**Universidad de Puerto Rico**
**Recinto de Río Piedras**
**Facultad de Humanidades**
**Programa Graduado en Traducción**

Prof. Yvette Torres
Correo electrónico: yvette.torres1@upr.edu
Ext. 89776
Horas de oficina: L, 4:00 – 5:30 pm y W, 4:00-5:30 pm (por acuerdo)

# TRAD 6990 Nuevas tendencias y prácticas de la traducción: Traducción gastronómica y turística al español (B72)

DESCRIPCIÓN: Traducción de textos relacionados con la cocina: recetas, menús, críticas gastronómicas, utensilios, métodos, ingredientes, etc. Traducción de textos relacionados con turismo: portales, agencias de viaje, servicios, actividades, etc.

OBJETIVOS DEL CURSO**:** Al completar el curso, el estudiante:

1. Identificará las convenciones textuales más significativas de diversos tipos de textos de los campos de la gastronomía y el turismo.
2. Aplicará los conceptos del análisis textual para la traducción.
3. Aplicará las diferentes estrategias de traducción en la resolución de problemas en textos de tipo turístico y gastronómico.
4. Será consciente de la importancia de la traducción turística y gastronómica en Puerto Rico.

BOSQUEJO DEL CONTENIDO Y DISTRIBUCIÓN APROXIMADA DEL TIEMPO

- Presentación del prontuario e introducción al curso
  - Tipos de texto producidos en los sectores turístico y gastronómico — 4 horas
- Análisis textual — 11 horas
  - Características textuales y lingüísticas, características extralingüísticas, problemas que plantea el texto
- Función, expectativas del receptor, convenciones textuales — 15 horas
  - Sistemas de medida, formas verbales, textos paralelos
- Toma de decisiones, aplicación de estrategias de traducción — 15 horas
    - Nombres propios, topónimos, aliteración
    - Expectativas del receptor

**TOTAL** **45 horas***

***9 de las 45 horas se cubrirán mediante métodos alternos**

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES: Los estudiantes realizarán lecturas, participarán en discusiones en clase, harán ejercicios de práctica y analizarán y traducirán textos de diversos tipos. Algunos ejercicios de traducción se harán en el salón de clases y otros en la casa. Los estudiantes llevarán a cabo la investigación necesaria utilizando fuentes tales como textos paralelos, diccionarios especializados, documentos en la Internet y consultas a especialistas en el campo.

RECURSOS DE APRENDIZAJE O INSTALACIONES MÍNIMOS DISPONIBLES O REQUERIDOS: Sala de lectura del PGT con recursos de consulta especializados, tanto en papel como en línea.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

| | |
|---|---|
| Tareas para entregar (2) | 40% |
| Proyecto final | 40% |
| Participación informada y asistencia a clases* | 20% |
| Total | 100% |

*La asistencia a clases es obligatoria. Las tardanzas o ausencias repetidas afectarán la nota final del curso.

SISTEMA DE CALIFICACIÓN: Cuantificable (A, B, C, D, F)

ACOMODO RAZONABLE: Los estudiantes que requieren acomodo razonable o reciben servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con la profesora al inicio del semestre para planificar el acomodo y equipo necesario conforme a las recomendaciones de OAPI.

INTEGRIDAD ACADÉMICA: La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que "la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona incurra en la referida conducta". Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente.

BIBLIOGRAFÍA


Adab, B. (2001): "The Translation of Advertising: A Framework for Evaluation", en *Babel*, vol. 47 (2), pp. 133-157.

Arregui Barragán, N. (2010): "La traducción de marcas comerciales", en *Synergies Espagne*, vol.3, pp. 119-128.

Bassat, Luis (1999): *El libro rojo de las marcas (cómo construir marcas de éxito)*. 1ª edición. Madrid: Espasa Calpe.

Beltrán Onofre, Rocío (2002): Vino, publicidad y traducción. *Puentes: hacia nuevas investigaciones en la mediación intercultural*. Vol. 1, pp. 57-67.

Bueno García, A. (2000): Publicidad y Traducción. *Vertere Monográficos de la Revista Hermeneus* (2) Soria: Ediciones Universidad de Valladolid.

Calzada Pérez, M. (2008): "La recepción de las figuras retóricas de textos publicitarios", en *Cuaderns*, vol. 15, pp. 169-186.

Dann, Graham M.S. (1996) *The language of tourism: a sociolinguistic perspective.* Oxon (Reino Unido): CAB International.

De Mooij, M. (2004): "Translating Advertising. Painting the Tip of an Iceberg", en *The Translator*, vol. 10 (2), pp. 179-198.

Dilley, R. (1986) "Tourist brochures and tourist images". *Canadian Geographer* 30(1), 59-65.

Duro Moreno, Miguel (2001): *Traducir publicidad: O el arte de pasar hambre*. 1ª edición. Granada: Editorial Comares.

Febas Borra, J. (1978) "Semiologia del lenguaje turístico". *Estudios Turísticos*, 57-58, 17-203.

Federici, Eleonora (2007) "What to do and not to do when translating tourist brochures" En: De Stasio, Clotilde (2007) *The languages of tourism*. Milán (Italia): Editore Unicopli.

Fijo, María Isabel y Adrián Fuentes Luque (2013) "A Corpus-based Approach to the Compilation, Analysis, and Translation of Rural Tourism Terms" En *Meta: Translators' Journal*, vol. 58, n° 1, 2013, p. 212-226.

Fuentes Luque, Adrián (2017) "An approach to analysing the quality of menu translations in southern Spain restaurants," *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 38:2, 177-188, DOI: 10.1080/01434632.2016.1187154.

Fuentes Luque, Adrián (2016) "Branding and selling a country through translated tourism advertising: Spain´s image" en *Revista de Lenguas para Fines Específicos* 22.2, pp. 84-103.

Fuentes Luque, Adrián (2009) "El turismo rural en España: terminología y problemas de traducción". En: *Entreculturas*. Número 1.

Fuentes Luque, Adrián (2005) "La traducción de promoción turística institucional: la proyección de la imagen de España". En: Fuentes Luque, Adrián (2005) *La traducción en el sector turístico*. Granada (España): Editorial Atrio

Fuentes Luque, Adrián y Kelly, Dorothy (2000) "The Translator as Mediator in Advertising Spanish Products in English-Speaking Markets" En: Beeby, Allison, Ensinger, Doris y Presas, Marisa (eds.) *Investigating Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 235-242.

Gotti, Maurizio (2006) “The language of tourism as specialized discourse”. En: Palusci, Oriana & Francesconi, Sabrina eds. (2006) *Translating tourism. Linguistic/Cultural representations*. Trento: Università di Trento, 15-34.

Kelly, Dorothy (1998) “The Translation of Texts from the Tourist Sector: Textual Conventions, Cultural Distance and Other Constraints”. En: *TRANS*, n.º. 2, 33-42.

Nobs, Marie Louise (2003) *Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales*, tesis doctoral, Granada: Universidad de Granada.

Poncini, G. (2004). "Communicating Local Elements to Diverse Audiences: Promotional Materials for Wineries". En: Candlin, Ch. N. y M. Gotti (eds). Publicaciones e Intercambio Editorial.

Robuchon, J., & Aduriz, A. L. (2017). *Larousse gastronomique en español*. Barcelona: Larousse Editorial.

Shakir, A. (1995): “The translation of advertisements: registeral and schematic constraints”, en *Meta*, vol. 40, pp. 62-72.

Vittoria Calvi, Maria (2004) “El lenguaje del turismo en las páginas web de los paradores”. En: *Textos y discursos de especialidad. El español de los negocios*. Foro Hispánico 26, 61-70.

Wotjak, G. (2006): “La traducción como comunicación interlingüística transcultural mediada”, en *Hitama*, vol. 5, pp. 221-253.

***Recursos en la red*:**

*Recursos monolingües (español-inglés) importantes:*

Centro Virtual Cervantes http://cvc.cervantes.es

Diccionario CLAVE http://clave.smdiccionarios.com/

Fundéu BBVA http://www.fundeu.es/

Merriam-Webster Online http://m-w.com

Online Collocation Dictionary http://oxforddictionary.so8848.com/

Oxford English Dictionary http://oed.com

Real Academia Española http://www.rae.es

*Diccionario culinario*: https://glosarios.servidor-alicante.com/glosario-gastronomia

*Diccionario gastronómico Gastronoming:* http://www.gastronoming.com/2014/08/06/diccionario-gastronomico/

*FAO. Glosario de Términos* www.fao.org/docrep/014/am401s/am401s07.pdf

*Recursos bilingües:*

Lexicool.com http://www.lexicool.com

Wordreference.com http://www.wordreference.com

*Culinary Essentials Glossary/Glosario*
highered.mheducation.com/sites/dl/free/.../Culinary_Essentials_Glossary_Glosario.pdf

*Diccionario gastronómico Alava Incoming*
http://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/94/14/49414.pdf

*Diccionario práctico de gastronomía y salud*
www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479787714.pdf

*Bases de datos terminológicas*

FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations

http://termportal.fao.org/faoterm/main/start.do

IATE. InterActive Terminology for Europe

http://iate.europa.eu/iatediff/SearchByQueryLoad.do?method=load

Linguee. Dictionary and Translation Search Engine http://www.linguee.es/espanol-ingles/search

TERMIUM Plus http://www.btb.termiumplus.gc.ca/

UNTERM (The United Nations Terminology Database http://unterm.un.org/UNTERM/portal/welcome