\_2013/VictorManuelMartinSanchez\_T  
rabajo\_sobre\_Neologismos\_-\_Jena\_\_V\_\_.pdf

- Martin, T. (2011). Dificultades de traducción en los textos turísticos. (J. Sánchez, J. d. Guervós, M. Seseña, & H. Bongaerts, Edits.) *Del texto a la lengua: La aplicación de los textos a la enseñanza - aprendizaje del español L2 -LE, 1*, 571-584. Obtenido de [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/21/21\\_0571.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/21/21_0571.pdf)
- Molina, L. (2006). Modelo de análisis para la identificación y clasificación de los ámbitos culturales. En L. Molina, *El otoño del pinguino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas* (págs. 77-104). Madrid: Universitat Jaume - I.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (enero-junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión General*(1), 135-158.
- Muñoz, J., & Gironzetti, E. (s.f.). *Portal de Linguística Hispánica*. Obtenido de Función fática: <http://hispaniclinguistics.com/glosario/funcion-fatica/>
- Pastor, D. G. (2012). La traducción como instrumento de mediación intercultural en el ámbito turístico: el papel del traductor. En M. Á. Candel, & E. Ortega, *Interculturalidad y traducción en cine, televisión y teatro* (págs. 94-121). España: Valencia: Tirant Humanidades.
- Payo, L. (2002). La traducción de referencias culturales en un texto turístico. *Puentes*(1), 33-45.
- Pertón, N. (2010). La traducción de textos turísticos. (*Tesis*). Universidad de Utrech, Países bajos.
- Peru30. (4 de Noviembre de 2010). *Comercial de Foptur -1988*. Obtenido de Peru30: <https://peru30.wordpress.com/2010/11/04/comercial-de-foptur-1988/>
- PROMPERÚ. (s.f.). *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ*. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/#>
- Quintero, D. (2014). Análisis del Lenguaje Turístico y Comparación de. (*Trabajo fin de grado*). Universidad de Málaga, Málaga.
- República, L. (24 de Marzo de 2018). Turismo en Perú generó ingresos por más de US\$ 8 mil millones. *Diario La República*. Obtenido de

<https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>

- Rodríguez, R. M. (2010). *La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía (análisis de los folletos Turespaña)*. Italia.
- Santamaría, A. (2017). La traducción de las guías de viaje (inglés - español): análisis contrastivo de la información práctica. (*Tesis doctoral*). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España.
- Santos, M. (2016). La comunicación persuasiva en el lenguaje publicitario. (*Trabajo de fin de grado*). Universidad de la Rioja, España.
- Silva, R. (2011). *La interferencia lingüística a partir del inglés como causa de errores de expresión y de sentido en los textos en español de las Decisiones de la Conferencia de las Partes en el Convenio sobre la Diversidad Biológica*. Lima: (Tesis de Licenciatura).
- Soto, J. (2014). Los términos culturales en el ámbito turístico español-inglés: traducción, manipulación y recepción real en usuarios angófonos. (*Tesis doctoral*). Universidad de Murcia, Murcia.
- TNews. (29 de Julio de 2018). Vizcarra mencionó turismo en su discurso en su discurso en términos generales y sin mayores novedades. *TNews*, págs. Recuperado de: <https://tnews.com.pe/vizcarra-menciono-turismo-en-su-discurso-en-terminos-generales-y-sin-mayores-novedades/>.
- TRAVEL, P. (s.f.). *Perú: Conoce los lugares turísticos de nuestro país*. Obtenido de Portal Oficial de Turismo: <https://www.peru.travel/es-pe/>
- Turismo, O. M. (s.d. de s.m. de s.f.). *¿Por qué el turismo?* Obtenido de El turismo un fenómeno económico y social: <http://www.2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Turismo, O. M. (s.f.a). *¿Por qué el turismo?* Obtenido de El turismo un fenómeno económico y social: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Turismo, P. (2019). *¿Cuál será el impacto de los Juegos Panamericanos 2019 en el turismo?* Lima. Obtenido de <https://portaldeturismo.pe/noticia/cual-sera-el-impacto-de-los-juegos-panamericanos-2019-en-el-turismo-informe/>

- Turismo, P. d. (3 de Abril de 2019). *Portal del Turismo*. Obtenido de Portal del Turismo: <https://portaldeturismo.pe/noticia/dia-mundial-del-turismo-impacto-del-sector-en-la-economia-peruana/>
- Valdez, S. (2018). Tipo de equivalencia en la traducción de culturemas del español al inglés del Portal Oficial de Promperú, Lima 2018. (*Tesis de licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima.
- Vásquez, A. (2013). *El error de traducción en la localización de videojuegos: El caso de Breath of Fire: Dragon Quarter*. Valencia.
- Venegas, R., Zamora, S., & Galdames, A. (Octubre de 2016). Hacia un modelo retórico - discursivo del macrogénero (trabajo final de grado de licenciatura). *Revista Signos*, 49, 247-279. doi:10.4067/S0718-09342016000400012
- Vigo, C. (2015). La traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la región La Libertad. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima.