

Estudios Franco~Alemanes

Revista Internacional de Traducción y Filología

ISSN: 2171-6633

6
2014

**LOS TRATADOS DE LA MORAL DEL AMOR EN
FRANCIA, A TRAVÉS DEL *DISCOURS SUR LE SENTIMENT
D'UNE DAME, QUI CROYOIT QUE L'AMOUR CONVENOIT
AUX FEMMES, LORS MÊME QU'ELLES N'ÉTOIENT PLUS
JEUNES* Y SU RECEPCIÓN EN ESPAÑA**

MARÍA DEL CARMEN AGUILAR CAMACHO
Universidad de Córdoba
152agcam@uco.es

Fecha de recepción: 17.10.2014

Fecha de aceptación: 25.11.2014

Resumen: El presente trabajo analiza el *Discours sur le sentiment d'une Dame, qui croyait que l'Amour convenait aux Femmes, lors même qu'elles n'étoient plus jeunes* (1747), de Mme de Lambert y la traducción al español realizada por doña María Cayetana de la Cerda y Vera, condesa de Lalaing, *Discurso sobre el dictamen de una dama, que creía que el Amor convenia á las mugeres aun despues de pasada la primera juventud* (1781). En el denominado siglo de las mujeres, la marquesa de Lambert escribe este breve opúsculo en el que reflexiona acerca de la conveniencia, para aquellas, de rendirse al amor en la madurez. Tras el análisis de los rasgos más destacables del texto original, se exponen los principales procedimientos traductológicos a los que ha recurrido la traductora. Se concluye con una reflexión acerca de la adecuación de la traducción al texto original.

Palabras clave: traducción literaria, tratados de moral, amor, Mme de Lambert

Abstract: This paper analyses the *Discours sur le sentiment d'une Dame, qui croyait que l'Amour convenait aux Femmes, lors même qu'elles n'étoient plus jeunes* (1747), by Mme de Lambert and the Spanish translation by Doña María Cayetana de la Cerda y Vera, Countess of Lalaing, *Discurso sobre el dictamen de una dama, que creía que el Amor convenia á las mugeres aun despues de pasada de la primera juventud* (1781). In the so-called century of women, the Marquise de Lambert wrote this short opusculum in which she reflects on the convenience for women of surrendering to love in maturity. After analysing the most salient features of the original text, the main translating procedures used by the translator are presented. It concludes with a reflection on the appropriateness of the translation to the original text.

Keywords: literary translation, treatises on morality, love, Mme de Lambert

Introducción

A finales del siglo XVII, la teología tradicional poco a poco empieza a ceder terreno frente a la razón, persistiendo algunos dogmas como el de la Providencia divina, la inmortalidad del alma y el culto al Creador (Zimmerman, 1917: 47). Ese sometimiento a la razón, conlleva la aparición del concepto de *ley natural*, entendida como aquella que todo hombre racional y recto encuentra grabada en su corazón (Zimmerman, 1917: 48). Mme de Lambert, considerada la primera mujer filósofa del siglo XVIII (Lescure, 1881: 11), es una de las primeras moralistas que recupera la creencia de que la conciencia y el corazón humanos (*naturellement droit*) constituyen la guía para iluminar al hombre en su camino hacia la virtud (Sainte-Beuve, 1852: 231).

En torno a 1710, esta salonnière abrió su famoso salón de Nevers que permaneció abierto durante algo más de 20 años, coincidiendo con el período de la Regencia y, frente a los excesos de la época, este se convierte en « un asile à la conversation, au badinage ingénieux, aux discussions sérieuses: Fontenelle préside ce cercle délicat et poli, où il est honorable d’être reçu. » (Sainte-Beuve, 1852: 217).

Durante siglos, las mujeres habían estado condenadas a la ignorancia, a la indigencia intelectual. « On les destine à plaire; on ne leur donne des leçons que pour les agréments. » (Sainte-Beuve, 1852: 234). La creencia de la inferioridad femenina arraigada durante siglos empieza a ponerse en tela de juicio y, cada vez más, se oyen voces a favor del derecho a la educación de las mujeres. En sus tratados de moral y educación, Mme de Lambert se hace eco de esta tendencia y, gracias a la sólida reputación de su salón, sus escritos tienen una importante repercusión, no solo en su país de origen, sino también en países vecinos, ya que sus obras fueron traducidas a otras lenguas, como el inglés y el español. Efectivamente, en 1729, se publica una traducción al inglés, realizada por John Lockman (*New reflexions on the fair sexe*) y, en 1749, aparecen *The works of the Marchioness de Lambert*. Más tarde, en 1781, se publica una traducción al español de una selección de obras de Mme de Lambert.

1. El *Discours sur le sentiment d'une Dame, qui croyoit que l'Amour convenoit aux Femmes, lors même qu'elles n'étoient plus jeunes*

1.1. *Obra original*

En este opúsculo, Mme de Lambert expone sus reflexiones acerca de la conveniencia del amor para las mujeres, una vez que han dejado atrás su juventud y todos sus encantos exteriores han desaparecido. En su opinión, una vez que han pasado esos primeros años y la belleza se marchita, las mujeres merecerán la estima de los demás (le Public) por sus virtudes y, como no pueden sustraerse al juicio de la Conciencia y del Mundo, deben dejar a la Razón regir todos sus actos y pensamientos. La sumisión a la razón es una exhortación que la marquesa reitera en gran parte de sus obras, como vemos en el siguiente fragmento del *Traité de la Vieillesse*: « Dans cet âge la raison nous est rendue; elle reprend tous ses droits: nous commençons à vivre quand nous commençons à lui obéir. » (Lambert, 1747: 167). Sin embargo, se lamenta del trato diferente que reciben los hombres, ya que a ellos, llegada a esa edad, sí les está permitido el sentimiento del amor (« ils se permettent les sentimens & nous les défendent » [ibidem, 265]). Dice de ellos que son los jueces de los méritos de las mujeres (« il sont bons Juges de que ce qui plait [...] Ils nous ont destiné à être un spectacle agréable à leurs yeux; et dès que nous ne montrons rien qui plait, nous n'avons ni leurs regards, ni leurs attentions » [ibidem: 262]), aunque pocos sabrían valorar, en la mujer, otros méritos más allá de la belleza física (« Mais quand les Femmes seroient capables de se donner un mérite solide , il est à craindre , que peu d'hommes feroient capables d'en être touchés. » [ibidem: 273]).

Desde el inicio del breve tratado, la autora recurre a los postulados de Ismene¹, admitiendo que no va a rebatirlos, porque los ha establecido de manera muy delicada y demasiado firme como para oponerse a ellos [ibidem: 260]. Y, además, no podría hacerlo porque está convencida de lo que ella dice, reconociéndose como una rival de poca envergadura frente a la elocuencia y razón con las que aquella expone sus argumentos (« L'usage établi, que l'Amour qui est défendu aux Femmes dans tous les tems, l'est

¹ Se desconoce la identidad de la persona a quien la autora nombra Ismene, puesto que no lo revela. Sin embargo, « se ha creído ver representada a Ninon de Lenclos, como luego veremos al referirnos a su *Tratado de la vejez*. En cambio, el profesor Robert Grandroute opina que podría tratarse de la duquesa de Maine, asidua a su salón. » (Bono, 2006: 43)

infiniment davantage dans un Age un peu avancé. [...] La règle est, qu'il faut cesser d'aimer dès qu'on cesse de plaire. » [ibidem: 261-62]).

De Ismene solo sabemos que está dotada de unas excelentes cualidades, entre ellas, de una gran belleza física que se asemeja a la de la bella Paula². Y, en opinión de la marquesa, al igual que a esta, se le debería obligar a mostrarse dos veces a la semana para evitar incidentes. No solo elogia su belleza física, sino también su ingenio (« *son Corps étoit fait pour loger le plus aimable Esprit du monde ; & son Esprit étoit destiné pour animer la figure la plus parfaite : cela fait la plus jolie alliance du monde.* » [ibidem: 268-69]).

En su *Discours*, nuestra autora concluye manteniendo con firmeza que « *les Femmes doivent s'interdire l'Amour dans tous les tems ; mais infiniment davantage quand elles ont passé la première Jeunesse.* » (1747: 274). Esta afirmación fue trasladada con toda su contundencia a la traducción española: « deben privarse del amor en todos los tiempos; pero infinitamente más quando han pasado la primera juventud » (Lalaing 1781: 242). Sin embargo, a pesar de esta afirmación, Anne-Thérèse de Marguenat, marquesa de Lambert, contrae segundas nupcias en secreto con el marqués de St. Aulaire a una edad madura (« *une union tardive, non clandestine mais mystérieuse, ce mariage secret, soupçonné, non avoué... le suprême bonheur d'un de ces mariages d'hiver* » [Lescure, 1881: 16-17]). La marquesa dominaba el arte de las apariencias y del decoro, « [elle] est bien à la fois du dix-septième et du dix-huitième siècle. Tout en restant ancienne de goût et de mœurs, elle est moderne d'idées et de style » [Lescure, 1881: 18], era una mujer que mantenía el equilibrio entre « *le but de la vie et l'idéal de la société* ». [Lescure, 1881: 19].

² Paule de Viguier, baronesa de Fontenille. Según cuenta *Biographie Toulousaine* (1823:136), esta joven tolosana, recibió el encargo de los *capitouls* de entregar las llaves de la ciudad de Toulouse a François I en la visita que este realizó a la ciudad en 1533. En este acto, el monarca queda prendado de los encantos de la bella joven y, por ello, la llamó *La belle Paule*, sobrenombre con el que ha pasado a conocerse. Tal era la belleza de la joven que el condestable de Montmorenci afirmó que « *on pouvait hardiment placer la baronne de Fontenille au nombre des merveilles de l'univers, qu'elle était l'honneur de Toulouse et de son siècle* ». Esta misma obra recoge que « *La marquise de Lambert assure que la foule qui se pressait sur les pas de la baronne de Fontenille chaque fois qu'elle sortait, lui devint si incommode, qu'elle prit le parti de se renfermer dans son hôtel, et de paraître en public la figure cachée sous un voile. Cette résolution trompant la curiosité, faillit à causer un mouvement séditieux dans Toulouse; la même dame assure que le conseil de la cité fin un procès à la belle Paule, afin de l'obliger à se montrer deux fois par semaine à visage découvert.* » Además de una belleza extraordinaria, poseía talento para la escritura, la música y el canto.

1.2. Rasgos de Préciosité

Pasemos a analizar la presencia de rasgos de la *Préciosité* en esta obra de Mme de Lambert. Son muchos los que no dudan en calificar su obra y su salón como preciosista, ya que ven en él un fiel reflejo de este movimiento, aunque con algunos cambios, fruto de la adaptación a los nuevos tiempos. Entre otros, podemos mencionar a Mathieu Marais, que se refería a su salón como « *bureau d'esprit* » o « *le pays de fadeur* », el Président Hénault, que escribía: « *On s'apercevait très vite qu'elle était voisine du temps de l'hôtel de Rambouillet; elle était un peu apprêté et n'avait pas eu la force de franchir, comme Madame de Sévigné et de La Fayette, les barrières et du coup on est monté et du précieux.* » o Le Sage, que en el retrato que hacía de ella bajo el nombre de marquise de Chaves, la describe de la siguiente manera: « *Je me contenterai de dire que son nom emportait une idée de mérite supérieur, et que sa maison était appelée par excellence, dans la ville, le bureau des ouvrages d'esprit* ». Parece ser que ella misma tenía este movimiento cultural como ideal (« *Il semble que Mme de Lambert ait eu pour idéal conscient de recréer chez elle l'atmosphère de la célèbre Chambre bleue. Dans ses Réflexions sur les Femmes, elle regrette que ces dernières, sous l'effet des satires de Molière, aient préféré l'indécence au précieux qu'on leur a tant reproché.* » [Deloffre, 1993: 20]).

El rasgo más característico de la *Préciosité* es la aspiración inequívoca a un refinamiento del comportamiento que aflora en una expresión cuidada que huye de un lenguaje ordinario y que, al mismo tiempo, busca crear efecto a través del recurso a la grandilocuencia y maneras afectadas (« *Sous quelle forme les Poètes peignent-ils l'Amour des Femmes qui ont passé les premières années?* » [Lambert, 1747: 261] o « *Ils ont étouffé notre droit sous la force* » [ibidem, 274] o « *le Monde délicat* » [ibidem, 269] o « (personnes) livrées à la bagatelle » (ibidem, 266) o « *enivrement des passions* » [ibidem, 268]), a los adverbios hiperbólicos (« *L'Amour qui est défendu aux Femmes dans tous les tems, l'est infiniment davantage dans un Age un peu avancé.* » [ibidem, 261]), los superlativos (« *elle les a très délicatement et trop solidement établis pour les combattre* » [ibidem, 260]), la antítesis (« *Je soutiendrais donc très mal une cause que j'ai quelque intérêt à perdre* » [ibidem, 260] o « *Je crois que les Femmes aiment aussi fortement, dans le tems où il leur est le plus défendu; mais elles courent risque d'aimer seules, qui est un état triste: elles ne peuvent jouir de la Confiance d'être aimées: & c'est pourtant de cette sureté, dont se tire le grand charme de l'Amour.* » (ibidem, 264) o « *nous cessons d'aimer, dans le tems que nous l'avons appris* »

[*ibidem*, 265]), los juegos de palabras (« *Dans la jeunesse, dit-il, nous vivons pour aimer; dans un âge plus avancé, nous aimons pour vivre.* » o « *Dès que vous voulez passer ce tems prescrit, les peines doublent, et les plaisirs diminuent.* » [*ibidem*, 260]), al léxico que evoca bellas imágenes para enmascarar una realidad poco agradable (« *Quand vous avez passé la première jeunesse...* » [*ibidem*, 262] y las metáforas o lenguaje metafórico (« *Mais ce n'est pas de préceptes pour l'Amour que je veux donner; c'est des peintures de ses malheurs pour les fuir* » [*ibidem*, 268], « *qualités solides, quand elle a su les cultiver* » [*ibidem*, 268]

Deloffre (1993: 21-22) sostiene que el « tono imperante en el salón de Mme de Lambert era a la vez serio y preciosista ». Y tras establecer que no podía de ser otra forma, si tenemos en cuenta quiénes eran los que allí acudían, extrae una serie de características observadas en sus escritos que vienen a completar esos rasgos de preciosismo más arriba mencionados. Entre estos destacan el establecimiento de sutiles distinciones entre los sinónimos (« *la Conscience en avançant devient plus instruite et plus sévère.* » [Lambert, 1747: 263] o « *Il est sûr que l'Esprit est plus formé & plus orné, pour ceux à qui l'Esprit fait impression.* » [*ibidem*, 265] o « *Ils sont plus forts et plus vifs* » [*ibidem*, 265] o « *son Esprit est devenu plus fort et plus étendu* » [*ibidem*, 271] o « *elle se fait un stile et une manière de parler qui n'est que pour elle* » [*ibidem*, 271]), la creación de definiciones (« *J'entens par le terme de Conscience, ce Sentiment intérieur d'un Honneur délicat, qui ne se pardonne rien pour le Monde* » [*ibidem*, 263]) o « *le mot de Beauté tout ce qui plaît aux Sens.* » [*ibidem*, 268]) y la firmeza de sus oraciones, el tono serio y el empleo de frases breves y sentenciosas (« *La règle est, qu'il faut cesser d'aimer dès qu'on cesse de plaire.* » [*ibidem*, 262] o « *car un sentiment ne sauroit être vif & fort, qu'il ne soit unique: dès qu'il se partage il s'affoiblit* » [*ibidem*, 266] o « *car l'Amour est un censeur sévère & délicat, qui ne pardonne rien* » [*ibidem*, 266] o « *La plus part des Femmes perdent tout en perdant leur beauté.*» [*ibidem*, 272]).

Un recurso, también, muy frecuente en las obras de Mme de Lambert es la mención a los moralistas. En este *Discours*, destaca St. EVREMONT, de quien recuperó algunas de sus citas (« *Qu'il y a des Femmes qui ont fait infidélité à leur Sexe, en prenant le mérite des hommes* » [*ibidem*, 269]), sin dejar atrás algunos personajes célebres de la cultura clásica (« *Je n'attaquerai point les opinions d'Ismene* » o « *Je crois que mon Amie, a sussi bien que la Maîtresse d'Anacreon les lèbres de la persuasion* » [*ibidem*, 260] u « *Ovidie qui est une autorité en Amour* »

[*ibidem*, 265]) y otros personajes que, si bien, fueron reales forjaron una leyenda, como « *la belle Paucó* », [*ibidem*, 270].

En relación al léxico empleado, podemos destacar la abundancia de sustantivos abstractos que, en su gran mayoría, escribe en mayúscula (*Beauté, Conscience, Monde, maux, Amour, Infidélité, Sacrifice, foiblesse, jeunesse, Grâces, Peines, Plaisirs, Raison, Esprit, Honneur, Sentiment, Cœur, Gloire, inégalité, injustice, délicatesses, Vertu, estime, avilissement, malheur, sincérité, Public, Maux, Âme, Cour*).

2. El Discurso sobre el dictamen de una dama, que creía que el Amor convenía á las mugeres aun despues de pasada la primera juventud

Como hemos mencionado más arriba, en 1781, se publica la primera traducción al español de las obras de Mme de Lambert que lleva por título *Obras de la Marquesa de Lambert traducidas del Francés* (pp. 229-242). Para llevar a cabo el estudio de esta versión del *Discours sur le sentiment d'une Dame, qui croyoit que l'Amour convenoit aux Femmes, lors même qu'elles n'étoient plus jeunes* de Mme de Lambert, se ha utilizado la edición de 1747 de la obra original, publicada en Lausanne, chez Marc-Michel Bousuet (pp. 260-274).

Los ejemplos que extraemos a continuación están presentados mediante de tablas, de forma que, en la primera columna, recogemos fragmentos pertenecientes al texto original y, en la columna de la derecha, los fragmentos correspondientes de la traducción.

2.1. Procedimientos traductológicos

2.1.1. Reforma de oraciones

El estilo de Mme de Lambert, bajo una pretendida sencillez, esconde una cuidada selección léxica y una compleja sintaxis. ([...] *les phrases à plusieurs membres et à compartiments, qui forcent l'esprit à saisir des rapports complexes. Elle fait travailler ceux qui la lisent.* » [Sainte-Beuve, 1852: 233-4]). En sus textos, se observa, a través del uso de los signos de puntuación, una clara intención de establecer la relación entre las ideas expuestas. En la transposición al español, no siempre se mantienen dichos signos de puntuación, a veces, por la simple observancia de las reglas gramaticales y, otras, porque la traductora nos hace partícipes de su propia interpretación. En los fragmentos extraídos a continuación, presentamos algunos de los numerosos ejemplos hallados.

Je soutiendrais donc très mal une cause que j'ai quelque intérêt à perdre : son Eloquence ne porteroit point sur moi, (pp. 260-61)	porque yo sostendría mal una causa que tengo algún interés en perder. No necesitaba para mí de su eloquencia. (p. 229)
ils sont bons Juges de ce qui plait ; il faut les en croire ; ils sentent l'effet que nous faisons sur eux (p. 262)	ellos son buenos jueces de lo que les gusta, y es preciso creerlos, porque sienten el efecto que les causamos (p. 230)

2.1.2. *Transposición*

Quelque indignité qu'ils mettent dans leur conduite (p. 274)	Por indigna que sea su conducta (p. 241)
Il semble qu'elle ignore son prix (p. 271)	Parece que ignora lo que vale (p. 239)
je suis bien plus touchée de ses autres qualités. (p. 269)	prefiero en mucho sus otras cualidades (p. 237)

2.1.3. *Reestructuración o inversión oracional*

les avantages de l'Esprit se soutiennent mal dans la foule , contre les Grâces du corps (p. 263)	Que contra las gracias del cuerpo se sostienen mal las ventajas del espíritu (p. 232)
De telles personnes , l'Amour les perfectionne (p. 266)	A tales personas las perfecciona el amor (p. 235)
il doit se montrer sous une autre forme à ce qu'il aime (p. 268)	Él debe presentarse a lo que ama baxo de otra forma (p. 236)

2.1.4. *Modulación*

Son Eloquence ne porteroit point sur moi (261)	No necesitaba para mí de su eloqüencia (p. 229)
Il ne seroit pas nécessaire d'être menacée par les loix de l'usage (p. 273)	No es necesario que las leyes de la costumbre las amenacen (p. 241)
Elle ne parle de rien, qu'elle n'orne; et l'art ne s'y fait point sentir (p. 271)	Todo lo que dice lo adorna sin que se perciba ningun arte (p. 239)

2.1.5. *Amplificación y Economía*

nous n'avons ni leurs regards, ni leurs attentions (p. 262)	no nos llevamos las atenciones de sus ojos (p. 231)
dans un âge où l'on échape à la Jeunesse (p. 265)	pasada la juventud (p. 233)
dérobez-vous à lui; elle conviendra que toute la Galanterie extérieure [...] (p. 263)	Escóndete de él que es lo mismo que convenir, que la galantería exterior [...] (p. 232)

2.1.6. *Particularización*

il n'y en a pas une qui n'ait la sincérité de vous dire, que c'est le plus grand malheur du monde. (p. 273)	no hay ninguna que no tenga la sinceridad de confesar, que esa edad es para ellas la mayor desgracia del mundo (p. 241)
---	---

2.1.7. *Adición*

Qu'il en arrivoit des accidens, il fut ordonné par Arrêt du Parlement [...] (p. 270)	por haber sucedido algunos incidentes con la bulla, se la mandó por decreto [...] (p. 238)
mais qui de la clarté et de la netteté de ses idées. (p. 271)	pues nace de la claridad, y viveza de sus luces, y de sus ideas. (p. 239)

2.1.8. *Omisión*

Ovide, qui est une autorité en Amour, dit que nous cessons d'aimer [...] (p. 265)	Ovidio dice, que nosotras dexamos de amar [...] (p. 233)
de ses louanges naturelles qui se marquent par la surprise; que ses agrements enlevent sans peine; se faisant toujours désirer quand on ne la voit point (p. 269)	[...] de alabanzas naturales que se señalan con la sorpresa: deseada siempre que no se la ve (p. 237)

2.1.9. *Falso sentido*

comment se permettre des foiblesses dans un tems consacré à la Raison et où elle doit reprendre tous ses droits? (p. 262)	¿cómo te has de permitir flaquezas en un tiempo consagrado á la razón, y en que ella debe estender todos sus derechos? (p. 231)
La Gloire, qui étoit point faite pour être associé à l'Amour, en fait le plus grand charme, quand elle est contente, et la plus grande douleur, quand elle se plaint. (p. 264)	La gloria, que no estaba hecha para asociarse, causa el mayor encanto quando él está contento, y el mayor dolor quando se queja (p. 233)

Mais qui ne sauroient être la source des illusions de l'Amour (p. 267)	Pero no podrá ser el motivo de la ilusión de los hombres (p. 235)
J'ai donc besoin du Public, puisqu'il est mon Juge, et que je passe en spectacle devant lui? (p. 263)	Yo pues necesito del público, porque él es mi juez, y ante quien me es preciso comparecer. (p. 232)

2.1.10. Traducción literal

l'envie de plaire et d'être estimées de ce qu'elles aiment, fait qu'elles se respectent (p. 267)	el deseo de agradar, y de ser estimadas de lo que aman, hace que ellas se respeten (p. 235)
--	---

2.2. Otros aspectos destacables de la traducción

2.2.1. Ortografía

Llama la atención la ortografía de la palabra « vagatela ». Consultado el Diccionario de la lengua castellana compuesto por la Real Academia Española, encontramos, en su página 126, la entrada « bagatela », s.f. « Cosa de poca sustancia y valor. Res futilis, vana, nullius pretii.

2.2.2. Uso de « Tu » y « Vous »

En el texto original, el empleo de « Vous » está generalizado; sin embargo, en la traducción, se ha optado por « Tú ».

Vous me demandez, quels termes, quel Age a-t-on marqué ? (p. 262)	Me preguntas ¿qué termino, y qué edad se ha señalado? (p. 230)
---	--

Quand vous avez passé la première jeunesse, comment se permettre des foiblesses dans un tems consacré à la Raison , [...] ? Si vous vous dérobez à vos devoirs , vous n'échapperez pas aux remords. (p. 262)	Quando has pasado la primera juventud, ¿cómo te has de permitir flquezas en un tiempo consagrado á la razón [...] ? Si te subtraheš á tus obligaciones, no te puedes libertar de los remordimientos (p. 231)
--	--

2.2.3. Cambio de tiempos verbales

j'aime à penser comme elle (p. 260)	yo me acomodaba á su modo de pensar (p. 229)
Ovide, [...] dit que nous cessons d'aimer dans le temps que nous l'avons appris (p. 265)	Ovidio dice, que nosotras dexamos de amar en el tiempo en que lo habiamos aprendido (p. 233)

2.2.4. Leísmo y laísmo

A lo largo de la traducción encontramos numerosos laísmos, como vemos en los ejemplos siguientes:

« y así quiero darla un enemigo más digno de ella » (Lalaing, 1781: 229)

« La juventud tiene grandes ventajas: el público *la* perdona todo, y *la* presta disculpas; y estas mismas disculpas que el público *la* subministra » (*ibidem*, 231)

« La palabra virtud *la* es desconocida » (*ibidem*, 235)

« y creo que *la* hubieran hecho un proceso para obligarla á presentarse [...] » (*ibidem*, 238)

Y algún leísmo:

« ella *le* haga pensar más sanamente » (*ibidem*, 229)

2.2.5. Mayúscula y minúscula

Como ya hemos mencionado anteriormente, en el texto original, encontramos abundante sustantivos abstractos, que suelen aparecer en mayúscula. El recurso a la mayúscula no coincide en el texto original y en la

traducción. Así, en el texto en español, puede leerse, entre otros muchos ejemplos: « Dama » (Lalaing, 1781: 236-237), cuando en el texto original aparece « personne » ou « elle » (Lambert, 1747: 268-269); « decreto », en el texto en español (Lalaing, 1781: 238) y « Arrêt », en el francés (Lambert, 1747: 270); « eloqüencia » (Lalaing, 1781: 229) y « Éloquence » (Lambert, 1747: 261); « enemigo » (Lalaing, 1781: 229) y « Ennemie » (Lambert, 1747: 261); « jueces » (Lalaing, 1781: 230) y « Juges » (Lambert, 1747: 262), respectivamente en el texto español y francés.

Otras veces, sin embargo, sí que coinciden en ambos textos la mayúscula, como en los siguientes vocablos: « Poetas » (Lalaing, 1781: 230) y « Poètes » (Lambert, 1747: 261) o « Corte » (Lalaing, 1781: 238) y « Cour » (Lambert, 1747: 270).

2.2.6. Nombres propios

Respecto de los nombres propios, la traductora opta por mantener « Anacreon » y « Pauco », aun cuando tienen un equivalente en español (Anacreonte y Paula), y traduce « Ismene » por « Ismenia », « Ville de Toulouse » por « Ciudad de Tolosa », « Ovide » por « Ovidio » y « St. Evremont » por « S. Evremont » o « San Evremont »

2.2.7. Empleo del gerundio

Las oraciones subordinadas temporales introducidas por un adverbio de tiempo en el texto original son, frecuentemente, traducidas con un gerundio.

Quand une Femme a passé la première jeunesse, qu'elle a parcouru les objets (p. 266)	Quando una muger ha pasado la primera juventud, habiendo recorrido los objetos (p. 234)
Quand on la perd; tout échape (p. 272)	en faltando esta todo falta (p. 241)
Dès que l'enivrement des hommes a cessé (p. 272)	en cesando la ceguedad de los hombres (p. 241)

Conclusiones

Una vez analizados ambos textos y llevado a cabo el análisis contrastivo de los mismos, podemos concluir que estamos ante una traducción fiel al texto original, en la que con frecuencia encontramos una traducción literal, es decir, de palabra por palabra y que reproduce la misma sintaxis de la lengua de partida, lo que da lugar a estructuras que, a veces, resultan poco naturales en la lengua de llegada.

El procedimiento más frecuentemente empleado es el de la reforma oracional e inversión del orden de aparición de los complementos de la frase. Como se dijo anteriormente, la finalidad perseguida es conseguir una redacción más natural, o bien, plasmar la interpretación que la traductora hace de la intención de aquello que la autora ha insinuado en el texto. Esto último es consecuencia de ese estilo peculiar, llamado « lambertinage », en el que abundan las frases cortas unidas en relación asindética que obligaban al lector a intentar descubrir la relación que la autora había querido establecer entre ellas.

Tras la reforma oracional, podemos mencionar la transposición y modulación que revelan el conocimiento de la traductora de la lengua francesa. En este texto, se han descubierto escasas adiciones y omisiones de elementos o complementos oracionales, que por lo general no han restado información ni sentido a la oración. Aunque en alguna ocasión, esas omisiones han variado el sentido o dificultado la comprensión.

Referencias bibliográficas

- BONO GUARDIOLA, M.J. (2006) *Los tratados para la mujer. Mme de Lambert. Traducción, estudio y notas*. Alicante: publicaciones de la Universidad de Alicante.
- CERDA Y VERA, M. C. (Condesa de Lalaing). (1781). *Obras de la Marquesa de Lambert traducidas del Francés*. Madrid: Manuel Martín.
- DELOFFRE, F. (1993) *Une préciosité nouvelle: Marivaux et le marivaudage*. Genève: Slatkine Reprints < <https://cutt.ly/GIITEFv> >
- KULESSA, R. (2007) « Le code de la sensibilité et l'éducation morale chez les femmes éducatrices au XVIIIe siècle » in Brouard-Arends, I., & Plagnol-Diéval, M. (Eds.), *Femmes éducatrices au siècle des Lumières*. Presses universitaires de Rennes. doi :10.4000/books.pur.39352

- LESCURE, A. M.(1881) *Les femmes philosophes*. Paris: Dentu. < <https://cutt.ly/vIOc9N9> >
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA (1780). *Diccionario de la lengua castellana*. Madrid: Joaquín Ibarra. < <https://cutt.ly/1lNuxYy> >
- SAINTE-BEUVE, C.A. (1852) *Causeries du lundi, quatrième édition revue et corrigée*. Tome quatrième, Paris: Garnier Frères, Librairie. < <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1521377t> >
- VV.AA (1823) *Biographie Toulousaine ou Dictionnaire historique des personnages qui par des vertus, des talents, des écrits, de grandes actions, des fondations utiles, des opinions singulières, des erreurs, etc. Se sont rendus célèbres dans la ville de Toulouse, ou qui ont contribué à son illustration*. Paris: L.G. Michaud < <https://cutt.ly/IIIWWo9> >
- ZIMMERMANN, J.P. (1917) « La moral laïque au commencement du XVIIIe siècle. Mme de Lambert » en *Revue d'histoire littéraire de la France*, 24(3), 440-466. < <http://www.jstor.org/stable/40518124> >.

MULTIMODALIDAD, PUBLICIDAD Y TRADUCCIÓN DE PÁGINAS WEB DE BODEGAS

MANUELA ÁLVAREZ JURADO
Universidad de Córdoba
ff1aljum@uco.es

Fecha de recepción: 13.02.2014

Fecha de aceptación: 21.04.2014

Resumen: El auge y expansión de Internet, junto a la revolución comunicativa que ello conlleva ha generado un cambio de paradigma en el ámbito de la comunicación comercial, siendo el de la publicidad un campo en el que se ha producido una transformación absoluta. Donde antes había solamente textos, ahora existe un aparato comunicativo perfectamente engranado mediante el cual se transmite un mensaje estructurado a través de diferentes recursos, ya sean textuales, imágenes, videos, etc. Las páginas web 2.0 son un ejemplo palpable de este hecho y, por tanto, de la revolución comunicativa que se está produciendo desde hace años. La comunicación multimodal representa, en numerosas ocasiones, un reto para el traductor. El hecho de armonizar y dotar de coherencia a un mensaje que cuenta con numerosos elementos pertenecientes a códigos semióticos distintos, supone una tarea compleja para la que el traductor necesita una formación sólida y una gran capacidad para la resolución de problemas.

Palabras clave: multimodalidad, páginas web, publicidad, transcreación, bodegas.

Abstract: The rise and expansion of the Internet, together with the communicative revolution that this entails, has generated a paradigm shift in the field of commercial communications, with Advertising being a field in which an absolute transformation has taken place. Where before there were only texts, now there is a perfectly integrated communication device through which a structured message is transmitted through different media, be they textual, images, videos, etc. Web 2.0 pages are a palpable example of this fact and, therefore, of the communicative revolution that has been taking place for years. As far as translation is concerned, multimodal communication represents, on many occasions, a challenge for the translator. The task of harmonizing and rendering coherent a message with numerous elements, and belonging to different semiotic codes, is a complex one for which the translator needs solid training and a great ability to solve problems.

Keywords: multimodality, advertising, websites, transcreation, wineries.

Introducción

En España, el sector agroalimentario supone aproximadamente un 9% del Producto Interior Bruto (PIB) tanto en la producción agraria como en la industria agroalimentaria, así como en otras actividades relacionadas como el transporte y la distribución. Estas cifras sitúan la industria agroalimentaria entre los principales motores económicos nacionales. El ámbito de la explotación vitivinícola forma parte de esta industria agroalimentaria y representa a su vez el motor de la economía no sólo en España sino también en otros países vecinos, como es el caso de Francia. Tanto el país galo como España cuentan con una gran tradición y cultura del vino, lo cual genera un interés añadido.

El objetivo principal de este artículo es dar cuenta de las dificultades a las que se enfrenta el traductor de páginas web. Igualmente presentaremos el concepto de discurso multimodal, analizando sobre todo cómo se estructura dicho discurso y de qué manera se emplea para la transmisión de mensajes. Igualmente, trataremos de arrojar un poco de luz sobre la estructuración de la información en las páginas web 2.0 así como sobre las posibilidades que estas ofrecen y por último llevaremos a cabo un acercamiento a la transcreación en publicidad

1. Comunicación publicitaria: del texto al discurso multimodal

La publicidad está continuamente reinventándose. Se trata de una disciplina que se adapta a los cambios constantes que se producen en la sociedad. Por supuesto, estos cambios también afectan a su manera de comunicar, por lo que la adaptación también se produce a nivel formal y del contenido de sus mensajes.

El objetivo principal de toda campaña publicitaria es incrementar el interés del público hacia un producto. Así pues, la persuasión ostenta un mayor peso que la información, al igual que la sugestión respecto al raciocinio (Ferraz Martínez, 1993). La publicidad es una actividad poliédrica y creativa, cuya base es comunicar. Poliédrica porque participa de muchas otras disciplinas, como puede ser el marketing, y creativa porque la creación y la imaginación son claves para hacer que los mensajes resulten

persuasivos. Su base es comunicar, pero esa comunicación tiene un fin muy específico que es la venta.

Los mensajes publicitarios no se codifican normalmente con un único lenguaje, sino que son el resultado de una conjunción de lenguajes y, en consecuencia, pertenecen a la categoría de los mensajes múltiples, [...] En su formación entran signos de diversa naturaleza, que son percibidos por distintos sentidos" (Ferraz Martínez, 1993).

Estas palabras de Ferraz Martínez nos acercan a lo que hoy conocemos como discurso multimodal que desarrollaremos ampliamente en el presente trabajo.

El mensaje publicitario se transmite a través de los medios de comunicación de masas, ya sea radio, televisión, revistas, Internet, etc., y presenta diferentes funciones o dimensiones semánticas: la primera de ellas es la función expresiva, la cual se refiere al emisor e integra las variantes psicológicas de la persuasión, para aumentar la credibilidad y el prestigio del emisor (Spang, 1979 citado por Sardón Navarro, 1997). La segunda función es la función representativa, que se refiere al producto o servicio, y finalmente, la tercera es la función apelativa, la cual se refiere al receptor de la publicidad, en tanto que esta función se encarga de captar la atención y la benevolencia del receptor (Sardón Navarro, 1997). Además, según Sardón Navarro, el mensaje publicitario tiene otras funciones aparte de las tres principales, entre las que se encuentran la económica, la financiera, la sustitutiva, etc.

Aunque la caracterización del discurso publicitario como género textual independiente resulta complicada (aunque se sitúa cercano al género literario debido a su libertad en el empleo del lenguaje) posee otra característica fundamental: la intertextualidad (López Mora, 2007). El término intertextualidad, acuñado por primera vez en 1967 por la autora Julia Kristeva a raíz de la obra del filósofo ruso Bajtín, ha sufrido una considerable evolución desde que fue incluido en los estudios de Lingüística del texto (Beaugrande y Dressler, 1997) y en los de Semiótica de la Comunicación (Eco, Barthes et al., en. Rodríguez Ferrándiz, 2003). Kristeva define la intertextualidad como "la existencia en un texto de discursos anteriores como precondition para el acto de significación". Intertextualidad

es también la recurrencia de elementos entre distintos textos (Calderón, 1994) y, de acuerdo con la concepción de De Beaugrande y Dressler (1981), la intertextualidad constituye también en sí misma un criterio de textualidad. Además, estos dos autores explican que la intertextualidad es uno de los requisitos que debe cumplir un texto para ser considerado texto (Marinkovich, 1998-1999) y que esta se refiere a la “relación de dependencia que se establece entre, por un lado, los procesos de producción y recepción de un texto determinado y, por otro, el conocimiento que tengan los participantes en la interacción comunicativa de otros textos anteriores relacionados con él”. Por su parte, el Centro Virtual Cervantes nos ofrece la siguiente definición de intertextualidad: “es la relación que un texto (oral o escrito) mantiene con otros textos (orales o escritos), ya sean contemporáneos o históricos; el conjunto de textos con los que se vincula explícita o implícitamente un texto constituye un tipo especial de contexto, que influye tanto en la producción como en la comprensión del discurso”¹.

De acuerdo con López Mora (2007), el discurso publicitario se considera intertextual porque es un género que “imita, homenaja, parodia, sintetiza todos los lenguajes conocidos”. La publicidad se vale del discurso cotidiano, el periodístico, el literario y el cinematográfico entre otros para hacer valer su función principal que, como hemos comentado anteriormente, no es otra que la función persuasiva y comercial. Además, no hemos de olvidar el hecho de que en numerosas ocasiones el género discursivo publicitario se “cruce” con más de una clase discursiva y utilice varios códigos semióticos (López Mora, 2007).

El lenguaje publicitario es complejo, y su complejidad reside sobre todo en que “todo vale” para conseguir los objetivos (López Mora, 2007), y esta es precisamente una de las principales características del discurso publicitario, su capacidad para absorber peculiaridades de otras tipologías discursivas (Gutiérrez Ordóñez, 2002). Esto viene a incidir en lo que hemos apuntado anteriormente: que en cualquier anuncio existen trazas de otros géneros discursivos, ya sea el periodístico, el literario, el cinematográfico, etc.

Ya hemos señalado la relevancia e influencia que Internet tiene en la sociedad actual. Su aparición supuso un cambio de paradigma en cuanto a la

¹ Disponible en: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/intertextualidad.htm [Fecha de consulta: 04/07/14].

comunicación humana, provocando que esta pasase a ser mucho más directa e inmediata en un plazo extraordinariamente breve de tiempo.

La eclosión de la web 2.0 y la consiguiente interacción que se produce entre los internautas, así como la nueva publicidad que se genera gracias a la Red dieron lugar a la creación de una nueva tipología discursiva: el discurso multimodal. Esta nueva forma de codificar los mensajes supone en sí misma una revolución a nivel comunicativo, en el cual varios elementos se funden formando un todo e interactuando entre sí, conformando así un mensaje que ha de resultar atractivo y accesible al lector.

De forma muy simplificada, el fin último de la multimodalidad es que la interacción hombre-máquina resulte más natural. Los artífices del desarrollo de la multimodalidad son los profesores australianos Gunther Kress y Theo van Leeuwen, quienes han sido considerados como los padres de la multimodalidad.

Los estudios sobre texto, lectura y competencia comunicativa se han centrado tradicionalmente en la expresión verbal por encima de otros aspectos. Sin embargo, a partir de 1996, con obras como *Reading images: The Grammar of Visual Design* de Kress y van Leeuwen se ha generado un nuevo interés por leer mensajes más allá de los códigos discretos para cada vía de comunicación verbal, visual o auditiva, sino de las conexiones e intersecciones que se producen entre estas vías o modos de comunicación (Williamson, 2005). De hecho, Gunther Kress o Theo van Leeuwen se aventuraban a afirmar incluso que “todos los textos son multimodales” (Kress, van Leeuwen, 1998).

A partir de las ideas de la semiótica social surge un interés por analizar la comunicación desde un punto de vista multimodal y multisemiótico (O'Halloran, 2004). Dichos conceptos multimodales desafían la aproximación tradicional, en la que el lenguaje era el eje central de la comunicación y el resto de formas de representación se clasificaban como extralingüísticas, paralingüísticas, etc. Estos elementos determinan en numerosas ocasiones tanto la construcción como la percepción de los mensajes, lo que confirma que los mecanismos de producción de significados son diversos aunque, al igual que los discursos lingüísticos tradicionales, están distribuidos de forma desigual (Araya Seguel, 2011). De ahí que se justifique plantear la idea de discurso multimodal: el significado está hecho de distintos modos y formas (Kress y Van Leeuwen, 2001).

Desde la perspectiva multimodal, cada discurso es concebido como un dispositivo comunicativo complejo y esta complejidad puede obedecer al tipo de lectura que sugiere: ya no podemos leer de izquierda a derecha, de forma más o menos convencional, sino que debemos efectuar lecturas aparentemente desorganizadas, en las que relacionamos elementos que no necesariamente son contiguos o cercanos (Araya Seguel y Farías, 2011).

Así, el discurso multimodal se podría definir como discurso que utiliza diversos canales escritos y audiovisuales, que además hacen más atractivo el acceso a los contenidos especializados (Díaz Rojo, 2000). Este discurso, a través de imágenes, vídeos y animaciones hace llegar la información al receptor que previamente ha realizado sus pesquisas hasta lograr acceder a estos contenidos (Calsamiglia, 1993). Por tanto, esta nueva concepción hace que la comunicación no se efectúe únicamente a través del lenguaje, sino también mediante la explotación de otro tipo de formas de representación. El mensaje se transmite entonces a través de la combinación de todos los modos de representación que el comunicador o comunicadores decidan emplear.

Kress (2010:79) define “modo” como “a socially shaped and culturally given semiotic resource for making meaning. *Image, writing, layout, music, gesture, speech, moving image, soundtrack* and *3D objects* are examples of modes used in representation and communication”. Por tanto, el texto escrito ya no se sitúa en el centro del acto comunicativo, sino que es solo un elemento más que se utiliza para potenciar el mensaje creado en una red interrelacionada de lenguajes [modos] que le dan significado (Kress, G. y van Leeuwen, 2001). Así, y puesto que todos estos modos interactúan entre sí, no pueden ser estudiados de forma individual. Por esto, los estudios sobre multimodalidad deben tratar todos y cada uno de los modos que conforman un texto, así como la interrelación existente entre ellos. La información ya no se organiza a través de textos lineales, sino que gira alrededor de una estructura interactiva multisequencial en forma de hipertexto (Pujolà, J & Montmany, B, 2010).

2. Los elementos multimodales y la publicidad

Los hablantes o usuarios de la web rechazan cualquier elemento que pueda entorpecer la comunicación entre los emisores del mensaje y ellos mismos. Aquí, el discurso multimodal resulta clave ya que facilita dicha comunicación. Como hemos visto, este nuevo discurso utiliza varios canales escritos y audiovisuales, y así el acceso a los contenidos especializados se vuelve mucho más atractivo (Díaz Rojo, 2000). Precisamente de este hecho discernimos la función principal del discurso multimodal: hacer que los contenidos de un sitio web sean más accesibles y atractivos para el usuario. Si bien las funciones de este discurso van más allá, y también contribuyen a la difusión del conocimiento y de los contenidos especializados. Por ejemplo, en el discurso publicitario audiovisual encontramos aspectos como el tratamiento de las imágenes, los tipos de planos y ángulos que se utilizan, los recursos cromáticos y tipográficos empleados, etc., que forman parte de lo que hemos denominado elementos multimodales. Todos estos elementos, empleados de forma óptima y coherente junto con otros modos de comunicación, formarán un mensaje complejo que será accesible de acuerdo con el criterio del emisor y con la habilidad comunicativa de los receptores (Araya y Farías, 2011).

En cuanto a la publicidad a través de Internet, apuntábamos anteriormente que, gracias al hipertexto y a la web 2.0, son varios los interlocutores que pueden interactuar entre ellos simultáneamente, lo cual sin duda alguna genera un discurso heterogéneo e interdisciplinar. “El espacio de creación ya no se encuentra delimitado por la página en blanco sino por una estructura compleja que entrelaza diversos niveles textuales, una hiperescritura, que apela a otras formas de expresión y a nuevos mensajes multimediales” (Alvarado, 2002).

La importancia del discurso multimodal para la publicidad a través de la web radica en diversos factores, y todos ellos repercuten directamente en la imagen de marca de la empresa y, por consiguiente, en la imagen que se proyecta a los clientes y la competencia. Uno de esos factores es, por ejemplo, que la página web suele facilitar el inicio de la comunicación con un consumidor u otra empresa que puedan ser consumidores potenciales. Otro de estos factores es la inmediatez con la que se recibe y comparte la información, así como la desaparición de la barrera espaciotemporal frente a los medios de comunicación tradicionales. Finalmente, el discurso

multimodal facilita las relaciones con los clientes gracias, por ejemplo, al sistema de venta *online*, recurso cada vez más utilizado por los consumidores.

3. La comunicación comercial en la industria agroalimentaria: el sitio web y la multimodalidad

No han sido pocos los estudiosos que han tratado de definir el concepto de comunicación comercial. De hecho, según palabras de Martínez Navarro, “aún no existen definiciones validadas empíricamente o que tengan amplia aceptación de los autores” (Martínez Navarro, Rivera-Camino, 2008). Por lo tanto, vamos a tomar como referencia los mismos componentes de la comunicación comercial que explican Martínez Navarro y Rivera-Camino en sus trabajos, que son la publicidad, la promoción y las relaciones públicas.

La manera de comunicar y de dar a conocer una marca ha evolucionado y la página web se sitúa en el epicentro de esta evolución, por diversas razones. De este modo gracias a Internet, por ejemplo, la limitación geográfica puesto que es posible acceder a cualquier página web desde cualquier lugar del mundo.

Las empresas de agroalimentación no son ajenas a esta reciente revolución de la comunicación comercial, por lo que un gran número de ellas emplea Internet para dar a conocer su marca, informar a sus clientes, captar nuevos clientes potenciales e incluso vender sus productos. De hecho, de acuerdo con la Fundación Vasca para la Seguridad Alimentaria (Elika, según sus siglas en euskera), “la publicidad alimentaria es una forma destinada a informar al público sobre un producto alimenticio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo²”.

4. La Web 2.0: El hipertexto frente a los medios tradicionales

No existen dudas de que la aparición de Internet supuso una revolución a nivel mundial, tal vez uno de los descubrimientos más influyentes en la historia de la humanidad. Dicho descubrimiento afectó a innumerables ámbitos. Dentro de este marco, la web 2.0 posee una relevancia. La

² Disponible en: http://www.elikaeus/datos/articulos/Archivo41600/art_publicidad%20alimentaria_ago2014.pdf [Fecha de consulta: 10/07/14].

característica principal de este tipo de web es la participación colaborativa de los usuarios³, que además son creadores de contenido y se produce un intercambio de información e incluso de bienes materiales. Todo esto representa una revolución también en lo que a comunicación humana se refiere. Por supuesto, no cabe duda de que la web 2.0 conforma un espacio para las operaciones comerciales inigualable. Por ello, un elevadísimo número de empresas actualmente cuenta con un sitio web propio, en el que el uso y cuidado de elementos multimodales resulta clave para los procesos de captación, satisfacción y fidelización del cliente.

Otro elemento fundamental de las webs 2.0 es el hipertexto⁴, que representa un espacio en el cual el usuario puede acceder a los contenidos bien de forma secuencial o bien a través del orden que él mismo decida. Esto es posible gracias a los hipervínculos, que permiten precisamente que el lector pueda realizar este recorrido libre por las webs (Puyolà y Montmany, 2007, citado por Sánchez Nieto, 2006). No obstante, no hemos de obviar tampoco el hecho de que el propio lector ha de poseer unas competencias en navegación a través de Internet que le permitan realizar la lectura de forma coherente de acuerdo con su criterio y sus preferencias, tal y como se menciona en el *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (2001)*⁵.

En un mundo en el que la tecnología avanza a pasos agigantados, la manera de leer esos mensajes también puede verse afectada, y los emisores de dichos mensajes han de estar atentos a dichos cambios para propiciar una comunicación fluida con los receptores: “los modos de leer propios del hipertexto informático producen cambios significativos; esos cambios quedan manifiestos tanto en el campo de la enseñanza como en la práctica profesional donde el publicitario deberá desarrollar mensajes atendiendo a los cambios producidos en los modos de recibir información por parte de las audiencias” (Suárez, 2012). Dicha evolución comunicativa provoca, entre otras muchas cosas, que ya no sea necesario que el emisor y el receptor se encuentren en el mismo espacio geográfico para que se produzca la

³ Fuente: [http://www.iteeducaciones/formacion/materiales/155/cd/modulo 1 Inicioblog/concepto de web 2.0.html](http://www.iteeducaciones/formacion/materiales/155/cd/modulo%201%20Inicio%20blog/concepto%20de%20web%202.0.html) [Fecha de consulta: 28/06/14].

⁴ Definido por Landow como “una tecnología informática que consiste en bloques de texto individuales, las lexias, con enlaces electrónicos que los enlazan entre ellos” (Landow, 1997)

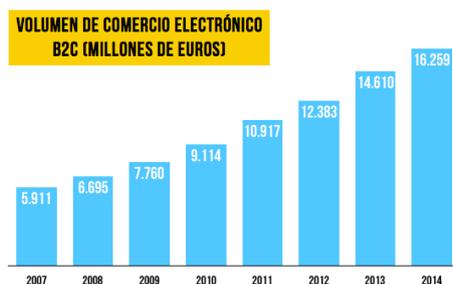
⁵ Disponible en: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf [Fecha de consulta: 20/06/14].

comunicación, ya que la situación comunicativa tiene lugar enteramente a través de dispositivos conectados a la Red. Además de esto, el interlocutor es en la mayoría de los casos plural, es decir, los receptores de la información son numerosos y ellos mismos deciden cuándo y cómo acceder a la información. Por último, como hemos apuntado anteriormente, este interlocutor plural es el que elige el recorrido que quiere llevar a cabo ya que el texto que se le transmite es flexible y multilineal, es decir, que no presenta un único punto de inicio de lectura (Alvarado, 2003).

5. El sitio web de bodegas: el comercio vinícola y sus consumidores

Los sitios web son un escaparate de la empresa al mundo, una ventana abierta al público para darse a conocer resultando en numerosas ocasiones la primera vía de contacto entre empresas y consumidores potenciales. Este hecho obliga prácticamente a toda empresa con intención de crecer a contar con un sitio web propio y que además sea accesible y fácil de encontrar en la Red.

El comercio electrónico en España ha registrado un crecimiento del 11,3% con respecto a 2013. En este sentido, el *e-commerce* B2C sigue en franca expansión tal y como se desprende del último *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2014*, realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es. Este crecimiento continúa la tendencia al alza de los últimos años y sitúa el volumen de negocio del *e-commerce* en los 16.529 millones de euros en 2014.



Disponible en: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/sector/e-commerce-crecio-un-113-en-2014-2015-11-12>

Por su parte, el comercio en línea de vinos se situaba en el año 2006 en España en el 0,2% de la venta total de caldos con una facturación de entre 5 y

10 millones de euros. Cinco años después, en 2011, las ventas a través de Internet ascendieron hasta representar entre un 10 y un 20% del total, con una facturación de entre 75 a 100 millones de euros⁶. Estos datos contrastan con otros publicados en el informe de 2012 del Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV)⁷, en el cual se recoge que solamente un 38% de las bodegas españolas ofrecían la posibilidad de vender sus productos a través de la web. El crecimiento desde entonces ha sido dispar, ya que muchas de las bodegas han apostado por el uso de las redes sociales o el enoturismo para dar a conocer la marca en lugar de ofrecer directamente la venta en el sitio web.

Por otra parte, los consumidores de vino tradicionalmente no se caracterizaban por ser selectos a la hora de elegir un caldo. Sin embargo, en los últimos años se consume menos cantidad de vino, pero éste suele ser de mayor calidad (Sánchez-Moreno, 2008). Las razones de este cambio de hábito de consumo son varias: el cambio sociocultural de los países occidentales, reflejado en el aumento del nivel de vida y los cambios en los hábitos de trabajo y consumo, o la superposición de la cultura anglosajona sobre la nuestra son muestras de estos cambios (Sánchez-Moreno, 2008). Por tanto, si los hábitos de consumo de los habitantes de nuestro país y de otros países extranjeros han cambiado, las estrategias de marketing y comercio lo han de hacer también. Un consumidor de vino actualmente busca unos estándares que quiere ver satisfechos, y las empresas tienen que centrar sus esfuerzos en esto precisamente para que el cliente obtenga la mayor satisfacción posible. Solo así se consigue crear fidelización de los clientes.

6. La traducción de sitios web multimodales: una traducción subordinada

El crecimiento y expansión de la web en las últimas décadas unido al proceso de globalización ha generado la necesidad de la traducción de sitios web. La localización de páginas web es un concepto que engloba tareas de marketing, controles de calidad, viabilidad de proyectos, etc. La localización tal y como recoge en su web la *Revista de Traducció i Tecnologies de la*

⁶ Disponible en: http://www.clubmarketingrioja.com/index.php/agenda/documentacion-estudios-y-descargas/documentos/doc_download/59-masmedios-lilia-fernandez-redes-sociales-venta-online-y-comercio-electronico-de-vino [Fecha de consulta: 28/07/14].

⁷ Disponible en: <http://www.oemv.es/esp/estudio-oemv-redes-sociales-venta-online-y-comercio-electronico-de-vino-679k.php> [Fecha de consulta: 28/07/14].

Informació i la Comunicació de la Universidad Pompeu Fabra, “[localizar] es el proceso de adaptar un sitio web a un idioma y una cultura diferente. Esto significa mucho más que simplemente traducir el contenido de las páginas. El contenido de una página web está formado por texto e imágenes, ambos deben ser traducidos y sometidos a una adaptación cultural. El usuario nunca debe notar que ese sitio fue originalmente creado en otro idioma⁸”.

Con todo, el hecho de que una empresa con aspiraciones comerciales de tipo internacional tenga una página web localizada es absolutamente necesario. Por ejemplo, no se entendería que una empresa de búsqueda de hoteles ofreciera a los usuarios una versión de la web únicamente en español, ya que un gran número de los visitantes de la web pueden ser extranjeros que no dominen dicho idioma y que, sin embargo, representan un grupo de clientes potenciales.

Una traducción subordinada se define como aquella “que se encuentra sometida a restricciones de espacio/tiempo o a las propias de la lengua oral, por encontrarse las señales verbales en conjunción con otras señales como las imágenes o la música” (Mayoral Asensio, 1993). Por su parte, Rabadán (1991, en Rodríguez Cubiella, 2013) define traducción subordinada como “todas aquellas modalidades de transferencia interpolisistémica donde intervienen otros códigos además del lingüístico”. Por transferencia interpolisistémica entendemos la interacción entre varios códigos diferentes, como por ejemplo el código auditivo y el visual. Es indudable, por tanto, que la traducción del discurso multimodal es una traducción subordinada, debido a la interacción de códigos semióticos que caracteriza a este tipo de discurso.

7. Principales retos y dificultades de la traducción de sitios web

La red impone nuevos retos al traductor y nuevas maneras de concebir su actividad creadora. En el mercado actual de la traducción ya no se traducen solo textos, sino hipertextos o hiperdocumentos.

A continuación, y una vez puntualizadas estas cuestiones previas, nos disponemos a analizar brevemente los principales retos y dificultades que se presentan al traductor a la hora de enfrentarse a una traducción subordinada, en particular la traducción de un sitio web. Hemos dividido el

⁸Disponible en: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/articles/ncorte/art.htm> [Fecha de consulta: 03/08/14].

análisis en tres secciones que oscilan desde los aspectos estrictamente textuales y formales hasta la persuasión de los visitantes, pasando por aspectos técnicos que el traductor ha de conocer y dominar para efectuar una traducción de un sitio web con éxito.

Los textos que se crean en la web poseen un grado de elaboración lingüística considerablemente bajo. Esto puede deberse a la libertad de la que disfrutan los internautas que se convierten en emisores de un mensaje. Por otro lado, si se trata de una web 2.0, muy probablemente contenga elementos multimodales como imágenes, audio, vídeo, etc., que no solamente afectan al traductor en las decisiones que tiene que tomar, sino que muy frecuentemente dichos elementos son los que conforman, junto con el texto el mensaje completo que el emisor quiere transmitir. Esos elementos multimodales, al formar parte del todo que constituye el mensaje, no se pueden ignorar de ninguna manera durante el proceso traductor, sino que hay que integrarlos, o bien modificarlos, en la medida de lo posible, para que el mensaje siga siendo el mismo, con la misma coherencia y las mismas connotaciones una vez que se ha producido el trasvase hacia la lengua meta. En cuanto a la dimensión formal de los textos, factores como el orden de presentación de la información, el posicionamiento de los hipervínculos, el espacio que ocupa el texto en cada página, etc. son elementos que en la traducción de un sitio web se han de respetar. Este hecho no atiende únicamente a cuestiones relacionadas con la traducción, sino que en numerosas ocasiones todos esos elementos que hemos nombrado se encuentran estrechamente relacionados con la confianza de los visitantes de la web que no se logra únicamente con el texto, sino que los indicios visuales, los iconos y efectos tipográficos son factores que se emplean para llamar la atención del receptor.

Las cuestiones técnicas también se han de tener en cuenta a la hora de enfrentarse a la traducción de un sitio web, debido a que el traductor ha de contar con competencias específicas para este tipo de traducciones. En ocasiones, el traductor incluso debe tener conocimientos de lenguaje de programación, no solo de herramientas TAO, que son las más utilizadas para trabajos de esta índole.

Otro aspecto que un traductor ha de tener en cuenta a la hora de traducir un sitio web es el público destinatario. Aquí entra en juego la aceptabilidad del hipertexto: el público que accede a la web es altamente heterogéneo

debido a las posibilidades que ofrece Internet, lo cual hace que definir claramente un público destinatario sea casi imposible. Hammwöhner (en Góngora, 2011) se refiere así a la aceptabilidad hipertextual: “hasta ahora la aceptabilidad del hipertexto descansa más bien en el acceso rápido a información relevante, desde la cual puedan seguirse algunos vínculos de forma eficiente como en el caso de los manuales técnicos. Aquí el peligro de perder la orientación es todavía relativamente pequeño. Sin embargo, si hubiera que seguir cadenas asociativas más largas a través de vínculos, entonces no se puede renunciar a la estructuración de la información”. Por lo tanto, deducimos que la aceptabilidad de los textos digitales se ve enormemente influenciada por cuestiones de tipo técnico, como el buen y rápido funcionamiento de los enlaces, las descargas, etc. Otro aspecto relevante es el emplazamiento del contenido dinámico y la rapidez con la que tiene que ser publicada una información determinada para que sea relevante para el público. Esto exige que, si el traductor ha de trabajar, sea de una manera rápida y lo más efectiva posible, lo cual hace que en muchas ocasiones no tenga tiempo de realizar una revisión óptima de su trabajo. A esto se suma, además, la complejidad que aporta la estructura hipertextual de la web 2.0.

Finalmente, surge un último problema derivado del que acabamos de abordar como es el del dinamismo de los textos digitales. Dicho dinamismo hace que en numerosas ocasiones se necesite añadir información al original posteriormente a la traducción, por lo que es necesario un ajuste del TM, tanto en su forma como en su contenido para que la coherencia no se vea comprometida y el resultado final sea aceptado por el receptor.

8. De la traducción a la transcreación

En un mundo en el que el avance de la tecnología es imparable y con posibilidades casi infinitas, no dejan de aparecer nuevos conceptos, términos y técnicas en prácticamente cualquier ámbito de la ciencia y el conocimiento. La traducción no es ajena a este avance, y por lo tanto está expuesta a dichos cambios. La transcreación es un ejemplo de estos cambios. La mejor manera de entender en qué consiste la transcreación es por medio de la comparación con la traducción, puesto que en un principio ambas se pueden definir (de una manera muy somera) como “el proceso de tomar un mensaje creado en un idioma y transportarlo hacia otro idioma”.

Por tanto, la diferencia fundamental entre la traducción y la transcreación es que la transcreación es una “transformación de un mensaje global que aborda no sólo el contenido escrito, sino también el diseño visual y las imágenes. Además, tiene en cuenta el contexto cultural de una comunicación escrita, como por ejemplo un anuncio publicitario, folleto o un sitio web”⁹.

La importancia de la transcreación reside sobre todo en su dimensión práctica. Es un concepto que fue creado por la industria de la publicidad, el entretenimiento y el lenguaje, puesto que se utiliza sobre todo para la traducción de material de marketing que es, de acuerdo con el blog que estamos consultando, “el único material que contiene elementos únicos de una cultura”. Esos mensajes publicitarios esconden connotaciones y matices que solamente las personas que forman parte de la cultura para la cual dicho mensaje fue concebido pueden comprender. Solo así el mensaje tiene el efecto persuasivo que buscan los emisores. Por lo tanto, para que un mensaje con estas características tenga éxito en una cultura diferente, necesita de una traducción creativa y de adaptación a la nueva cultura meta.

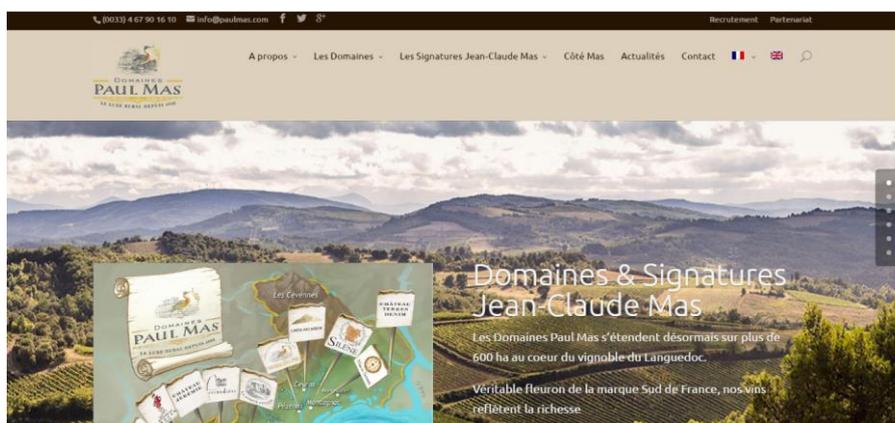
El proceso previo a la traducción de un sitio web también tiene una importancia crucial para que el producto final llegue a buen puerto. Uno de esos aspectos es la imagen que el cliente quiera proyectar de cara a la nueva cultura, además de la evidente delimitación del público destinatario como en cualquier campaña de marketing. Asimismo, el análisis de la nueva cultura con el fin de encontrar las referencias culturales óptimas para el producto que se va a trasladar, por lo que el traductor tendrá que contar con unos conocimientos sólidos de la lengua y cultura meta. Finalmente, una redacción adecuada y coherente se antoja también relevante de cara a la correcta acogida del producto por parte de la cultura meta.

El proceso de transcreación, por su parte, es en muchas ocasiones variado y complejo. Los cambios que el equipo encargado de realizar dicha tarea ha de efectuar oscilan desde la modificación de la estructura del mensaje (su forma) para que este resulte más atractivo para el público destinatario hasta cambios, adiciones u omisiones en el contenido del propio mensaje, siempre respetando, por supuesto, el sentido de este.

⁹ Información obtenida del blog de traducción de la agencia *Trusted Translations*. Disponible en: <http://blog-de-traducion.trustedtranslations.com/en-que-se-diferencian-la-traducion-y-la-transcreacion-2013-11-18.html> [Fecha de consulta: 10/08/14].

Nos centraremos en el grupo *Les Domaines Paul Mas*, que se encuentra en la región francesa de Languedoc, situada al sur de Francia. El grupo *Paul Mas* figura en el *Ranking de las 100 mejores sociedades vitivinícolas del mundo (2014)*, que es una clasificación en la que se encuentran las bodegas y sociedades vitivinícolas más premiadas del mundo. La web del grupo es una web que contiene un elevado número de elementos multimodales.

Nada más acceder a la página, la web nos ofrece un diseño estructurado en vertical con un menú fijo tal y como se refleja en la siguiente imagen:



Por otro lado, en la parte derecha de esa misma barra encontramos dos hipervínculos: *recrutement* y *partenariat*. Creemos que las mejores traducciones para estos dos enlaces serían “trabaja con nosotros” en el caso de *recrutement*, puesto que se trata del área de contratación de la web de la empresa, y “socios” para *partenariat*, puesto que al hacer clic en dicho enlace se detallan los grupos y sociedades a los que pertenece al grupo *Paul Mas*.

Bajo esta barra de color marrón oscuro encontramos el menú principal, estructurado en pestañas para acceder a otras páginas del sitio web:



A la izquierda de esta barra se encuentra el logo del grupo y su eslogan: *Le luxe rural depuis 1892*. Si bien este eslogan se podría traducir como “Lujo

rural desde 1892”, lo preferible en este caso es no traducirlo, puesto que el hecho de que esté escrito en francés le otorga un matiz de exotismo de cara al público extranjero y, puesto que se trata de un grupo de bodegas francesas, también un matiz de prestigio, ya que la gran tradición vinícola que existe en el país galo es bien conocida en todo el mundo.

En la página de inicio de la web encontramos una sucesión de imágenes que se combinan con pequeños textos y que se utilizan a modo de presentación del grupo vinícola. Sin duda, esto ya representa un ejemplo claro del discurso multimodal. La forma en la que se integra el texto en estas imágenes forma un todo que transmite un mensaje completo. Además, cabe destacar que las imágenes se suceden automáticamente y que el texto aparece en ellas con un efecto especial, que hace que el atractivo de la web aumente.

La primera de las imágenes es la siguiente:



Como podemos observar, esta imagen de un paisaje soleado con un viñedo, además de un pequeño texto, incluye un vídeo. Aquí se combinan tres elementos: imágenes (de fondo, en este caso), vídeo y texto que forman un mensaje de presentación del grupo. Al reproducir el vídeo, nos encontramos con imágenes de eventos en los que algunas personas degustan vino y comida de alta cocina. En la parte inferior del vídeo aparece

sobreimpresionado un pequeño texto, que resulta ser el mismo que aparece a la derecha de esta misma imagen¹⁰.

Por tanto, para dicho texto proponemos la siguiente traducción:

“El Lujo Rural”. Es el símbolo de nuestra cultura y filosofía. La búsqueda de la excelencia es nuestra razón de ser, siempre respetando nuestras raíces rurales. Nuestros vinos son la recompensa a la ambición de despertar intensas emociones”.

La segunda de las imágenes es la siguiente:



En este caso, la imagen tiene unos colores mucho más austeros, puesto que se trata de una imagen del interior de una bodega, presumiblemente. Nuestra propuesta de traducción es la siguiente:

“El Grupo *Paul Mas*.

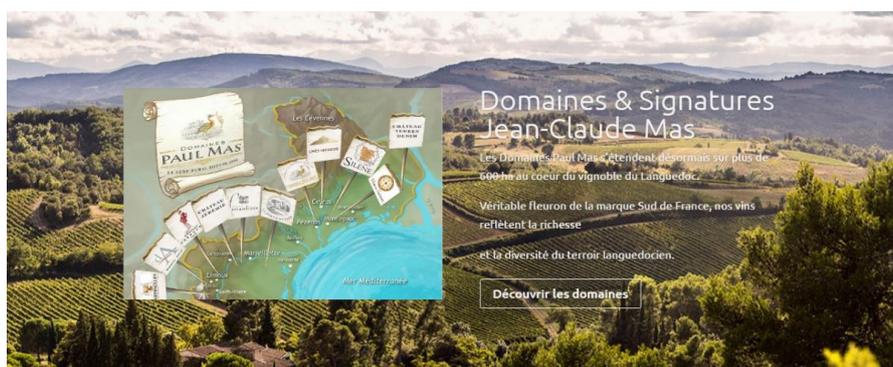
Los vinos de *PAUL MAS* son el resultado de una simbiosis armoniosa entre una región extraordinariamente fértil para la producción de uva, Languedoc, pasión por la viña, el respeto a la uva en la vinificación y el saber-hacer en cuanto a ensamblaje y crianza del vino:

¹⁰ N.T.: En la versión del vídeo, el adjetivo que complementa a *émotions* (emociones) es *vraies* (verdaderas), sin embargo, en el texto de la imagen ese adjetivo es *fortes* (fuertes o intensas).

Es el estilo *Paul Mas*.

La creatividad es el motor que nos empuja a la búsqueda constante de la autenticidad y el carácter”.

La tercera y última imagen de la serie es la siguiente:



De nuevo, se nos presenta un imponente y llamativo paisaje de fondo, con unos viñedos y unas formaciones montañosas, lo cual da una sensación de un ambiente rural. A la izquierda, encontramos una imagen esquemática con un pequeño mapa de las bodegas que conforman el grupo, todas situadas en la región de Languedoc. Para el párrafo de la derecha proponemos la siguiente traducción:

“Bodegas y denominaciones Jean-Claude Mas. Las bodegas de *Paul Mas* concentran más de 600 hectáreas de terreno en el corazón del viñedo de Languedoc”.
“Nuestros vinos reflejan la riqueza y la diversidad del territorio languedociano, la joya de la marca *Sud de France*”.

A continuación, encontramos otro elemento muy interesante en la web:



Se trata de una pequeña sección, titulada *Venez vivre de nouvelles expériences : vos cinq sens en éveil !* (“Viva nuevas experiencias, ¡despierte sus cinco sentidos!”), sobre el restaurante *Côté Mas*, el cual ya ha sido mencionado anteriormente. A la izquierda aparecen dos imágenes del restaurante, una en la que se puede apreciar una terraza con varias mesas y otra en la que encontramos algunos platos de cocina “gourmet” y un par de copas de vino.

Conclusión

Hemos puesto de manifiesto la estrecha relación que mantiene el marketing con las ciencias del lenguaje. Concretamente, hemos analizado cómo el marketing suele servirse de la lengua, ya sea a través de mensajes directos con claras connotaciones, juegos de palabras, etc. para conseguir sus objetivos, los cuales muy a menudo poseen una dimensión mercantil. Además, en los últimos tiempos, y con la expansión del llamado discurso multimodal y, concretamente, su empleo en la web 2.0, el marketing ha encontrado otra gran herramienta de la que puede servirse para alcanzar sus fines.

Por otro lado, también hemos estudiado cómo la industria agroalimentaria no permanece ajena al desarrollo de la multimodalidad aplicada al marketing, y hemos observado (a través del ejemplo del sitio web del grupo vinícola *Paul Mas*) de qué forma esta industria también se vale de los recursos lingüísticos y multimodales para, sobre todo, persuadir, atraer y fidelizar a clientes.

Respecto al ámbito más estrictamente traductológico, hemos dado cuenta también de las dificultades (estructuración libre de la información,

elementos intraducibles, etc.) que plantea la utilización de dichos recursos multimodales a la hora de traducir una página web. En este aspecto, la transcreación se torna una noción clave para la consecución de los objetivos.

Finalmente, hemos constatado también la necesidad de que el traductor posea una sólida formación lingüística, así como técnica e incluso unas nociones de marketing para la traducción de sitios web. Este hecho se antoja imprescindible para que el traductor realice una traducción correcta, pero sobre todo efectiva, desde un punto de vista mercantil, de cara a un público extranjero.

Referencias bibliográficas

- Alvarado Jiménez, R. (2002) "El reencantamiento de la escritura: formas multimodales de la comunicación", *Anuario de investigación*, vol. 2.
- Alvarado Jiménez, R. (2003) "La(s) materialidades del discurso: hipertextos y discursos multimodales en Internet", *Anuario de investigación*, vol. 1.
- Calderón, M. (1994) "Recurrencia e intertextualidad de textos publicitarios" en *Verba hispánica: anuario del Departamento de la Lengua y Literatura Españolas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Ljubljana*, vol. 4, pp. 163-176.
- Calsamiglia Blancafort, H. (1993) "Singularidades de la elaboración textual: aspectos de la enunciación escrita" en Lomas, C. & Osoro, A. (1993) *El enfoque comunicativo de la enseñanza de la lengua*. Barcelona: Paidós Ibérica, pp. 181-198.
- De Beaugrande, R., Dressler, W. U., & Bonilla, S. (1997) *Introducción a la lingüística del texto*. Barcelona: Ariel.
- Díaz Rojo, J.A. (2000) "El modelo ecolingüístico de comunicación especializada: investigación y divulgación". *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, vol. 2, pp. 69-84.
- Ferraz Martínez, A. (1993) *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco/Libros
- Góngora Ruiz, A. (2011) "Apuntes en torno a la traducción en la Red de redes. Texto, Tecnología y Traducción", *Ciencias de la Información*. vol. 42, nº3, pp. 47 – 55.
- Gutiérrez Ordóñez, S. (2002) *De semántica y pragmática*. Madrid: Arco/Libros
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary Communication*, Londres: Edward Arnold.

- Kress, G. (2010) *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. Oxon: Routledge.
- Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (1996) *Reading images: The grammar of visual design*, ed.: Psychology Press. Londres: Routledge.
- Kress, G., Leite-García, R. y Leeuwen, T. (2003) "Semiótica discursiva" en Van Dijk (coord.) (2000) *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa, pp. 373-416
- Landow, G. (1997.) *Teoría del hipertexto*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Marinkovich, J. (1998) "El análisis del discurso y la intertextualidad" en *Boletín de Filología*, no. 37, vol. 2, p 729.
- Mayoral Asensio, R. (1993) "La traducción cinematográfica: el subtulado" en *Sendebarr*, nº. 4, pp. 45-68.
- Mora, P. L. (2007) "La intertextualidad como característica esencial del discurso publicitario" en *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, nº 30, pp. 45-67
- Navarro, G. M., & Rivera-Camino, J. (2008) "La influencia de la comunicación comercial en el proceso decisonal jerárquico: una evaluación empírica en el contexto educativo" en *Cuadernos de Economía*, no. 31 vol. 86, pp. 83-116.
- Navarro, I. M. S. S. (1997) "Retórica del discurso publicitario. Una interpretación textual". *Didáctica. Lengua y Literatura*, No. 9, p. 249.
- Observatorio Español del Mercado del Vino (2013) *Redes sociales, venta online y comercio electrónico de vino. Informe del OEMV sobre "Consumo de vino en España y el vino en las redes sociales"*, España, Observatorio Español del Mercado del Vino.
- O'Halloran, K. (Ed.). (2004) *Multimodal discourse analysis: Systemic functional perspectives*. London: A&C Black.
- Pujolà, J. T., & Montmany, B. (2010) "Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital" en Pérez Tornero, J. M. (2010), *Alfabetización mediática y culturas digitales*, Sevilla: Publicaciones de la Universidad de Sevilla, pp.140-153.
- Rabadán, R (1991) "Equivalencia y Traducción: problemática de la equivalencia transléctica inglés-español" en Rodríguez Cubiella, R. (2013) *Traducción subordinada y enseñanza de ELE*. León: Publicación de la Universidad de León.

- Real Academia Española (2013) "agricultura" en *Diccionario de la lengua española* (22.ª edición). Madrid: Espasa.
- Ferrándiz, R. R. (2003) "Publicidad omnívora, publicidad caníbal: el intertexto polémico", comunicación presentada en las *Jornadas de Publicidade e Comunicação*, LabCom, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, pp. 1-15.
- Sánchez-Moreno, J. (2009) "La empresa vinícola: la comercialización, el marketing y la comunicación" en *Cuadernos de estudios manchegos*, no 33, pp. 43-56,
- Sardón Navarro, I.M.S. (1997) "Retórica del discurso publicitario. Una interpretación textual en Seguel, C. A. (2013) "Sinergia entre representaciones sociales y multimodalidad. Análisis crítico de un discurso publicitario audiovisual" en *Contexto*, no. 29, pp. 43-57.
- Suárez, B. (2012) "La publicidad, el lenguaje del consumo: Redefinición y prospectiva" en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, no. 39, pp. 29-38.
- Williamson, R. (2005) "¿A qué le llamamos discurso en una perspectiva multimodal? Los desafíos de una nueva semiótica". *Actas Encuentro Internacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED)*.

TRASVASES CULTURALES DE LA LITERATURA AL CINE: EL PROYECTO *LITERATURVERFILMUNG* (DE/FR-ES)

MARÍA DEL CARMEN BALBUENA TOREZANO
Universidad de Córdoba
mcbalbuena@uco.es

Fecha de recepción: 21.03.2014
Fecha de aceptación: 15.06.2014

Resumen: Es indudable la relación existente entre cine y literatura. Son numerosos los ejemplos de obras literarias llevadas al cine, algunas de ellas con un claro éxito de taquilla y galardones en festivales cinematográficos. La discusión entre la jerarquía entre Literatura y Séptimo Arte, aún no terminada, pone de manifiesto la posibilidad de representar de dos formas distintas una misma realidad estética. Pero la recepción del arte, ya sea en un medio u otro, está indudablemente condicionada por los medios y las condiciones en las cuales texto literario y texto fílmico se gestan. Amén de la versión original en la que se crea la obra cinematográfica, entra en juego un tercer factor decisivo para la recepción de la obra fílmica, y, con ello, también en parte de la obra literaria: la traducción audiovisual del producto cinematográfico, ya sea mediante el subtítulo, ya sea mediante el doblaje. En esta traducción cobra una especial relevancia el trasvase de los elementos culturales, pues en buena medida sólo mediante una correcta presentación de éstos en la pantalla, y también en los diálogos y el propio guión, el espectador recibirá en la lengua meta aquellos otros elementos culturales presentes en la obra literaria, génesis en algunos casos, y modelo en otro, de la cinematográfica.

Palabras clave: cine y literatura; adaptación fílmica; traducción audiovisual; traducción literaria.

Abstract: There is no doubting the existence of a relation between Cinema and Literature. Examples of literary works adapted for the screen abound, a number of them clearly box-office successes, as well as film-festival award winners. The debate concerning the hierarchical interaction of Literature and the Seventh Art, still not settled, brings to the fore the possibility of representing in two different ways a single aesthetic reality. However, the reception of Art, either through one medium or another, is inevitably conditioned by the means and conditions by which literary texts and film texts are seen to take shape. Besides the version at source in which the cinematographic work is created, a third factor comes into play which is decisive

with regard to the reception of the film as a work of art and thus, also, to a certain extent, to that of the literary work: the audiovisual translation of the cinematographic product, either by means of subtitling or via dubbing. As part of this same translation, what acquires special relevance is the transfer of cultural features, given that, to a significant extent, it is only through an adequate presentation of these on screen, as well as in the dialogues concerned, and in the screenplay itself, that the spectator will be given access to those further cultural elements present in the literary work, the genesis of, in some cases, and, in others, the model for the cinematographic work.

Keywords: film and literature; film adaptation; audiovisual translation; literary translation.

Introducción

En pleno siglo XXI, los medios audiovisuales se han convertido en el principal vehículo de transmisión de información, ideología y cultura. El texto audiovisual, por tanto, adquiere una importancia vital dentro del sistema de comunicación. La conjunción de elementos gráficos, iconográficos, lingüísticos, sonoros, musicales y paralingüísticos forman una nueva realidad estética capaz de transmitir también elementos culturales reflejados en el texto escrito. La relación entre literatura, cine y traducción queda patente en la adaptación fílmica de obras literarias y en la traducción al español de dichas obras, ya sea mediante el subtitulado –en ambas modalidades: subtitulado inter- e intralingüístico- o mediante el doblaje, hasta el punto de que una misma obra literaria puede ser llevada al cine y dar como resultado una realidad estética distinta, dependiendo de cómo todos estos elementos se hayan configurado a la hora de filmar y presentar al espectador el discurso narrativo en este nuevo medio.

La investigación en torno a las relaciones entre cine y literatura no es nueva, ciertamente. Tampoco lo es el estudio de la traducción audiovisual, fundamentalmente en las vertientes de doblaje y subtitulado, si bien es cierto que el estudio de esta modalidad de traducción es reciente. No obstante, sí que supone una innovación determinar en qué medida se trasvan los elementos culturales y culturemas de la obra literaria al guión, y del guión a la película. Y, finalmente, si se trata de versiones originales no españolas, este trasvase cultural desde la lengua origen a la lengua meta resulta fundamental. De este modo, el espectador puede o no percibir elementos

que están presentes en la obra literaria, fuente primigenia del film, ya que como afirma Chaume (2004: 19), “el texto audiovisual es (...) un constructo semiótico compuesto por varios códigos de significación que operan simultáneamente en la producción de sentido (...) Su tipología, su modo de organización y el significado que todo ello comporta dan como resultado un entramado semántico que el espectador desconstruye para comprender el sentido del texto”.

En lo concerniente a la investigación en torno al cine y a la literatura, destacan las contribuciones de L. Ashein (*From Book to Film*, 1949); F. Ayala (“El escritor y el cine”, 1972); C. Barbacho (*Entre cine y literatura*, 2000); M. Beja (*Film and Literature: an Introduction*, 1979); M. Borgomano (*L'écriture filmique de Marguerite Duras*, 1985); J-M. Clerc (*Ecrivains et cinéma. Des mots aux images, des images aux mots*, 1985); J.M. Company (*El trazo de la letra en la imagen. Texto literario y texto filmico*, 1987); U. Eco (“Cine y literatura: la estructura de la trama”, 1970); P. Gimferrer (*Cine y literatura*, 1985); J. A. Hernández Les (*Cine y literatura: la metáfora visual*, 2005); J. Mata Moncho-Aguirre (*Cine y literatura. La adaptación en el cine español*, 1986); A. y J. Paech (*Gente en el cine. Cine y literatura hablan de cine*, 2002); C. Peña-Ardid (*Literatura y Cine: una aproximación comparativa*, 2009); J. L. Sánchez Noriega (*De la literatura al cine: teoría y análisis de la adaptación*, 2000); J. Urrutia (*Imago Litterae: cine, literatura*, 1984); R. Utrera (*Literatura cinematográfica, cinematografía literaria*, 1987) entre muchos otros.

La traducción audiovisual ha sido abordada por muchos especialistas, entre los que cabe destacar a F. Chaume (junto a R. Agost: *La traducción en los medios audiovisuales*, 2001; “Els codis de significació no verbal en el cinema: la incidència del codi de mobilitat en les operacions de traducció”, 2002; “Panorama de la investigació en traducció audiovisual”, 2003; *Cine y Traducción*, 2004; “Estrategias y técnicas de traducción para el ajuste o adaptación en el doblaje”, 2005); J. Díaz Cintas (“El subtítulado de Hamlet al castellano”, 1995; *El subtítulado en tanto que modalidad de traducción filmica dentro del marco teórico de los estudios de traducción. “Misterioso asesinato en Manhattan”, Woody Allen, 1993, 1998; “Modalidades traductoras en los medios de comunicación audiovisual”, 1999; “El subtítulado de expresiones idiomáticas al castellano”, 2002; Teoría y práctica de la subtítulación, 2003; “El subtítulado y los avances tecnológicos”; 2005) o Rosa Agost (*La traducció**

audiovisual: el doblatge, 1997; Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes, 1999; “Los géneros de la traducción para el doblaje”, 2001), entre otros.

Los estudios sobre Cine en nuestro país aún no están asentados de forma definitiva. Es cierto que en los numerosos planes de estudio existentes, tanto en las actuales Licenciaturas como en los futuros Grados, hay asignaturas que abordan la Historia y la Estética del Cine, fundamentalmente en los estudios de Historia del Arte, y que universidades como la Carlos III centra también parte de su investigación en este medio audiovisual, focalizada toda ella en el Área de Comunicación Audiovisual; sin embargo, la mayoría de la investigación sobre el texto audiovisual y cinematográfico, y su relación con otras artes se lleva a cabo por parte de investigadores individuales o pequeñísimos grupos de investigación. No obstante, en España cabe señalar la Cátedra de Historia y Estética de la Cinematografía, creada en 1962, de la Universidad de Valladolid, centro por excelencia de los estudios de Cine.

La investigación en torno a la traducción audiovisual, que en nuestro país empieza a adquirir relevancia en los últimos veinte años del siglo pasado, tiene un importante núcleo en el Grupo de Investigación “Traducción y comunicación en los medios audiovisuales, coordinado por el Dr. Frederic Chaume Varela (Univ. Jaume I). Entre los aspectos más destacados cabe señalar el estudio de la lengua en los medios de comunicación audiovisuales, la traducción de textos audiovisuales (cine, televisión, teatro, ópera, DVD), la descripción del modelo de lengua de los textos audiovisuales traducidos (doblados y subtitulados) y la descripción de las convenciones profesionales que rigen las actividades del doblaje y la subtitulación.

En las páginas siguientes abordaremos la estructura de un posible proyecto sobre traducción audiovisual, partiendo de las adaptaciones fílmicas de obras literarias alemanas y francesas; por ello, detallaremos los objetivos y la metodología de trabajo, así como los resultados que esperamos obtener de llevar a cabo este proyecto de investigación.

1. Objetivos y metodología del estudio

Es frecuente encontrar bases de datos de cine español o bien de cine de dirección y producción estadounidense, tal vez debido al éxito de taquilla. No obstante, existe otro tipo de cine, en versión original, que responde a un gusto estético propio de un público que busca ahondar en la representación

fílmica y disfrutar de la obra de arte, germen del texto escrito y del texto fílmico. No siempre es posible ver en la gran pantalla obras señeras de la literatura francesa o alemana llevadas al cine en versión original subtitulada; por ello, la presente investigación servirá para, en primer lugar, determinar qué obras literarias han sido llevadas al cine, qué elementos culturales se han trasvasado del texto escrito al audiovisual, y en qué medida la subtitulación ha respetado dicho trasvase. La creación de una base de datos, además, posibilitará el acceso a la información recabada por parte de la Filmoteca de Andalucía, actual impulsora del cine en versión original en nuestra Comunidad Autónoma.

Por tanto, este trabajo parte de la siguiente hipótesis: el texto literario es el germen o el modelo sobre el que se sustenta el texto fílmico, y más allá de ello, la traducción audiovisual posibilita el trasvase de los elementos culturales presentes en la obra literaria. La recopilación de esta información y la confección de una base de datos permitirá el conocimiento de las literaturas, el cine y las culturas francesa y alemana.

Son objetivos del presente estudio:

1. El estudio literario de las obras seleccionadas en el presente proyecto, con especial relevancia de los elementos culturales presentes en ellas.
2. El estudio cinematográfico de las obras seleccionadas en el presente proyecto, con especial relevancia de los elementos culturales trasvasados desde la obra literaria.
3. El estudio del subtitulado al español de las películas seleccionadas en el presente proyecto, en el que se determinen si los elementos culturales presentes en el texto escrito y el texto fílmico quedan patentes en la traducción audiovisual.
4. La presentación a la sociedad de estas tres vertientes artísticas para la visualización de las películas con una conciencia artística global. Para ello, contamos con el apoyo y las instalaciones de la Filmoteca de Andalucía, que tiene su sede en Córdoba, y que en ocasiones anteriores ha colaborado con la Universidad de Córdoba para celebrar ciclos y colquios de cine, destinados al público en general y a los estudiantes de la UCO.

5. Creación de una base de datos en la que se recoja toda la información sobre la obra literaria original y sus posibles traducciones, la obra cinematográfica y sus posibles traducciones (subtitulado y doblaje) y las referencias culturales presentes en el texto escrito y el texto fílmico.
6. Celebración de Jornadas de Cine, Literatura y Traducción, en la que se recojan los principales resultados de esta investigación, así como los avances y el desarrollo de la misma, y la publicación de los resultados en la Revista "Estudios Franco-Alemanes", de reciente aparición.
7. Aplicaciones didácticas de los resultados obtenidos, ya sea en materia de literatura comparada, de cinematografía, o de traducción audiovisual, contando para ello con el apoyo de las universidades implicadas.

La finalidad última del proyecto es la creación de una base de datos en la que encontrar, de forma sistemática, toda la información posible con respecto a la obra literaria original, la versión cinematográfica, y los aspectos relacionados con la traducción audiovisual y el trasvase de elementos culturales de un medio a otro, y de una lengua a otra.

Para conseguir los objetivos propuestos, planteamos la ejecución de las tareas que hemos de realizar en cuatro fases:

1. Análisis y estudio literario de las obras seleccionadas en su versión original, y establecimiento de los elementos culturales que han de estar presentes en la obra fílmica.
2. Análisis y estudio cinematográfico de las obras llevadas al cine, y establecimiento de los elementos culturales que se han trasvasado a partir de la obra literaria.
3. Estudio lingüístico y traductológico del subtitulado y/o doblaje de las obras fílmicas tratadas en la presente investigación, con especial atención al trasvase de elementos culturales, y propuesta de subtitulado español de las películas analizadas.
4. Elaboración de una base de datos en las que se recoja la filmografía francesa y alemana basada en obras literarias, y donde aparezcan los siguientes datos: título original y título en español; director; producción; argumento; guión; intérpretes; año y lugar de estreno, obra literaria original; autor literario; estudios,

bibliografía y traducciones de las obras literaria y cinematográfica; referencias culturales; subtítulos en versión bilingüe (francés-español, alemán-español); y doblaje al español o a otras lenguas.

2. Modelo de ficha

Para tener todos los datos relativos a la obra fílmica y también a la literaria de la cual procede, así como las lenguas de trabajo implicadas en la traducción audiovisual, ya sea en lo relativo al doblaje o al subtítulo, consideramos pertinente elaborar la siguiente ficha que recoja de forma unívoca todos los campos señalados en el epígrafe anterior:

Número de documento audiovisual	
Título (DE/FR)	
Título (ES)	
Dirección	
Producción	
Argumento	
Guión	
Intérpretes	
Estreno (año/ lugar)	
Obra literaria original	
Autor literario	
Estudios sobre la obra literaria	
Estudios sobre el filme	
Referencias culturales	
Subtitulados (si/no), / lenguas	
Doblaje (si/no) / lenguas	

3. Resultados esperables

La base de datos creada como resultado final de la investigación podrá explotarse desde una doble perspectiva:

- a) Transferencia del conocimiento a la sociedad: la información contenida en la base de datos podrá emplearse en la Filmoteca de Andalucía, y de este modo concretar ciclos de cine francés y alemán, en ambos casos precedidos de un comentario completo de la película proyectada en cada una de las sesiones, a fin de aportar al público una nueva visión y una nueva forma de ver el cine.
- b) Didactización. Los resultados de la investigación serán relevantes para la enseñanza-aprendizaje de materias como Literatura Francesa y Literatura Alemana; Teoría de la Literatura y Literatura Comparada; Historia del Cine y Estética del Cine; Traducción Audiovisual: subtítulo y Traducción audiovisual: doblaje. Con ello, los alumnos de las actuales licenciaturas y Filología Francesa, Filología Inglesa, Historia del Arte y Traducción e Interpretación encontrarán una nueva vía de aprendizaje y resultados actualizados y fiables. Del mismo modo, los futuros alumnos de los Grados de Lenguas y Literaturas Modernas, Estudios Ingleses, Historia del Arte y Traducción e Interpretación recibirán enseñanzas derivadas de los resultados obtenidos.

Referencias bibliográficas

- AGOST CANÓS, Rosa, *La traducción audiovisual: el doblaje*. Barcelona: Ariel, 1997.
- _____, *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Barcelona: Ariel, 1999.
- _____, "Los géneros de la traducción para el doblaje". En: *La traducción para el doblaje y la subtitulación*, 2001, pp. 229-250.
- AUMONT, Jacques, *Estética del cine: espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós, 2002.
- ÁVILA, Alejandro, *El doblaje*. Madrid: Cátedra, 2009.
- BARBACHO, Carlos, *Entre el cine y la literatura*. Zaragoza: Las Tres Sorores, 2000.
- CAÑIZARES FERNÁNDEZ, Eugenio, *El lenguaje del cine. Semiología del discurso filmico*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1992.
- CHAUME, Frederic, *Cine y traducción*. Madrid: Cátedra, 2004.

- COMPANY RAMÓN, Juan Miguel, *El trazo de la letra en la imagen: texto literario y texto filmico*. Madrid: Cátedra, 1987.
- DÍAZ CINTAS, Jorge, "El subtítulo de Hamlet al castellano". En: *Sendebarr. Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de Granada*, 6, 1995, pp. 147-158.
- _____, "Modalidades traductorales en los medios de comunicación audiovisual". En: *Quaderns de Filologia. Estudis Lingüístics*, 4(2), 1999, pp. 85-100
- _____, *La traducción audiovisual. El subtítulo*. Salamanca: Ediciones Almar, 2001.
- _____, "El subtítulo de expresiones idiomáticas al castellano". En: *Traductores para todo: actas de las III Jornadas de Doblaje y Subtítulo de la Universidad de Alicante*, 2002, pp. 9-12.
- _____, *Teoría y práctica de la subtítulo: inglés-español*. Barcelona: Ariel, 2003.
- LACK, Russell, *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, 1999.
- MINGUET I BATLLORI, Joan Maria, "Lo nuestro y lo ajeno: cine, cultura y nacionalidad". En: *Once miradas sobre la crisis y el cine español*, 2003.
- MÍNGUEZ ARRANZ, Norberto, *La novela y el cine: análisis comparado de dos discursos narrativos*. Valencia: La Mirada, 1998.
- NEIRA PIÑEIRO, M.^a del Rosario, *Introducción al discurso narrativo filmico*. Madrid: Arco DL, 2003.
- PEÑA-ARDID, Carmen, *Literatura y cine*. Madrid: Cátedra, 2009.
- PÉREZ BOWIE, José Antonio, *Leer el cine: la teoría literaria en la teoría cinematográfica*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2008.
- REVAULT D'ALLONNES, Fabrice, *La luz en el cine*. Madrid: Cátedra, 2003.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis, *De la literatura al cine: teoría y análisis de la adaptación*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2000.

UN AUTOR OLVIDADO DE RELATOS HISTÓRICOS: PAUL LACROIX «LE BIBLIOPHILE JACOB»

ÁNGELES GARCÍA CALDERÓN
Universidad de Córdoba
id1gacaa@uco.es

Fecha de recepción: 5.09.2014

Fecha de aceptación: 15.12.2014

Resumen: Trabajo que trata de rescatar del olvido a un humanista francés del XIX, persona de gran influencia en su época, más conocido por su pseudónimo (“le Bibliophile Jacob”) que por su nombre (Paul Lacroix), cuya figura tendría una gran influencia en la atmósfera cultural de la capital parisina, desde su posición de conservador de la importante “Bibliothèque de l’Arsenal” hasta su labor de escritor-periodista, pasando por su afición a la narración histórica, en una época en la que toda Europa sentía la influencia del creador de la novela histórica Walter Scott. Preceden a la figura de Lacroix dos breves apartados sobre el relato histórico y su desarrollo en Francia.

Palabras clave: Narración histórica, Francia, siglo XIX, Paul Lacroix.

Abstract: The aim of this paper is to attempt to rescue a 19th century French humanist from oblivion. He was a writer of great influence in his time, better known by his pseudonym (“le Bibliophile Jacob”) than by his real name (Paul Lacroix); his figure was a great influence in the cultural atmosphere of the French capital, from his position as curator of the important “Bibliothèque de l’Arsenal” and because of his work as writer-journalist, not to mention his fondness for historical fiction, at a time when the whole Europe was under the influence of the creator of the historical novel, Walter Scott. In the present paper the focus on the figure of Lacroix is introduced by two brief sections about historical fiction and its development in France.

Keywords: historical fiction, France, 19th century, Paul Lacroix

1. Introducción: Consideraciones sobre el relato histórico

Los orígenes de la novela histórica pueden buscarse desde los inicios de la literatura, ya que los elementos de ficción e historia en conjunto se encuentran en las epopeyas, en las crónicas, en traducciones de leyendas

árabes y otras orientales, en cuentos de caballerías de fondo histórico y en unas pocas obras a las cuales se puede aplicar correctamente el nombre de “novelas históricas”.¹

El hecho cierto es que lo que podríamos denominar “novela histórica” (creación atribuida certeramente a Walter Scott en sentido estricto) es un tipo de escrito que ha circulado de la mano de los historiadores más famosos: desde Jenofonte (c. 431 a. C.-354 a. C.) hasta Quinto Curcio². Del primero, su *Ciropedia*, que trata de la juventud, ascenso y gobierno de Ciro (365-380 a. C.), obra en que más resaltan las bellas dotes del estilo de Jenofonte, es clasificada generalmente entre las obras históricas, aunque realmente tiene más de ficción que de relación verídica; Jenofonte, sin embargo, adopta enteramente la forma histórica sin dar a conocer que se propone trazar el ideal de la educación de un príncipe, hasta que la lectura atenta descubre que aquel conjunto tan bello no está formado con datos sacados de la civilización de la Persia, sino tomados hábilmente de lo más adelantado de la sociedad helénica, combinados con no menos arte con algunos de los rasgos distintivos del carácter oriental y los suficientes hechos históricos necesarios para dar a la obra toda la verosimilitud posible: no es por consiguiente la *Ciropedia* una novela histórica, sino más bien un relato moral, un tratado de educación. Del segundo, su biografía de Alejandro Magno, compuesta por diez libros, de los que los dos primeros están perdidos, y los ocho restantes incompletos, es una ficción fundada en hechos.

Es claro que la *Ciropedia* debió ser el modelo del *Télémaque*, de Fénelon, así como en cierta medida el arquetipo de la “narración histórica” y filosófica por excelencia, aunque con más derecho se adjudicaría el título de padre de la narración histórica a Herodoto (c. 484-425 a.C.), considerado como el fundador de la Historia en Occidente, así como el primero en componer un relato razonado y bien estructurado de las acciones humanas. Para Herodoto, como siglos más tarde para Walter Scott,³ la descripción de

¹ Para el apartado de los orígenes, en conjunto, es valioso el libro de Guillermo Zellers: *La novela histórica en España (1828-1850)*, New York, Instituto de las Españas, 1938, pp. 9-10.

² Historiador romano que vivió presumiblemente bajo el reinado del emperador Claudio (siglo I) o en el de Vespasiano y del que únicamente se conoce su *Historiæ Alexandri Magni Macedonis*, cuya narración comienza en el año 333 a. C.

³ Por lo que respecta a Walter Scott, parece que a veces los dones que adornan a un escritor son tan evidentes que hasta la propia crítica se olvida de mencionarlos, o no concederles la

hechos históricos era el relato de las costumbres, de las tradiciones, de las supersticiones y, en general, el panorama brillante de los hábitos humanos. Todo este inicial *modus operandi*, sobre un fondo de historia o biografía novelada, iría alterándose, conforme avanzaban los siglos, cambiando los nombres de los protagonistas.

2. La narración histórica en Francia

Anterior a la aparición de Scott en el universo novelesco, así como a la serie de epígonos e imitadores, como ya expuse en un trabajo reciente al tratar la obra de Mme de Genlis,⁴ si queremos referirnos a autores y obras concretas para enmarcar la novela histórica en los siglos XVII y XVIII en Francia, tres adjetivos nos ayudan a señalar las distintas etapas: "héroïque", "galante" e "historique"; el primero, entre 1640-1660, da nombre a las largas narraciones de Gomberville, La Calprenède y los hermanos Scudéry; el segundo es el apelativo que dará Mme de Villedieu a sus relatos cortos de 1670: *Annales galantes*; el tercero es el nombre que conviene a los relatos de Mme de La Fayette⁵.

importancia que tienen. En el caso de Scott, es evidente que el escritor ya nació con dos vocaciones aparentemente contradictorias: la de poeta y la de anticuario; en ellas, y no en otro lugar, es donde hay que incidir para resaltar la causa del mérito original y del inmenso éxito de sus novelas. La génesis de éstas anuncia todos los resortes de una gran imaginación poética; su ejecución es el fruto de un profundo conocimiento de las costumbres y del espíritu de la Edad Media estudiado en las crónicas. El hecho de situar la acción en épocas pasadas no era anormal antes de Scott, así como vincular la trama novelesca con el fondo histórico. No obstante, sería el escritor escocés quien, partiendo de la tradición narrativa inglesa del siglo XVIII e influido por las tesis del historiador Macaulay, crearía el patrón y dejaría fijadas las características del nuevo subgénero narrativo. Scott es ante todo un gran narrador, un escritor que sabe contar historias.

⁴ Trabajo que incluye una breve exposición sobre el género histórico en Francia, y que se encuentra en A. García Calderón y B. Martínez Ojeda: *Mme de Genlis y el relato histórico de finales del XVIII-principios del XIX. "La jeune pénitente"*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, 2013, pp. 13-18.

⁵ En los tres, casos casi todos los autores toman sus fuentes de España, lo que nos lleva en este punto a añadir que la forma primera del relato histórico fue el relato "hispano-morisco", siendo tres las obras narrativas a las que se aplica el calificativo de novelas moriscas: la anónima *Historia del Abencerraje y de la hermosa Jarifa*, 1565 (incluida en la *Diana* de Montemayor), la *Historia de Ozmin y Daraja* (intercalada en la primera parte del *Guzmán de Alfarache*, 1599, de Mateo Alemán), y sobre todo la *Historia de los bandos de los Zegríes y Abencerrajes*, de Ginés Pérez de Hita (1595), más conocida por el título de *Guerras civiles de Granada*. Pérez de Hita, además de ser el creador del subgénero morisco en el relato, fue el iniciador de la novela histórica.

Desde el éxito de los relatos de Mme de Villedieu buena parte de los novelistas franceses del último cuarto de siglo seguirán la moda de insertar una intriga sentimental en los acontecimientos de la historia política. Así lo hace Pierre d'Ortigue de Vaumorière en *Diane de France* (1675); la baronesa de Aulnoy en su *Histoire d'Hypolite, comte de Douglas* (1690); el historiador Pierre de Lesconvel en *Intrigues amoureuses de François premier, ou Histoire tragique de M^{me} la comtesse de Chateaubriand* (1695), y en *Le Prince de Longueville et Anne de Bretagne* (1697), *Anne de Montmorency, connétable de France* (1697).

Es importante señalar el punto de inflexión entre estos tres tipos de relatos, que puede definirse en la novela francesa como el paso de una época a otra o el comienzo de la modernidad, y que viene marcado por la publicación de los dos volúmenes de relatos de Jean Regnault de Segrais: *Les Nouvelles françaises, ou les Divertissements de la princesse Aurélie*, 1656-57. Con Segrais finaliza la concepción que existía de la novela como epopeya en prosa en la que el héroe era un príncipe o jefe del ejército, de nombre Cyrus, Alexandre, César o Arminius, que acumulaba a lo largo de unos cuantos volúmenes pruebas de su valor guerrero y de su exquisita galantería. Los recursos de la acción novelesca estaban fijados de antemano: tempestades, ataques de piratas, islas desiertas, combates extraordinarios, raptos y otros ardidés truculentos. Los acontecimientos de La Fronda, entre 1648 y 1653, darán lugar al nacimiento de una nueva sociedad, que mostraría su hastío por este tipo de novelas, dando mayor importancia a los análisis sentimentales y a las sutilezas galantes. Tres autores desempeñarían un papel fundamental en la evolución del género novelesco en esta época: el ya citado Segrais, Mme de Villedieu y Mme de La Fayette. El primero, que en el prólogo de sus *Nouvelles* expondría la teoría del género y dotaría de dignidad a sus relatos sin condenar la novela heroica (a la que reprocha sus anacronismos), contra los que propone presentar a reyes y emperadores franceses que den lugar a una novela nacional. La segunda desarrollará la acción de sus relatos en el reinado de Francisco I, Enrique II y Carlos IX, con personajes que se llaman Nevers o Guisa, documentando sus relatos con la obra de historiadores y cronistas (Mézeray, el Père Anselme y Davila). Las

Este tipo de relato se difundiría en Francia durante todo el siglo XVII con el nombre de relato "hispano-mauresque", llegando su influencia hasta finales del XVIII con el fabulista e hispanista Florian, y finalizando con *Les Aventures du dernier Abencérage* de Chateaubriand, en 1826.

obras de Mme de La Fayette darán al relato histórico sus cartas de nobleza, al tiempo que una de ellas, *La Princesse de Clèves*, marcará una nueva etapa en el relato de introspección psicológica.

A finales del XVII y durante el XVIII la moda está en las memorias apócrifas más verosímiles (Courtilz de Sandras, *Mémoires de M. d'Artagnan*, 1700, fuente de la obra de Dumas padre *Les Trois Mousquetaires*; Anthony Hamilton, *Mémoires de la vie du comte de Gramont*, 1713), o en los relatos de anticipación, heroicos y didácticos (Fénelon, *Télémaque*, 1695; Marmontel, *Bélisaire*, 1767, *Les Incas*, 1777; el abad Barthélemy, *Voyage du jeune Anacharsis en Grèce au IV^e siècle de l'ère vulgaire*, 1788; Chateaubriand, *Les Martyrs*, 1809). Pero fundamentalmente se desarrollan las condiciones ideológicas y literarias de una mutación de la novela histórica: la novela de costumbres modernas (la de Marivaux, de Lesage, de Laclos o de Rétif de La Bretonne) refleja con más verdad y menos convención la psicología, la mentalidad y las costumbres de la época.

Por lo que concierne a la teoría de la narración histórica, ya en 1780 un religioso "sous-principal" de las Academias de Montauban, Clermont-Ferrand y La Rochelle, el padre Vitrac, define a la perfección las singularidades imprescindibles para un relato histórico:

Qualités particulières du Récit *Historique*

1°. La Narration Historique est un exposé vrai, exact et fidèle d'un événement réellement arrivé.

2°. Le Récit Historique doit être naturellement dans la forme indirecte; c'est-à-dire que le Narrateur doit raconter ce qui a été fait par les Acteurs qu'il introduit sur la scène, et ne point les faire parler eux-mêmes.

3°. La principale qualité de la Narration Historique, c'est la rapidité. Le Narrateur se hâte d'arriver à l'événement; et c'est pour lui surtout qu'est vraie cette maxime d'Horace:

Et brevitate opus, ut currat sententia neu se
impediat verbis lassas onerantibus aures.⁶

⁶ Horacio, *Sátiras*, Libro 1, 10, vv. 9-10:

"Debe la obra ser breve; que transmita la idea,

4°. Le Récit exclut les pensées brillantes & les tours recherchés; tout cet appareil déguise la vérité, plutôt qu'il ne l'embellit. Les tours recherchés, les pensées brillantes, conviennent moins à un homme de bon sens, qu'à un Rhéteur qui veut attirer sur lui une partie de l'attention qui n'est dûe qu'au sujet.

5°. Le talent de bien narrer, est peut-être le plus agréable des talents, mais c'est le moins commun; quoique tout le monde croie le posséder & se mêle de l'exercer. Que d'ennuyeux conteurs ou rencontre tous les jours dans le monde!⁷

Entre 1780 y 1815 la novela seguiría siendo un género secundario en Francia; no obstante, y debido a una emergencia de la rehabilitación de la mujer como ente social, la literatura de narración se convierte en el terreno de las novelistas, sobre todo en Francia y en países francófonos, donde surgen escritoras que reivindican describir en sus heroínas locas y furiosas pasiones, como así ocurre, entre otras, en las obras de Isabelle de Charrière, Ysabelle de Montolieu, Madame de Genlis, Madame de Krüdener, Madame Cottin, Madame de Staël, Madame de Souza y la duquesa de Duras. De todas ellas serían importantes para el desarrollo del género histórico Genlis y Cottin.

Limitándonos al siglo en que eclosiona verdaderamente la novela histórica, el XIX, en él se opera una conjunción entre novela e historia.⁸ No es aventurado situar en primera línea a Alfred de Vigny y Victor Hugo. En *Cinq Mars* y en *Stello*, ya se respira un sentimiento del arte tan hondo y verdadero que hace que los dos relatos sean admirables "tableaux historiques". Por su parte Victor Hugo, en *Notre-Dame de Paris*, hermosa epopeya escrita, se revela como un maestro en varias facetas: artista e historiador, anticuario y poeta. Su obra, llena de finos y delicados matices de

no sea que las palabras fatiguen los oídos."

⁷ *Traité élémentaire du genre épistolaire, de l'apologue et de la narration*, à l'usage de MM. Les Humanistes du Collège Royale de Limoges. Limoges: Léonard Barbou, 1780, pp. 121-122.

⁸ Tanto en el tono como en el espíritu las páginas de los historiadores (Michelet, Augustin Thierry) tienen bastantes coincidencias con la de los cultivadores del género histórico (Balzac, Hugo, etc.).

sentimiento y observación, es una de las cumbres de la novela histórica francesa.⁹

3. Paul Lacroix, "Le bibliophile Jacob"

El parisino Paul Lacroix de Niré (1806-1884), conocido también como "le Bibliophile Jacob", así como por los seudónimos de Pierre Dufour y Anthony Dubour, pronto comenzaría una carrera de dramaturgo que duraría poco, y posteriormente otra de "feuilletoniste" para la prensa. Su figura atraviesa el siglo XIX, delimitando una trayectoria que oscila entre el escritor-periodista y el conservador de la "Bibliothèque de l' Arsenal", en París, desde 1855. La aparición de su *Histoire du seizième siècle* sería muy bien acogida, concediéndosele a los 28 años la Legión de Honor.

Su fama se cimentaría en la publicación en el *Mercure du dix-neuvième siècle*, de crónicas de gran éxito, que serían completadas con *Les Soirées de sir Walter Scott à Paris*, en 1829, de enorme repercusión y que serían reeditadas continuamente. De esta época proviene su pseudónimo de "Bibliophile Jacob". Su pasión por la novela histórica bebe en esos momentos del relato histórico de Alfred de Vigny *Cinq Mars*, así como de los "dramas históricos" del colaborador del *Globe*, Ludovic Vitet,¹⁰ muy bien definidas por el autor como "scènes historiques" y que ya aclara de inicio en su "Avant-propos" que no se trata de teatro.¹¹

El éxito de algunas de sus novelas lo lleva a decantarse por el relato histórico, basado fundamentalmente en la Edad Media. Al mismo tiempo, su

⁹ Aunando modos de relatar y estilos, una definición lógica y asumible en su mayor parte por la crítica del tiempo podría ser la siguiente:

La novela histórica es un relato en el que la ficción se mezcla con la verdad de hechos o costumbres históricas; en la que el autor escribe no solo por diversión, sino también para la instrucción de sus lectores; en la cual se propone desenredar los hilos de una intriga, anudada con más o menos fortuna, así como aclarar las oscuridades existentes o llenar los vacíos de la historia.

¹⁰ Político y escritor que llegaría a ser elegido miembro de la "Académie Française", publicaría entre 1826 y 1829 tres "scènes historiques" (*Les Barricades*, *Les États de Blois*, *La mort de Henri III*), que le proporcionaron una gran notoriedad, reuniéndolas luego en un volumen con el título de *La Ligue* (1844).

¹¹ "Ce n'est point une pièce de théâtre que l'on va lire, ce sont des faits historiques présentés sous la forme dramatique, mais sans la prétention d'en composer un drame. (*Les Barricades, Scènes historiques*. Paris: Jules Renouard, J. L. J. Brière, 1826, p. V).

pasión por la bibliofilia lo conduce a recorrer Francia e Italia en busca de obras raras o poco conocidas, que el autor se dedica a reeditar, utilizando para ello el nombre de "Bibliophile Jacob" o de P. L. Jacob. Su colección de autógrafos, que legaría a la Biblioteca del Arsenal tras su muerte, está formada por más de 10000 cartas. Sus ediciones de autores franceses más conocidas comprenden las de Marot, Rabelais, Perrault, La Fontaine, Bachaumont, etc. Asimismo, publicó obras de erudición muy valiosas como *L'Origine des cartes à jouer* (1836), *Histoire de l'orfèverie et de la joaillerie* (1850), *Mœurs, usages et coutumes au Moyen Age et à la Renaissance* (1873), *Paris à travers les âges* (1877), así como una *Histoire de France par les principaux historiens*, en colaboración con el famoso historiador, ensayista, novelista y político francés Henri Martin. Una relación de sus obras por él propio autor incluye estas curiosas definiciones¹²: "histoire", "romans-histoires", "romans de mœurs", "contes et nouvelles historiques", "littérature mêlée".¹³

¹² Se pueden encontrar al inicio de sus obras.

¹³ Amplios resúmenes de sus obras se pueden encontrar en la *Revue des Romans. Recueils d'analyses raisonnées des productions remarquables des plus célèbres romanciers français et étrangers*, cpmmp por ejemplo el siguiente, de Eusèbe G***** Tome Second. Paris: Librairie de Firmin Didot Frères, 1838:

LES DEUX FOUS, *histoire du temps de François I^{er}, in-8, 1830, ouvrage publié sous le pseudonyme de P. L. Jacob, bibliophile*. — Cette histoire du roi François I^{er} et de Diane de Poitiers n'est, à le bien prendre, que l'histoire du vieux Paris, de son peuple, de ses coutumes, de ses usages, de ses superstitions. L'auteur a voulu placer François I^{er} sur le premier plan, et après lui sa belle maîtresse, et Triboulet, comme opposition au roi, et Caillette, comme contraste à Triboulet. Tous ces personnages étaient sagement disposés quand il s'est mis à l'ouvrage; mais l'abondance des matériaux à mettre en œuvre est venue déranger son plan, où sont entrés de toutes parts la ville, la cour, le peuple, les soldats, les magistrats, tout le siècle, chacun parlant son langage, tantôt patois, tantôt français, si bien que c'est souvent à ne pas s'entendre. Un grave reproche à adresser encore à l'auteur, c'est d'avoir fait notre vieux peuple beaucoup trop laid; en effet, il n'y a pas un honnête homme dans son livre, pas une femme honnête, pas un bourgeois qui ait du cœur; ce n'est pas cependant ce que nous avons entendu dire de la noblesse de nos ancêtres, de leur courage civil, de leur noble résistance aux excès du pouvoir. Des hommes qui ont parcouru l'Italie en vainqueurs, qui sont restés fidèles à leur roi prisonnier en Espagne, qui ont chassé l'Anglais du territoire, ne sont pas des hommes comme les peint M. Jacob. Il n'y a pas jusqu'à Triboulet dont le véritable caractère soit méconnu: le joyeux Triboulet, grelots en tête, marotte en main, bossu deux fois, faisant la grimace à tout le monde, était un fou et rien de plus. Mais en revanche Caillette, le premier fou, le héros du livre, est une création originale. Caillette porte un cœur noble sous la livrée de fou; il est fou par sa charge, mais sage de tête. C'est lui qui amène Diane à Paris, lui qui l'aime sans oser le lui dire, lui qui est fait le témoin de cet amour

3.1. Paul Lacroix y sus novelas históricas

Por lo que respecta a su labor como narrador, su aportación en el campo de la novela histórica está muy bien cuantificada, según la opinión de un crítico de su tiempo:

Si le bagage littéraire du bibliophile Jacob est plus volumineux que celui de Vigny ou de Victor Hugo, il est en revanche de moindre valeur. On ne saurait toutefois lui refuser plus d'un genre de mérite. Conteur infatigable, jeune homme qui s'est fait vieillard pour nous dire les temps anciens, il a dessiné, avec esprit toujours, et souvent avec vérité, le profil et l'allure des générations éteintes. Il y a dans *les Soirées de Walter Scott*, dans *la Danse Macabre*, *les Francs Taupins*, *le Roi des Ribauds*, *les deux Fous*, plus de véritable érudition que dans beaucoup d'histoires, plus d'intérêt que dans beaucoup de romans de mœurs ou prétendus tels. Mais il me paraît moins heureux dans tout ce qui est de sentiment, de style et d'invention. C'est à lui surtout qu'on pourrait reprocher d'avoir sacrifié l'homme intérieur à l'homme extérieur, le style et l'intrigue aux décors et aux costumes. Nisard lui reproche en outre d'avoir «noyé sa précieuse érudition dans je ne sais quel lavage de petits détails et d'arrangements prétendus dramatiques qui lui ont ôté son relief d'érudit, en augmentant peut être sa vogue de débitant;» et malheureusement il n'a pas tort.¹⁴

Pero no sería Désiré Nisard el único que le reprocharía a Lacroix el haberse introducido en el terreno de la novela histórica, ya que mucho más contundente sería la opinión de un importante teórico de finales del XIX

qui le tue, lui qui meurt à la fin du livre. «Caillette, pauvre cher fol,» dit François I^{er} en essayant deux larmes sur ses joues, «pauvre fol d'amour: il y a des larmes dans cette mort».

¹⁴ M. de Lasicotière: *Mémoire sur le roman historique. Présenté au Congrès Scientifique de France, tenu au Mans, en septembre 1839*. Mans: Imprimerie-Librairie de Ch. Richelet, 1839, p. 45. La opinión que cita Lasicotière, del político, escritor y crítico literario Désiré Nisard (1806-1888), es de su obra: *Essai sur la littérature anglaise et considérations sur le génie des hommes, des temps et des révolutions*. Paris: Furne et Charles Gosselin, éditeurs, 1836, tome II, p. 334.

respecto de la evolución de la novela histórica en Francia, como se deduce por la siguiente cita:

Pour achever de déconsidérer un genre hier encore glorieux et respecté, il ne fallait plus qu'ajouter l'obscénité à la violence. Le bibliophile Jacob, Roger de Beauvoir, Regnier-Destourbet, et tous enfin, étalèrent à qui mieux mieux, et presque d'un bout à l'autre de leurs prétendus romans historiques, les plus répugnantes indécences. «Le latin dans les mots brave l'honnêteté»: le vieux français aussi, et l'obscénité passe à la faveur de l'archaïsme. Quelques-uns s'établirent tout à leur aise dans la langue de Rabelais. Et c'est ainsi que le genre cher à Walter Scott, à Walter Scott, le plus scrupuleux, le plus chaste des romanciers et qui regretta toujours quelques touches un peu chaudes dans le portrait d'Effie, - sombrait dans le dégoût, au milieu des protestations indignées qui ne se firent pas attendre.¹⁵

De la misma época, una obra tan prestigiosa como la del historiador de literatura Eugene Gilbert: Eugène Gilbert: *Le roman en France pendant le XIX^e siècle*, en su segunda parte dedica un apartado (capítulo II) al "Roman historique":

La première tentative de roman historique, en France, à cette époque, fut le *Cinq-Mars* d'Alfred de Vigny. *La Chronique du règne de Charles IX* de Mérimée, *Notre-Dame de Paris* de V. Hugo, quelques œuvres de P. Lacroix ou de Roger, divers contes de Nodier, *les Chouans* de Balzac, le *Don Alonzo* de Salvandy, et les baroques élucubrations du vicomte d'Arincourt vinrent à la suite. Puis apparurent les innombrables romans d'Alexandre Dumas et de son école, qui inoculèrent à ce genre la fantaisie, l'imagination riche jusqu'au dévergondage, et même l'invraisemblance.

Nous pourrions rattacher encore au roman historique *Stello et les Servitude et grandeur militaires* d'A. de Vigny.

¹⁵ La cita es de la conocida obra de Louis Maigron: *Le Roman historique à l'Époque Romantique. Essai sur l'influence de Walter Scott*. Paris: Hachette, 1898 (rééd. Honoré Champion, 1912), p. 185.

Mais, ces nouvelles étant plutôt guidées par une pensée philosophique, contenant la quintessence des idées et des croyances du poète, nous préférons les joindre au roman personnel.¹⁶

Sin embargo, el libro del editor científico belga Gilbert ni siquiera dedica unas líneas a nuestro autor, a pesar de analizar minuciosamente autores y novelas francesas de la época en el capítulo II de la Segunda Parte de su obra ("Le Roman historique") *Cinq-Mars* de Vigny, *La Chronique du règne de Charles IX* de Mérimée, *Notre-Dame de Paris* de Victor Hugo y "Le Roman de cape et d'épée" de Alexandre Dumas.

Todas estas opiniones de críticos e historiadores de literatura tenían el terreno abonado en los juicios emitidos por los escritores contemporáneos de Lacroix, que no parecían aprobar la afición del archivero a la creación de novelas, siendo uno de los más decisivos el de Balzac, quien lo catalogaría como "le point culminant de la médiocrité"¹⁷.

No menos sangrante sería la opinión de Flaubert, expresada por medio de sus personajes en su última novela: *Bouvard y Pécuchet* (1880), culmen del ingenio humano por las opiniones emitidas en esta especie de enciclopedia crítica redactada a modo de farsa, y que pretende reunir en un libro todos los conocimientos de la humanidad. En la obra, en el momento en que los dos copistas se dedican a leer novela histórica, citan el nombre del bibliófilo de manera desdeñosa: "La couleur de Frédéric Soulié, comme celle du bibliophile Jacob leur parut insuffisante".¹⁸

El que las opiniones de Balzac y Flaubert influyeran en la crítica de la época y posteriormente es algo que está fuera de toda prueba, si pensamos que se trata de los dos escritores más relevantes en la novela francesa, no

¹⁶ Paris: Librairie Plon, 1896, p. 86 (rééd. Paris: Plon-Nourrit, 1900), el subrayado es mío.

¹⁷ Honoré de Balzac: "Lettre du 29 mai 1833 (à Madame Hanska)", *Lettres à Madame Hanska*, éd. par Roger Pierrot. Paris: Laffont, 1990, t. I, p. 41.

¹⁸ Gustave Flaubert: *Bouvard et Pécuchet* (1880), éd. par Claudine. Gothot-Mersch, Paris: Gallimard, 1979, p. 202. El citar a Jacob junto a Soulié se debe a que sus relatos históricos rivalizaron. Frédéric Soulié (1800-1847) es un escritor hoy muy poco leído actualmente, pero que en su época no dejaba a nadie indiferente: su obra irrita o seduce, pudiéndosele achacar sobre todo su falta de corrección y revisión; pero en cuanto a creación, invención, estudio de caracteres, disposición de la trama y combinación de efectos nadie llega a su altura, logrando con ello atrapar a su lector desde la primera línea.

sólo en el siglo XIX, sino posiblemente en todas las épocas: uno poseedor de una imaginación fabulosa, que lo lleva a transcribir fielmente las “incidencias” de la sociedad de su tiempo; el otro, Flaubert, dueño de un estilo de escritura prácticamente perfecto.¹⁹ La influencia de los dos en la vida literaria de la época sería tenida muy en cuenta para los posteriores juicios de la crítica.

Un amplio fragmento de una especie de ensayo-prólogo a sus obras, nos da una idea muy aproximada de los materiales históricos y narrativos que Lacroix tenía en cuenta para redactar sus relatos:

L'HISTOIRE ET LE ROMAN HISTORIQUE

1^{er} novembre 1833

Fréquentez-vous les bouquinistes? C'est là que **se** trouve la meilleure société; aristocratie de naissance, aristocratie de fortune, aristocrate de talent, toutes trois **se** coudoyant de bonne intelligence: car il est difficile de passer trois de front dans une boutique de vieux livres, **et** il faut acquérir une adresse de mouvements toute bibliognostrique pour circuler entre les ruines pendantes des volumes empilés. Le moindre choc, le moindre souille peut écraser l'imprudent sous un amas d'in-folio, sous un déluge de poussière. Ou dirait une image des catacombes de Rome, où le seul ébranlement de l'air détermine la chute d'une voûte. [...].

Un jour, en furetant parmi la bouquinaille de Guillemot, je découvris une *Cosmographie universelle* de Belleforêt, ouvrage assez rare **et** peu estimé, quoique l'original Munster le soit beaucoup, **et** quoique le traducteur vaille dix fois mieux que le cosmographe latin, qu'il a considérablement amélioré par d'excellens Mémoires relatifs à la France. À côté des trois volumes in folio reposait une petite édition des *Antiquités des villes et châteaux de France*, par André Duchêne, ouvrage très connu, mais estimé aussi mal à propos que les *Essais sur*

¹⁹ Parece ser que corrigió 19 veces su *Madame Bovary*, hasta llegar a estar satisfecho de su resultado final.

Paris de Sainte-Foix, l'*Histoire de France* d'Anquetil **et** nombre d'autres livres usuels dont la réputation est faite **et** appuyée sur la base de vingt éditions. Je feignis de vouloir acheter les deux in-douze de Duchêne, **et** j'en demandai le prix. [...].

—Monsieur, me dit en s'approchant avec intérêt le nouvel auditeur que je m'étais fait par la chaleur **et** la conviction de mes paroles, monsieur, êtes-vous historien?

—Non, monsieur, repris-je froidement, je suis romancier.

Cette réponse, qui désenchanta mon homme, brisa en deux son sourire **et** glaça la familiarité de confrère qu'il m'exprimait déjà du regard; j'examinai ce questionneur de manière à le juger physiologiquement: c'était un vieillard poudré à blanc, comme je l'avais remarqué sans pouvoir deviner à quelle classe il appartenait, car J. B. Thiers, docteur en théologie **et** curé de Vibraie, a omis la définition des genres dans son *Traité des perruques*. Cependant, à voir le correct arrangement de cette chevelure postiche, le costume propre **et** symétrisé du porteur d'icelle, sa cravate bien blanche **et** bien nouée, son chapeau lissé à la brosse, son habit râpé, mais le plus soigneusement du monde, ses bottes lustrées sans une tache de bouc, on pouvait **se** faire idée d'un caractère froid, positif comme une date, régulier comme le front de bataille d'une bibliothèque; sa figure était à l'avenant, grave plutôt que sévère, inerte plutôt qu'immobile, jaune plutôt que pâle: il n'avait guère que trois ordres à sa boutonnière, **et** probablement pas moins de vingt brevets de sociétés savantes dans son portefeuille.

—Monsieur, lui dis-je piqué de l'accueil assez peu flatteur qu'il faisait à ma réponse, vous n'êtes pas romancier?

—Assurément, non, monsieur, reprit-il piqué à son tour **et** rougissant comme une rubrique d'ancien livre de droit; j'ai l'honneur d'être historien, **et** vous annonciez assez de connaissances pour me sembler digne de l'être.

—Je vous remercie de l'éloge, monsieur, repartis-je décidé à rompre une lance en faveur du roman historique; mais j'y serais plus sensible, si je n'avais la faiblesse de mettre sur la même ligne l'historien **et** le romancier. Peut-être donnerais-je la préférence à celui-ci, depuis que Walter Scott, Manzoni, Victor Hugo ont composé *Notre-Dame de Paris*, *les Fiancés* **et** *Quentin Durward*.

—Quelle hérésie, monsieur! s'écria l'historien blessé au vif dans sa propre estime; vous n'oseriez soutenir ce monstrueux paradoxe.

—Je l'oserais, **et** ne désespérerais pas d'y réussir, si je ne craignais d'être aussi imperturbablement ennuyeux que le père Lebossu dans son *Traité du poème épique*. Avez-vous jamais lu des **romans historiques**?

—Oui **et** non, monsieur; j'en ai lu comme des journaux, comme des brochures, comme tout ce qu'on oublie d'une heure à l'autre. Que reste-t-il aujourd'hui des célèbres **romans** de d'Urfé, de la Calprenède **et** de Scudery? c'est à peine si on relit ceux de Voltaire **et** de Marivaux. On cite beaucoup *Tom Jones* **et** *Clarisse*, on les admire sur parole; les enfans aiment *Gulliver*, les écoliers *Faublas*, les femmes *la Nouvelle Héloïse*, les hommes *Gil Blas*, voilà tout; Anne Radcliffe est à présent où est madame de Genlis; j'ai entendu vanter quelque part un M. Paul de Kock, qui écrit des gaudrioles: cela est bon pour le peuple le plus gai **et** le plus léger.

—Je ne défendrai ni M. Paul de Kock ni madame de Genlis, quoique celle-ci ait publié des romans presque aussi historiques que ses Mémoires, ni Anne Radcliffe, ni même mademoiselle de Scudery, malgré mon dévouement à la cause des dames; je ne me ferai pas non plus le panégyriste des romans de mœurs, qui suppléent à la comédie et complètent l'œuvre morale du théâtre. Les romans de Jean-Jacques Rousseau, de Lesage, de Louvet, sont d'admirables peintures des vices de l'homme et de la société, de même que les pièces de

Molière et de Beaumarchais. La littérature actuelle produit encore des ouvrages du plus haut mérite dans ce genre, et le nom de roman, qu'on avait l'habitude de donner à des élucubrations triviales ou absurdes, mal digérées et plus mal écrites, s'applique aux productions vraiment remarquables de notre époque. Ainsi, pour choisir un exemple qui touche à mes sympathies les plus chères et les plus fraternelles, je nommerai avec orgueil, entre les noms de Janin, de Dumas et d'Eugène Sue, mon ami Jules Lacroix, qui n'a encore fait qu'un roman, *Une Grossesse*, et qui a pris son rang par ce livre de drame, de pensée et de style. Le roman n'est qu'une forme multiple qui se prête à tous les caprices de l'imagination, à toutes les ressources du talent: dans le roman se sont fondus tous les genres, comme dans un creuset les métaux qui s'allient pour créer le bronze; le roman réunit la tragédie et la comédie, la satire et l'épique, la philosophie et la science, l'épopée et l'histoire...

—L'histoire, monsieur! l'histoire en roman! A mon tour, je vous demanderai si vous savez bien ce que c'est que l'histoire?

—Nous pourrions nous dire l'un à l'autre: «Vous êtes orfèvre, monsieur Josse!» Toutefois, je vous répondrai naïvement que je fais de l'histoire dans mes romans, comme Varillas faisait du roman dans ses histoires. L'histoire, à votre sens, consiste-t-elle dans l'Art de vérifier les dates? N'y a-t-il qu'une manière d'être historien, en renchérissant de sécheresse, mais aussi d'exactitude, sur les Mabillon, les Baluze, les Clément? En un mot, la dissertation **et** la chronologie, est-ce là toute l'histoire? autant vaudrait réduire à l'anatomie la connaissance des hommes! L'histoire peut être, ce me semble, divisée en trois classes, qui **se** subdivisent elles-mêmes en autant d'espèces qu'il y a de variétés d'esprit: l'histoire mathématique, l'histoire abstraite ou problématique, l'histoire pittoresque; la première appartient au bénédictin, qui veut des chartes **et** les hiéroglyphes de la diplomatique; la seconde au rhéteur, qui veut des systèmes; la troisième au peintre **et** au

poète, qui veulent des couleurs **et** des tableaux. Je me range dans cette dernière classe, la plus riche **et** la plus brillante des trois, quoique à la tête des deux autres **se** présentent les noms de Vignier, de Labbe **et** de la grande congrégation de Saint-Maur d'une part, **et** d'autre part ceux de Bossuet, de Voltaire **et** de Guizot. L'histoire pittoresque, qui descend de Grégoire de Tours, du moine de Saint-Gall, de Joinville, de Froissard, de Monstrelet **et** des chroniqueurs du quinzième siècle, est arrivée à Thierry **et** à Walter Scott...

—Walter Scott! voilà l'iconoclaste, le Calvin de l'histoire! il a gâté le public en l'amusant. L'instruction n'est pas une chose divertissante, **et** j'approuverais la fantasque inspiration qui a rimé le Code civil, plutôt que de tolérer les oripeaux dont vous affublez l'histoire. S'il ne faut qu'une définition, écoutez la mienne: l'histoire doit être nue comme la vérité ou comme les personnages des compositions de David. Ce célèbre génie avait compris que c'était salir la toile que d'y admettre la représentation des costumes, **et** d'y donner, par exemple, à une botte autant de place qu'à une tête académique, il en est de même pour l'histoire, dans laquelle votre pittoresque est un ornement étranger **et** superflu. [...].

—Je devrais vous démontrer d'abord que l'histoire pittoresque n'est autre chose que le roman, c'est-à-dire la représentation mobile **et** dramatique des passions humaines en jeu sur une scène plus ou moins vaste; il suffirait de prendre en main deux ou trois ouvrages anciens **et** modernes, la moindre chronique de saint ou de ville, la vie du maréchal de Boucicaut, celle de Jeanne d'Arc, celle de du Guesclin, celle de Bayard, **et** tant d'autres histoires qui rivalisent d'intérêt avec les **romans** les mieux imaginés; je n'aurais qu'à citer un livre nouveau qui a déjà toute l'autorité d'un vieux, *l'Histoire de Charles-Édouard*, véritable roman historique, selon les exigences de l'histoire la plus fidèle, touchant **et** pathétique récit d'aventures extraordinaires que

n'eussent pas dédaignées Amadis des Gaules ou Palmerin d'Angleterre. Lisez, monsieur, cette excellente histoire, qui plaide si fort en faveur du roman historique; lisez aussi *Quentin Durward* et tout Walter Scott, qui a raccommo­dé le public avec l'histoire. Le roman historique, tel que je l'entends, tel que l'entendait Walter Scott, mon maître, est un enfant du dix-neuvième siècle, enfant robuste et vivace, à la naissance duquel n'ont contribué en rien ni mademoiselle de La Force, ni mademoiselle de Lussan, ni madame de Genlis, ni les cotillons littéraires de l'autre siècle: le breton Lesconvel, dans ses petits in-douze, intitulés *Nouvelles historiques*, est aussi étranger que Baculard d'Arnaud, le sentimentaliste, à l'origine d'un genre mitoyen de l'histoire. On peut dire que le roman historique national existait en germe dans les travaux du marquis de Paulmy, de Legrand d'Aussy et de Lacurne de Sainte-Palaye. Dès lors, Sauvigny, traducteur incolore de Grégoire de Tours et de Sidoine Apollinaire, tenta un essai qui réussit, les *Amours de Pierre-le-Long* et de *Blanche Bazu*. Tressan imita et châtra nos romans de chevalerie, qui lui durent pourtant d'être connus. La tendance du goût était si manifeste, que Velly, Villaret et Garnier, dans leur *Histoire de France*, ont tâché de mêler à leur rhétorique cette couleur locale puisée dans les contemporains, que les historiens philosophiques travaillaient à effacer de plus en plus...

—Ah! monsieur, quelle histoire que celle des vieux romans de chevalerie! qu'aurait dit de cette hérésie le père Griffet, auteur du *Traité des différentes sortes de preuves qui servent à établir la vérité de l'histoire*?

—La lettre tue et l'esprit vivifie, c'est parole d'Évangile et de chroniqueur: outre la vérité des faits, n'est-il pas une autre vérité relative non moins importante? parce que les faits se ressemblent, toutes les époques se ressemblent-elles? Les événements qui composent l'histoire ne varient que par leur caractère: une guerre, une bataille, une révolte, un traité de paix seront partout

identiques, si l'on ne fait ressortir les contrastes qui les différencient à l'infini. C'est en cela que les romans de chevalerie sont précieux pour l'histoire; ils faussent ou négligent l'ordonnance matérielle des faits, mais ils sont l'expression particulière du temps qui les a produits; ils offrent une image des mœurs, des usages, de la vie privée **et** publique de nos ancêtres, cette précieuse partie de l'histoire oubliée ou dédaignée jusqu'à présent, comme si elle n'était pas la chair qui couvre les os **et** l'épiderme qui couvre la chair! Il me semble que l'histoire est la manière neuve, fertile **et** vraiment logique par laquelle revivent les hommes d'autrefois, résurrection de l'ame **et** du corps dans cette autre vallée de Josaphat.[...].

—Est-ce ma faute si l'histoire **et** le roman historique sont tellement mêlés ensemble que je ne puisse toucher l'un sans l'autre? Quoique la définition soit d'ordinaire le prétexte d'un non-sens phraséologique, je résumerai la mienne selon mes œuvres. Le roman historique ne renverse pas l'histoire pour s'élever à la place

qu'elle occupait; il la respecte au contraire, il la répare, et ne construit que sur les terrains vagues où l'histoire a jeté à peine quelques fondations, étayé quelques murailles, ou seulement apporté quelques pierres; c'est à peu près le travail tic l'artiste qui achève aujourd'hui un monument du moyen-âge et qui suit les errements de son devancier, auquel il s'efforce de s'incorporer si bien, qu'on attribue tout l'œuvre à la même main et à la même époque.

—Quoi! vous avez la prétention de remplir les fréquentes lacunes que Dieu a laissées dans les annales de l'humanité?

—Je ne remplis pas ces lacunes par des théories, mais par des faits homogènes à ceux qui précèdent **et** suivent: ici je devine la cause, là, c'est l'effet; j'invente avec d'autant plus de peine, que toujours il faut *rassortir et recompléter*. Quand on déterra le Laocoon sous des décombres à Rome, au seizième siècle, le groupe était

mutilé; un sculpteur fut chargé de la restauration, **et** eut le bonheur de ne pas gâter le plus beau monument de l'antiquité. Phidias ne reconnaîtrait pas lui-même les traces d'un ciseau étranger.

—En vérité vous avez trop de scrupules pour un romancier! Comment, vous vous piquez d'avoir de la conscience dans un roman?

—Un roman qui me coute plus de travail, **et** souvent exige plus de lectures **et** de notes que bien des histoires! Je vous en fais juge: prenez une histoire de France, la meilleure même, celle du père Daniel, cherchez-y de notables différences, outre le matériel des faits, dans deux règnes différens placés aux deux extrémités de la monarchie. Les faits dans l'histoire sont le dessin, une esquisse correcte **et** arrêtée, si vous voulez; mais où est la couleur sinon l'esprit d'une époque? **et** cet esprit, chose indéfinissable, **se** compose de mille détails oiseux en apparence, de mille riens fort important par leur réunion: tels les grains de sable de la mer. Le père Daniel mériterait moins que les autres historiens le reproche que je leur adresse; car il a relaté les principaux usages de chaque règne, **et** il est descendu quelquefois, pour ainsi dire, dans les *petits appartemens* de l'histoire: chez lui pourtant les *ministres* de Clovis ressemblent à ceux de Henri IV, la première race n'a pas un caractère bien distinct de la troisième, le Paris du huitième, siècle est, à coup sur, le Paris du siècle de Colbert, les relations entre les rois francs oui l'air d'être réglées par le cabinet de Riswick, les guerres de Charlemagne sont modelées d'après celles de Louis-le-Grand, en un mot le temps moderne **se** reflète à chaque page dans les temps moyens. Ces historiens, y compris Daniel, semblent fuir les termes techniques, **et** il arrive de cette absence habituelle du mot propre, que les contemporains de saint Louis ou de Dagobert **se** présentent vêtus, meublés **et** armés comme nous: s'agit-il de l'oriflamme dans les croisades, on dirait le drapeau tricolore de la République une **et** indivisible, sinon la cornette du

régiment de Champagne; s'agit-il d'une chaire ou d'une table au douzième siècle, on dirait un fauteuil à la Voltaire **et** un bureau à la Tronchin, sinon des meubles de Boule; s'agit-il enfin d'un pourpoint, d'une cotte hardie ou d'un chaperon, on dirait un chapeau à plumes ou une casquette, une redingote ou un habit à la Robespierre. Ces observations peuvent s'étendre à l'infini, **se** renouveler à chaque page; elles sembleront d'abord mesquines, tyranniques, ridicules, **et** bientôt on s'apercevra qu'elles sont graves, rationnelles, capitales, on verra que toutes les connaissances en faisceau doivent servir de base à l'histoire de même qu'au roman historique; autrement on bâtit dans le vide.[...].

—Ces connaissances **se** bornent au grec **et** au latin, parce que nombre d'ouvrages à consulter sont écrits en ces deux langues. Le latin surtout est indispensable, pour les chroniques **et** les diplômes. Mais je ne vois pas de quelles connaissances vous voulez parler, si ce n'est l'art du tailleur, de l'ébéniste, de l'armurier, enfin un abrégé de l'Encyclopédie?

—Ne riez pas: l'historien ou le romancier, comme je l'entends, doit avoir une teinture de toutes les sciences, teinture légère, il est vrai, mais suffisante pour une appréciation vraie des choses, **et** comme préliminaire d'une étude plus approfondie; car toutes les sciences, les plus abstraites **et** les plus étrangères, ont leur place dans l'histoire ou dans le roman. Il n'est pas jusqu'à l'astrologie, jusqu'à l'alchimie, jusqu'à la chiromancie, qu'il ne faille avoir effleurées! Dieu me garde d'oser prétendre à cette universalité de savoir qui ferait ma joie, **et** qui est hors de la portée de ma mémoire! Cependant j'y supplée de mon mieux avec les livres, **et** j'aime à me bien représenter moi-même **et** à toucher du doigt les objets que l'histoire et le roman font surgir devant une recherche intelligente; partant j'aime à les décrire **et** à les montrer tels que je les ai vus. Voilà comme le détail me conduit par degrés à l'ensemble; je façonne chaque pierre une à une pour ériger le monument.

—Vous m'étonnez de plus en plus, monsieur. Eh quoi! pour être romancier il faut être archéologue, alchimiste, philologue, linguiste, peintre, architecte, financier, géographe, théologien, que sais-je? *abstracteur de quintessence* de l'Académie des inscriptions et belles-lettres?

—Ne voyez-vous pas l'Académie descendre dans la lice du roman et rompre une lance pour les beaux yeux de la cruelle Renommée? c'est une sorte de chevalerie que la manie dos **romans**, mais les académiciens ne sont plus solides sur les arçons. Voltaire jugeait du mérite d'un ouvrage par le nombre des traductions; voyez nos romans traduits et retraduits on Allemagne, en Angleterre et jusqu'en Russie. Les étrangers ont-ils tort ou raison?

—Il ne m'appartient pas de casser les arrêts du public; mais vous m'avez presque tenté de devenir romancier aussi.

—Pourquoi pas? Si vous êtes historien, il ne vous faut guère de plus que de l'imagination.

—De bonne foi, vous pensez que le romancier peut devenir l'historien?

—S'il met un mors et une bride à cette fougueuse cavale d'imagination. Quelquefois d'ailleurs il est historien sans sortir de sa sphère de romancier. Ainsi la conspiration de Mallet, mise en scène par mon vieil ami M. Dufongerais, est plus belle dans ce petit cadre que l'histoire n'aurait pu la faire en la peignant à larges traits. Une eau-forte de Rembrandt a un prix duquel n'approchent pas les grandes gravures de l'école de Borne. M. Dufongerais égale les premiers historiens.

—On sera bien surpris, bien scandalisé, je ferai un roman, afin de montrer... que j'ai tout ce qu'il faut pour cela; les romanciers feront de l'histoire à leur tour. Mais donnez-moi un spécimen de votre manière de travailler

et de cette exactitude historique dont vous vous vantez...²⁰

Conclusión

Hombre culto, lector empedernido y constante, al que se ha calificado con los apelativos de “homme-livre du XIX^e siècle” y “roman-histoire du XIX^e siècle”,²¹ tras una etapa de menosprecio y desdén hacia su figura, los estudiosos actuales de su obra tratan de situar al personaje y su obra en el punto justo; a este respecto, y teniendo en cuenta la admirable capacidad de síntesis que poseen los profesores y académicos franceses, nadie mejor que uno de ellos para explicar la importancia del personaje y la significación de sus narraciones históricas:

De nos jours, ce sont plutôt les pratiques érudites et bibliophiliques de Paul Lacroix qui retiennent l’attention; il faut bien avouer que ses œuvres littéraires sont fort oubliées. Et pourtant, sans préjuger de leur valeur, il est incontestable qu’elles ont compté en leur temps. [...].

C’est surtout par ses romans historiques qu’il s’est distingué. Il les publie tout d’abord chez Eugène Renduel, qui a fait ses armes sous la Restauration auprès du libéral Touquet, et qui a été associé dans les années 1830 à la mode romantique –il édite alors Hugo, Sue, Nodier, Musset, Soulié, Gautier. Avant les cycles de Dumas qui paraissent la décennie suivante, les romans de Paul Lacroix dessinent, dans les années 1830, une fresque historique, ainsi que l’attestent les sous-titres des romans suivants: *Les Deux Fous, histoire du temps de François I^{er}, 1524* (1830), *Le Roi des ribauds, histoire du temps de Louis XII, 1514* (1831), *La Danse macabre, histoire du temps de Charles VII, 1437* (1832), *Les Francs-Taupins, histoire du temps de Charles VII, 1440* (1834), *Pignerol*,

²⁰ *Romans relatifs à l’Histoire de France aux XV^e et XVI^e siècles*, par Paul L. Jacob, Bibliophile. Paris: Auguste Desrez, Imprimeur-Éditeur, 1838, pp. I-VI. Los subrayados son míos.

²¹ Las denominaciones provienen de una de las mejores especialistas en la obra de Paul Lacroix, la “professeure (catedrática) de littérature française du XIX^e siècle” de la Universidad de Orléans.

histoire du temps de Louis XIV, 1680 (1836), La Folle d'Orléans, histoire du temps de Louis XIV, 1692 (1836), La Sœur du Maugrabin, histoire du temps de Henri IV, 1606 (1838), La Chambre des poisons, histoire du temps de Louis XIV, 1712 (1839) –et il y a encore quelques romans au début des années 1840.

La reprise de la locution «histoire du temps», suivie du nom d'un roi et d'une date, sans tisser une continuité chronologique, ni dresser un panorama systématique des temps passés, témoigne d'un désir de relier ces œuvres entre elles, et d'occuper, pour ainsi dire, le terrain du roman historique –voire de l'histoire: dès la préface des *Deux Fous*, Lacroix évoque «cette série de romans-histoires» qu'il s'apprête à publier les années suivantes, expression qui, au rebours de l'appellation commune «roman historique», manifeste le désir d'outrepasser les bornes du seul territoire romanesque. En 1841, à l'ouverture du roman *Le Chevalier de Chaville*, une page de l'éditeur Dumont dresse la liste des «romans-histoires» déjà parus, par ordre chronologique de la fiction, avec, cette fois, la date placée en tête du titre.

L'ambition de Lacroix est donc double: constituer une fresque historique, et faire du roman historique une écriture légitime de l'histoire. L'expression de «romans-histoires», avec ce trait d'union qui accole les termes sans les hiérarchiser syntaxiquement, place le genre romanesque au niveau même de l'histoire, en une relation dont on ne sait d'ailleurs si elle est d'égalité ou d'équivalence. Tout l'argumentaire de Lacroix vise à gommer la frontière entre le roman historique et l'historiographie. Il rythme ses préfaces: «Voici un livre où l'histoire est tellement incorporée dans le roman, et le roman dans l'histoire, que moi-même je n'oserais distinguer la part du vrai et du faux. Ce n'est pas de l'histoire; est-ce du roman?»; «est-ce ma faute si l'histoire et le roman historique sont tellement mêlés ensemble que je ne puisse toucher l'un sans l'autre?»; «Le roman

est souvent de l'histoire, comme l'histoire peut être du roman.»²²

La cita ya nos pone sobre la pista del exceso de documentación del que se rodeaba el autor para construir su obra, llegando la mayor parte de las veces a convertirse en una lectura farragosa e inútil para el lector, abrumado por la multitud de información.

Por lo que concierne a la influencia o difusión del autor en España, sus novelas históricas no correrían la misma suerte entre nosotros que, por ejemplo, las de una antecedente suya que cultivaba el género histórico, Mme de Genlis, a la que el prestigioso bibliógrafo de traductores Fernández Montesinos en su conocido manual dedica tres páginas y 26 entradas para las obras traducidas de Mme de Genlis entre 1785 y 1850²³. Por el contrario, el espacio asignado a Lacroix se limita a tres referencias:

- 1838-1839. *Los dos bufones*, historia del tiempo de Francisco I..., Madrid, S.Albert, 2 vols.
- 1846. *Claudio Lepetit y su mono...*, trad. Por D. J. N. E., Cádiz, Núñez y Arjona, 2 vols.
- 1848. *Piñerol*, historia del tiempo de Luis XIV, año de 1680..., Madrid, Gil, 2 vols.²⁴

De *Los dos bufones* y *Piñerol* no figura en los libros el nombre del traductor. Las iniciales del traductor de *Claudio Lepetit y su mono* corresponden a Don Juan Nicolás Enrile, perteneciente a una familia gaditana noble de marinos emparentada con la nobleza francesa y con marinos genoveses.²⁵

Referencias bibliográficas

Déruelle, Aude: "Romans historiques et romans de mœurs chez le bibliophile Jacob", *Littératures*, 75, 2016, pp. 113-124.

²² Aude Déruelle, "Romans historiques et romans de mœurs chez le bibliophile Jacob", *Littératures*, 75, 2016, pp. 113-124.

²³ José F. Montesinos: *Introducción a una historia de la novela en España en el siglo XIX. Seguida del esbozo de una bibliografía española de traducciones de novelas (1800-1850)*, Madrid, Editorial Castalia, 4.ª ed. 1982 (1955), pp. 198-200.

²⁴ *Op. cit.*, p. 203.

²⁵ Cf. la nota 74 de "Pliegos de cordel, Bernardo Núñez, impresor popular y su *Gerineldo* de El Puerto de Santa María".

- Flaubert, Gustave: *Bouvard et Pécuchet* (1880), éd. par Claudine. Gothot-Mersch, Paris: Gallimard, 1979.
- García Calderón, Ángeles y Martínez Ojeda, Beatriz: *Mme de Genlis y el relato histórico de finales del XVIII-principios del XIX. "La jeune pénitente"*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, 2013.
- Gilbert, Eugène: *Le roman en France pendant le XIXe Siècle*, Paris: Librairie Plon, 1896.
- Lacroix, Paul: *Romans relatifs à l'Histoire de France aux XVe et XVIe siècles*, Paris: Auguste Desrez, Imprimeur-Éditeur, 1838.
- LasicotiÈre, M. de: *Mémoire sur le roman historique. Présenté au Congrès Scientifique de France, tenu au Mans, en septembre 1839*. Mans: Imprimerie-Librairie de Ch. Richelet, 1839.
- Maigron, Louis: *Le Roman historique à l'Époque Romantique. Essai sur l'influence de Walter Scott*. Paris: Hachette, 1898 (rééd. Honoré Champion, 1912)
- Montesinos, José F.: *Introducción a una historia de la novela en España en el siglo XIX. Seguida del esbozo de una bibliografía española de traducciones de novelas (1800-1850)*, Madrid, Editorial Castalia, 4.^a ed. 1982 (1955).
- Revue des Romans. Recueils d'analyses raisonnées des productions remarquables des plus célèbres romanciers français et étrangers*, par Eusèbe G**** Tome Second. Paris: Librairie de Firmin Didot Frères, 1838.
- Traité élémentaire du genre épistolaire, de l'apologue et de la narration, à l'usage de MM. Les Humanistes du Collège Royale de Limoges*. Limoges: Léonard Barbou, 1780.
- Zellers, Guillermo: *La novela histórica en España, 1828-1850*, Florida Southern College. New York, Instituto de las Españas en los Estados Unidos, 1938.

LA COMPLEJIDAD DE LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS TURÍSTICOS EN LOS BINOMIOS FRANCÉS-ESPAÑOL E INGLÉS-ESPAÑOL

CRISTINA HUERTAS ABRIL / JOSÉ MARÍA CASTELLANO MARTÍNEZ
Universidad de Córdoba / Universidad Loyola Andalucía
l52huabc@uco.es / josemaria.castellano@gmail.com

Fecha de recepción: 12.05.2014

Fecha de aceptación: 15.07.2014

Resumen: Este trabajo pretende mostrar las principales dificultades que presenta la traducción de textos turísticos para las combinaciones lingüísticas francés-español e inglés-español. De este modo, podremos presentar una visión global para aproximarnos a la traducción especializada y desarrollar recursos lingüísticos para mejorar los textos meta (TM). Con esta finalidad, en primer lugar mostramos una breve aproximación al concepto de “turismo” y a la heterogeneidad de la traducción turística. A continuación, se aborda un conjunto de consideraciones lingüísticas para este tipo de traducción especializada para las combinaciones francés-español e inglés-español, estudiando aspectos como el orden de los adjetivos, los nuevos anglicismos, las metáforas y metonimias, y las solidaridades léxicas o colocaciones. Finalmente, el trabajo se cierra con una serie de conclusiones.

Palabras clave: traducción turística, variaciones lingüísticas, técnicas de traducción, estrategias, traducción especializada.

Abstract: This paper aims to describe the main difficulties of tourist translation for the linguistic pairs French-Spanish and English-Spanish. The study presents a global perspective to approach specialized translation, as well as to develop linguistic resources to improve the target texts (TTs). As a result, this paper is divided into different sections: firstly, a brief introduction to the concept of ‘tourism’ and the heterogeneity of tourist translation is provided. Secondly, we study a series of linguistic aspects that are important for this type of specialized translation for both French into Spanish and English into Spanish, by analysing aspects including adjectives, new Anglicisms, metaphors and metonymies, and collocations. Finally, some concluding remarks are presented.

Keywords: tourist translation, linguistic variations, translation techniques, strategies, specialized translation.

1. La traducción de textos turísticos: heterogeneidad y relevancia en el contexto global actual

La traducción turística, al igual que ocurre con el propio turismo, son fenómenos de tradición no demasiado extensa. En este sentido, el primer concepto que se delimita en el ámbito internacional es el de "turista", al que la Convención sobre Facilidades Aduaneras para el Turismo celebrada en 1954 en Nueva York define de la siguiente manera:

El término turista designa a toda persona, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión, que entre en el territorio de un Estado Contratante distinto de aquél en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas cuando menos y no más de seis meses, en cualquier periodo de doce meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración.

Resulta especialmente interesante que la orientación práctica de esta definición, destinada a facilitar el tránsito de turistas entre distintos países, provoca que se refiera únicamente al turismo extranjero o internacional (turismo exterior), definición que se vería superada cuando se empieza a diferenciar entre el turismo exterior (que cruza las fronteras de un país) y el turismo interno o doméstico (dentro de las fronteras de su propio país). Sin embargo, se plantean ya entonces las cuestiones que recurrentemente surgirán en cada nuevo intento de definir el turismo: la motivación que alienta su práctica y la limitación temporal de la estancia.

La Ley 48/1963, de 8 de julio, de Competencia en Materia de Turismo, es la que incluye por vez primera en el Ordenamiento español una definición legal del turismo:

Podría partirse de un criterio funcional, de un criterio formal o de un criterio material; parece preferible este último, puesto que la existencia misma del fenómeno turístico, en el que se basan un conjunto de hechos, actos o negocios de todo tipo, permite la tipificación como turísticos de determinados alojamientos, empresas, profesiones o actividades, precisamente por su vinculación decisiva a tal fenómeno, entendiéndose por

tal, a los efectos de esta Ley, el movimiento y estancia de personas fuera de su lugar habitual de trabajo o residencia por motivos diferentes de los profesionales habituales en quien los realiza; del mismo modo se considera actividad turística aquella que la persona física o jurídica, privada o pública, o los órganos de la Administración ejercen, y que de manera directa o indirecta se relacionan con el fenómeno turístico o pueden influir de modo predominante sobre el mismo.

Como puede apreciarse, la Ley de Competencias en Materia de Turismo incluye en el concepto de turismo tanto el viaje (o tránsito) como la permanencia fuera del lugar habitual de residencia o trabajo y sólo excluye, sin hacer referencia a cualquier otra motivación, los viajes y estancias realizados habitualmente como parte de una actividad profesional. Con todo, y de forma prácticamente simultánea en el tiempo, la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales (Roma, 1963), cambiando el término turista por el de visitante, lo definió del siguiente modo: "Persona que visita un país diferente de aquél en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos del de ejercer una ocupación remunerada en el país que visita". Como se aprecia, este concepto de "visitante" incluía, por una parte al turista, como visitante temporal que permanece al menos 24 horas en el país que visita, pudiendo ser diversa la finalidad del viaje.

La definición tal y como se entiende actualmente del concepto de "turismo" de la Organización Mundial del Turismo, principal institución internacional de este ámbito, no se estableció hasta 1991 del siguiente modo:

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.

Si atendemos a todo lo expuesto anteriormente, podemos apreciar que el turismo es un fenómeno sumamente complejo en tanto que presenta aspectos o facetas muy heterogéneas que, como tales, son objeto de investigación y estudio por parte de disciplinas muy diversas: sociología,

economía, derecho, etc. Por consiguiente, podemos considerar que el turismo se plantea como una actividad interlingüística y, como consecuencia, intercultural; que conecta personas y lugares gracias a servicios turísticos de distinta índole en situaciones comunicativas en las que más de una lengua se ve implicada, produciéndose un intercambio cultural de primer orden. Como señalan Cohen y Cooper 1986: 534):

Language barriers are, as everyone knows, an important obstacle to transcultural communication. Tourists are strongly aware of this difficulty, which has important effects on their choice of prospective destinations, their preparations for a trip, the scope and content of their interaction with the locals, and the quality of their experience.

En este contexto, la traducción turística se erige como una herramienta imprescindible para este intercambio e intercultural. Sin embargo, para que esta comunicación se produzca con éxito, el traductor ha de tener en cuenta las similitudes y diferencias existentes entre sus lenguas de trabajo. A continuación, recogemos una serie de consideraciones lingüísticas para los pares de lenguas francés-español e inglés-español, relevantes para la traducción en estas combinaciones.

2. Consideraciones lingüísticas para la traducción de textos turísticos en los binomios francés-español e inglés-español

A continuación analizaremos algunas de las principales dificultades de la traducción turística para el binomio inglés-español: variaciones en el orden de los adjetivos, uso del sustantivo con función de modificador, neologismos en lengua inglesa enfocados a los nuevos tipos de turismo, la traducción de las metáforas y las solidaridades léxicas.

2.1. Variaciones en el orden de los adjetivos calificativos entre las lenguas española, francesa e inglesa

2.1.1. Orden de los adjetivos en lengua española

El español permite cierta flexibilidad en las estructuras sintácticas, no siendo necesario seguir un orden estricto, a diferencia de otras lenguas como el inglés. En el caso de los adjetivos, Alarcos (1998: 81s) señala lo siguiente:

El adjetivo adyacente de un sustantivo puede anteponerse o posponerse a éste. El valor del adjetivo es variable según su posición. Se considera en general que el adjetivo antepuesto (llamado a veces epíteto) revela una intención explicativa, descriptiva, de la realidad sugerida por el sustantivo, y que el pospuesto señala una especificación que restringe la referencia propia del sustantivo. (...) Pero el valor de la anteposición y la posposición del adjetivo depende muchas veces de la intención del hablante más que de criterios objetivos.

Podemos apreciar el uso de los adjetivos antepuestos y de los adjetivos pospuestos en los siguientes ejemplos:

Adjetivos antepuestos	Adjetivos pospuestos
Desde las resplandecientes galerías comerciales de Ciudad del Cabo hasta los remotos asentamientos a orillas del lago Turkana, El libro de África reúne una excelente selección de las vistas, los sonidos y los sabores de este espléndido continente. (<i>Lonely Planet Magazine</i> - España)	Australia es un país enorme , de modo que aquellos que alberguen la idea de acudir a la ópera en Sydney una noche y visitar Cocodrilo Dundee al día siguiente más vale que repasen sus conocimientos de geografía. (<i>Lonely Planet Magazine</i> - España)
La isla de Boavista se ha ganado la fama de cementerio de barcos, debido a su escarpado litoral, que traicionó a cientos de navíos. (<i>Viajes National Geographic</i>)	El archipiélago ofrece amplias opciones al viajero, desde bucear en arrecifes inmaculados a cenar en restaurantes de cocina francesa... (<i>Lonely Planet Magazine</i> - España)

En el caso de descripciones de marcado carácter turístico, la estructura final no afectaría a la estructura de las oraciones ni a las relaciones gramaticales de los elementos que las conforman, aunque la alteración en el orden de los adjetivos de esas secuencias pueda suponer cambios de matiz en el sentido global.

De acuerdo a lo señalado por Alarcos (1998: 84) existen adjetivos que, por tanto, "admiten libertad de posición entre sí y respecto del núcleo sustantivo a que delimitan", mientras que hay otros que "presentan restricciones en cuanto a su posición dentro del grupo (...) que vienen a coincidir con los

denominados determinativos (*estos, aquellas, cuatro, vuestras, muchas, algún, etc.*)”.

2.1.2. Orden de los adjetivos en lengua francesa

En francés, al igual que ocurre en español, el adjetivo calificativo concuerda como norma general en género y número con el nombre o pronombre al que hace referencia. Con respecto a la posición del adjetivo calificativo en la oración, hemos de señalar que puede situarse antes o después del referente (siempre lo más cerca posible de este), si bien, como recogemos a continuación, el valor expresivo es distinto en cada uno de los casos. Así, a continuación establecemos una triple clasificación: adjetivos que han de escribirse después del sustantivo, adjetivos que suelen escribirse antes del sustantivo y adjetivos que pueden situarse antes o después del sustantivo.

a) Adjetivos que han de escribirse después del sustantivo. Podemos encontrar los siguientes casos:

- Adjetivos que hacen referencia a cualidades físicas perceptibles mediante los sentidos (por ejemplo, color, forma, olor, etc.). Ejemplo: “...après une petite promenade le long d'une *boardwalk* (piste surélevée en bois), plongez dans l'**eau fraîche** de la source” (*Voyager aux États Unis*, 2010).
- Adjetivos que hacen referencia a nacionalidad, religión, idioma, etc. Ejemplo: “En prenant pour destination la Floride, vous choisirez non seulement un Etat représentatif de la **culture américaine**, mais vous opterez également pour un séjour tourné vers la nature” (*Voyager aux États Unis*, 2010).
- Adjetivos de origen verbal o sustantivos empleados con valor adjetival. Ejemplo: “Nous avons essayé de limiter le nombre de **villes étapes** pour éviter de changer trop souvent d'hôtel” (*Voyager aux États Unis*, 2010).
- Adjetivos terminados en *-able, -ible, -if, -il* e *-ique*. Ejemplo: “La Floride c'est bien plus que ça, et cet itinéraire se propose de vous ouvrir les portes de la Floride **authentique**, sans rien rater des "must see" habituellement attachés à la Floride des guides **touristiques**” (*Voyager aux États Unis*, 2010).

- Adjetivos que van seguidos de un complemento. Ejemplo: “Pour avoir testé cette solution **facile** à plusieurs reprises sur de longs voyages, nous pouvons attester de l'intérêt manifeste de cet outil de communication” (*Voyager aux États Unis*, 2010).
- Adjetivos polisílabos más largos que los sustantivos. Ejemplo: “Ces parcs **aquatiques** sont spectaculaires tant par la diversité et la qualité de leurs attractions” (*Voyager aux États Unis*, 2010).

b) Adjetivos que suelen escribirse antes del sustantivo. A pesar de que la estructura lógica sea “sustantivo + epíteto”, en ocasiones este orden se altera por cuestiones estéticas. Como señalan Otto y Kordgien (2004: 54):

Se colocan antes del nombre algunos adjetivos, muy usuales, que expresan cualidades muy corrientes y susceptibles (como en español) de tener un carácter afectivo: bon (bueno), mauvais, méchant (malo), nouveau (nuevo), jeune (joven), vieux (viejo), haut (alto), long (largo), gros (grueso), grand (grande), petit (pequeño), beau (hermoso), joli (bonito), villain (feo).

Recogemos a continuación dos ejemplos donde se pone de manifiesto este uso en el que el adjetivo antecede al sustantivo: “Ce sont des hôtels de qualité, avec de **belles** piscines, et petit déjeuner buffet copieux compris pour tout le monde” (*Voyager aux États Unis*, 2010) y “En effet, malgré sa **petite** surface (22ème état des USA par sa taille), la Floride est multiple, tant par la diversité des plages qu'elle propose que par ses activités multiples” (*Voyager aux États Unis*, 2010).

c) Adjetivos que pueden situarse antes o después del sustantivo.

Los adjetivos polisílabos, cuando acompañan a sustantivos también polisílabos, se pueden anteponer o posponer al sustantivo indistintamente. Sin embargo, algunos de estos adjetivos cuando se colocan tras el sustantivo adquieren en francés un matiz de significado diferente; por ejemplo, mientras que la fórmula “une charmante serveuse” se dice por cortesía, la estructura “une serveuse charmante” indica que la camarera era realmente encantadora. En esta misma línea, existen determinados adjetivos que, dependiendo de su posición con respecto al sustantivo, toman una

significación denotativa (al suceder al sustantivo) o connotativa y figurada (cuando preceden al sustantivo); tal sería el caso siguiente:

LO	LM
<i>un vin nouveau</i>	un vino joven, "recién hecho"
<i>un nouveau vin</i>	un vino distinto (en comparación con otro)

A tenor de lo expuesto anteriormente, no cabe duda de que existen notables paralelismos entre las lenguas francesa y española. La mayor dificultad radica, precisamente, en aquellos adjetivos que dependiendo de su posición pueden cambiar su significación, pues no tener en consideración esta característica de la lengua francesa puede dar lugar a errores de traducción.

2.1.3. Orden de los adjetivos en lengua inglesa

A diferencia del español, los adjetivos en lengua inglesa tienen un orden determinado en la estructura de las oraciones como señala Eastwood (1994: 253): "An adjective can go before a noun or as complement after a linking verb such as be, seem, get. These positions are called 'attributive' and 'predicative'"¹. Sin embargo, en este trabajo nos centraremos especialmente en los *attributive adjectives*, la tipología adjetival más compleja de traducir dado el orden que presentan, muy distinto al que tienen los adjetivos en español. Eastwood (1994: 256) resume las características del orden de estos adjetivos del siguiente modo:

When two or more adjectives come before a noun, there is usually a fairly fixed order. The order depends mainly on the meaning, (...) usually come in this order: opinion + size + quality + age + shape + colour + participle forms + origin + material + type + purpose.

Hemos de tener en cuenta que esta norma no es absoluta, pues en ocasiones el orden puede ser diferente debido a que la estructura oracional

¹ Eastwood (1994:253): "These adjectives are in attributive position: Canterbury is a lovely city. I bought a black and white sweater (...). These adjectives are in predicative position: Canterbury is lovely. The sweater was black and white".

inglesa prefiere colocar un adjetivo corto antes que uno más largo, aunque no se respete el orden señalado anteriormente. Por ejemplo en lugar de escribir **a horrible big building* es preferible *a big horrible building*. Lo mismo sucedería con adjetivos de significado similar: en lugar de **a cheerful, bright smile*, el orden debería ser *a bright, cheerful smile*².

Asimismo el traductor deberá tener muy en cuenta que, por lo general, el adjetivo inglés más cercano al nombre tiene la relación de significado más directa con el nombre y expresa la característica más importante de éste.

Hemos de destacar, asimismo, que una característica muy representativa de los sintagmas nominales que incorporan más de un *attributive adjective* en inglés es el uso de la coma, que no se mantendría en español; mientras que en inglés tendríamos *Florence has many attractive, picturesque places*, en español debería traducirse por "Florencia tiene muchos lugares atractivos y pintorescos".

Como puede observarse en el ejemplo anterior y en su correspondiente traducción, no sólo cambia el orden de los adjetivos, pasando por norma general de ir antepuestos en LO a ir pospuestos en LM, sino que también la coma en LO pasa a ser la conjunción copulativa "y" en LM.

2.2. La traducción de nuevos anglicismos: el caso de los nuevos tipos de turismo

El lenguaje turístico pertenece a un ámbito de especialidad que se encuentra en constante evolución debido a las diversas necesidades sociales, llegándose incluso a poder asimilar con el que por antonomasia es el lenguaje creador de neologismos: el de las telecomunicaciones e Internet. A esto hay que añadir la ingente cantidad de recursos lingüísticos que posee la lengua inglesa para la formación de nuevos términos³.

² En algunas ocasiones son posibles dos órdenes diferentes, siempre que los adjetivos se sitúen delante del nombre: *"a peaceful, happy place"* o *"a happy, peaceful place"*.

³ Carter y McCarthy (2007: 930) exponen de manera muy clara y breve los principales mecanismos de formación de palabras de la lengua inglesa: "There are three main types of word formation: derivation: forming words by adding prefixes and suffixes; compounding: combining words to form units of meaning (*car + park = car park, down + load = download*); conversion (*a text → to text: noun → verb*). Other minor word formation processes include: acronym: use of initial letters of a set of words pronounced as a word (*AIDS – acquired immune deficiency syndrome*); blending: combining parts of existing words to form a new word (*smoke+fog=smog; breakfast+lunch=brunch*); clipping: reducing the number of syllables from a word (*ad – advertisement, lab – laboratory*)".

Centraremos este apartado especialmente en los neologismos creados a partir de los nuevos tipos de turismo, que van surgiendo de manera frecuente debido a los recientes cambios producidos en el sector turístico para satisfacer la demanda social de productos mucho más personalizados. Este fenómeno está teniendo un papel tan destacado en el léxico turístico anglófono que desde hace una década se conoce entre los especialistas por *adjectival tourism* o *niche tourism*⁴.

La gran mayoría de estos neologismos en lengua inglesa son creados mediante la composición. Si bien es cierto que la denominación *adjectival tourism* se encuentra considerablemente extendida en la actualidad, desde un punto de vista lingüístico estas composiciones se encuentran formadas por dos sustantivos: el primero con función de modificador, mientras que el segundo sería el núcleo de dicha composición, formando juntos una unidad de significado. La siguiente tabla recoge algunos de los nuevos tipos de turismo dentro del ámbito angloparlante, junto con sus correspondientes propuestas de traducción al español, pues paulatinamente se están extrapolando a otras lenguas resultando imprescindible la actualización de la terminología así como una cierta estandarización de la misma para evitar confusiones en los receptores en la LM, en este caso, el español:

EN	FR	ES
<i>Adjectival/Niche Tourism</i>	<i>Tourisme de niche</i>	Turismo adjetival ⁵
<i>armchair / vicarious tourism</i>	<i>tourisme virtuel</i>	turismo virtual ⁶

⁴ En agosto de 2002 el Parlamento Escocés difundió un informe enfocado hacia el *niche tourism*, junto con propuestas para desarrollar el turismo en Escocia. Resulta interesante la definición propuesta para este término (Enterprise and Lifelong Learning Committee – Scottish Parliament (2002:1)): “What is Niche Tourism? In any market, ‘niche’ is a specific segment, usually with a well-defined product that can be tailored to meet the interests of the customer”.

⁵ Pese a que en español se utilice “nicho de mercado” —“sector de un mercado que no está agotado con los productos o servicios existentes” (Kotler, 2002:144)— como traducción directa del inglés “niche market”, resulta poco recomendable traducir “niche tourism” como “nicho de turismo” debido a los malentendidos que puede ocasionar en la LM; por este motivo, consideramos más apropiada la denominación de “turismo adjetival” para denominar este tipo de turismo.

⁶ Entendiendo virtual en el sentido de la Real Academia de la Lengua Española: “Que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de presente, frecuentemente en oposición a *efectivo* o *real*.” No debe traducirse *armchair tourism*, sin embargo, por “turismo de sofá”, pues es un concepto ya establecido que en español que hace referencia a una realidad completamente

<i>backpack tourism</i>	<i>tourisme de backpackers⁷, routard</i>	turismo de mochileros ⁸
<i>dark tourism⁹</i>	<i>tourisme noir, sombre o macabre, o thanatourisme</i>	turismo negro, de dolor, siniestro ¹⁰
<i>disaster tourism</i>	<i>tourisme de catastrophes¹¹</i>	turismo de desastres
<i>slum tourism</i>	<i>tourisme de pauvreté, de bidonville, o poorism¹²</i>	turismo marginal ¹³
<i>sustainable tourism¹⁴</i>	<i>tourisme responsable o éthique</i>	turismo comprometido o turismo justo
<i>scalpel tourism / tummy tuck travel¹⁵</i>	<i>chirurgie-vacances¹⁶</i>	turismo de bisturí ¹⁷

diferente, como podemos observar en la siguiente descripción que realiza Badosa (2006): “He aquí, pues, que Internet está vehiculando una nueva posibilidad de viaje que a lo mejor llega a rivalizar con los hoteles: el ya llamado «turismo de sofá». Una suerte de turismo, por así decir, que está comenzando a ser conocido también en España, en donde ya son tantísimos los jóvenes poseedores de Internet. En ese artefacto, se encuentra ofertas relativas a eso del sofá. Se trata de alquilar -precios y noches a convenir- el sofá de nuestra casa o de la ajena.” Tampoco sería conveniente traducir *vicarious tourism* como “turismo indirecto”, pues hace alusión a una realidad del ámbito económico.

⁷ En este caso, es frecuente el uso del anglicismo en lengua francesa para esta colocación.

⁸ “Mochilero” es un término recogido por el DRAE (persona que viaja a pie con mochila), por lo que en el sintagma nominal “turismo de mochileros” no se debe destacar con comillas.

⁹ Stone (2006: 145): “Deaths, disasters and atrocities in touristic form are becoming an increasingly pervasive feature within the battlefields of northern France, to visitors purchasing more providing potential spiritual journeys for the tourist who wishes to gaze upon real and recreated death.”

¹⁰ El calco del inglés “turismo oscuro” es poco conveniente, puesto que se puede asimilar, y en algunos casos se hace, con viajar de noche.

¹¹ Mucho menos habitual es el calco del inglés “tourisme de désastres”.

¹² A pesar de que “tourisme de pauvreté” y “tourisme de bidonville” están extendidos en el contexto francófono, también se emplea con cierta frecuencia el xenismo “poorism”.

¹³ Ha de entenderse como un tipo de turismo hacia países en vías de desarrollo con el fin morboso de recrearse en la miseria y pobreza de dichos lugares, y no como un tipo de turismo de bajo coste.

¹⁴ También conocido como “responsible tourism” e incluso como “purposeful tourism”.

¹⁵ Resulta curioso el término inglés “tummy tuck”, muy extendido para este tipo de turismo, pues proviene del *slang* significando “cirugía plástica anti-michelines”.

¹⁶ Mucho más frecuente en francés es la idea de “tourisme médical”; no obstante, resulta interesante el uso de construcciones como “scalpel-safari”.

¹⁷ En el portal web www.turismodebisturi.com se explica muy claramente este tipo de turismo: “El “boom” del (...) turismo de bisturí” hace que miles de personas de diversas nacionalidades viajen al extranjero para, aprovechando unos días de vacaciones, someterse a operaciones de

<i>war / hot-spot tourism</i>	<i>tourisme de guerre</i>	turismo de guerra
-------------------------------	---------------------------	-------------------

Junto con estos ejemplos de neologismos, extendidos recientemente, no podemos olvidar algunos términos de nuevo cuño, bastante representativos de la sociedad actual, creados por combinación o *blending*¹⁸. La tendencia actual es mantener, sin modificación alguna, los términos de la LO en la LM, puesto que responden a nuevas realidades sociales no reflejadas en la LM. Se puede apreciar en la siguiente tabla:

EN		FR	ES
<i>Blending</i>	Palabras de origen		
<i>babymoon</i> ¹⁹	<i>Baby + moon</i>	<i>babymoon</i>	<i>babymoon</i> ²⁰
<i>mancation</i>	<i>man + vacation</i>	<i>mancation</i> o <i>vacances conçues</i> <i>pour les hommes</i>	<i>mancation</i> o vacaciones para hombres ²¹
<i>momcation</i>	<i>mother (mum) +</i> <i>vacation</i>	<i>vacances conçues</i> <i>pour les mères</i> ²²	<i>momcation</i> o vacaciones para madres
<i>staycation</i>	<i>stay + vacation</i>	<i>staycation</i>	quedaciones o quedociones ²³

cirugía plástica de todo tipo". Cabe señalar que no ha de confundirse con el turismo médico, pues el turismo de bisturí hace referencia exclusivamente a operaciones de cirugía plástica.

¹⁸ Gries (2004: 1) define este tipo de formación de palabras en lengua inglesa de la siguiente manera: "Blending is a frequent and productive word-formation process that can be defined as follows: blending involves the coinage of a new lexeme by fusing parts of at least two other source words of which either one is shortened in the fusion and/or where there is some form of phonemic or graphemic overlap of the source words".

¹⁹ Sigue la misma estructura de composición lingüística que "honeymoon".

²⁰ Se trata de un viaje diseñado específicamente para parejas que están a punto de ser padres. Resulta interesante el artículo sobre el *babymoon* publicado en el número de mayo de 2007 de *Travel and Leisure*, titulado "...and baby makes three", dentro de la sección *Travel trends*. En español, se emplea frecuentemente el anglicismo, si bien en algunas revistas de divulgación se ha traducido por "luna de bebé", muy poco extendido y casi ininteligible.

²¹ Aunque existan actualmente diversos sectores del sector turístico que mantienen el original inglés, en español sería conveniente traducirlo o, al menos, ofrecer algún tipo de aclaración hasta que el concepto esté completamente establecido.

²² No tiene equivalente en lengua francesa.

²³ Poco a poco, aunque aún sea un término inestable, se está imponiendo en español el término "quedaciones", con la variante "quedociones", como traducción de "staycation", es decir, la

Esta breve selección, aunque en nuestra opinión considerablemente representativa de los neologismos en lengua inglesa, comprende algunos de los términos nuevos más utilizados en turismo a nivel internacional debido a que la oferta actual hoy es mucho más diversificada, variedad que queda reflejada en el ámbito lingüístico tanto en la LO como en la LM.

2.3. La traducción al español de metáforas y metonimias en el lenguaje turístico francés e inglés

Las figuras retóricas, concretamente el uso de metáforas y metonimias, en el ámbito de los lenguajes especializados sirven habitualmente para la transmisión de un concepto, pues como afirman Barcelona y Rocamora (2000: 20): “la metáfora y la metonimia implican una relación no sólo entre palabras sino también, y especialmente, entre conceptos.” Asimismo, también desempeñan un papel fundamental conseguir su propósito comunicativo básico: la persuasión en el lector. En este sentido, el discurso turístico tiene una serie de rasgos distintivos generales similares en francés, inglés y español.

Sin embargo, en el caso de la metonimia y de la metáfora existen algunas expresiones, en nuestras tres lenguas de trabajo, tan extendidas que se utilizan en numerosas ocasiones sin percatarnos de que su origen fue un recurso literario.

En francés, por citar tan solo un ejemplo, encontramos el caso de las atracciones denominadas *grande-roue*, que literalmente hace referencia a una “rueda grande”; curiosamente, en inglés se mantiene la misma imagen: *big wheel* o *giant Wheel*, dependiendo del tamaño (no obstante, es habitual el uso del epónimo *Ferris wheel* en honor de su creador), mientras que en español el término “noria” para denominar estas atracciones se asimiló a partir de las máquinas hidráulicas para extraer el agua, de manera que en los tres casos el término está asociado a la forma del elemento.

Por otra parte, en inglés podemos citar el ejemplo del verbo *to book*, actualmente entendido como efectuar una reserva, cuyo origen probablemente fueran las anotaciones, según señalan Barcelona y Rocamora (2000: 21):

necesidad de quedarse en casa durante el periodo vacacional por motivos fundamentalmente económicos.

Aunque no hay un estudio profundo sobre el origen y evolución histórica de este significado concreto, podemos estar razonablemente seguros de que, históricamente, todas las reservas se apuntaban en libros de un tipo u otro. (...) Por lo tanto, en este caso podemos apreciar la realización lingüística de una metonimia a nivel conceptual, el libro (el instrumento, o un instrumento implicado en la acción) se usa como vehículo para activar la acción de apuntar un nombre.

Igualmente, podemos encontrar en español un término metafórico muy utilizado: “puente”. El Diccionario de la Real Academia (en adelante, “DRAE”), en su sexta acepción, lo define como: “día o serie de días que entre dos festivos o sumándose a uno festivo se aprovechan para vacación”. En este caso, es evidente su relación con la primera acepción del DRAE, que alude al ámbito de la ingeniería: “construcción de piedra, ladrillo, madera, hierro, hormigón, etc., que se construye y forma sobre los ríos, fosos y otros sitios, para poder pasarlos”.

En estos dos ejemplos encontramos una clara dificultad para su traducción, pues en ambos conceptos la metonimia o la metáfora correspondiente se pierde al trasladarlas desde la LO a la LM. En el caso del verbo inglés to book se traduciría al español como “reservar”, mientras que el español “puente” se traduciría al francés como week-end de vacances o jour férié dependiendo del número de días o de su situación en la semana, mientras que al inglés suele traducirse como bank holiday o public holiday²⁴.

Existen algunas metáforas basadas en los colores que pueden traducirse conservando su origen metafórico. Éste es el caso de “bandera azul”, en inglés *blue flag*, por citar un ejemplo²⁵:

Le **Pavillon Bleu** est un label à forte connotation touristique, symbole d'une qualité environnementale exemplaire.

²⁴ The Scottish Government Publications (2005) distingue entre estos dos conceptos con la siguiente aclaración: “There is no legal or statutory definition of public holiday in the United Kingdom and it is questionable whether public holidays exist in Scotland. The term is often confused with bank holidays. In England and Wales a bank holiday tends automatically to be a public holiday, in that the majority of people have the day off and the day is generally observed as a holiday. In Scotland this is not always the case”.

²⁵ *The Blue Flag Programme* < <http://www.blueflag.org/> > [Consulta: 31 de octubre de 2011]

The **Blue Flag** is a voluntary eco-label awarded to over 3200 beaches and marinas in 37 countries across Europe, South Africa, Morocco, Tunisia, New Zealand, Canada and the Caribbean.

Los criterios para obtener la **Bandera Azul** se agrupan en cuatro áreas: Calidad de las aguas de baño, Información y educación ambiental, Gestión ambiental y Seguridad, servicios e instalaciones.

Sin embargo, no cabe duda de que actualmente las principales fuentes creadoras de metáforas son las guías turísticas y las revistas especializadas en viajes que tanta importancia han adquirido durante los últimos años en el mercado editorial, tanto español como anglófono. Siguiendo la clasificación de los tipos de metáforas establecida por Newmark (1991: 85-95), podríamos decir que en este tipo de publicaciones, la mayoría de las metáforas son "recientes u originales". Esto supone, en palabras de Samaniego Fernández (1996) que:

cuanto más original sea la metáfora, es decir, cuanto más se desvíe de la norma lingüística de la Lengua Meta, más razón habrá para una traducción semántica (que se acerque al Texto Origen) (...) Sin embargo, [Newmark] considera la salvedad que existe cuando las metáforas originales que él denomina "de mejor calidad" contienen un doble significado, como los juegos de palabras, polisemias, etc. En estos casos, a no ser que se tenga la enorme suerte de que exista un equivalente más o menos próximo al original, el traductor se verá obligado a elegir entre traducir la figuración o el juego conceptual, dependiendo siempre de la relevancia relativa que tenga cada elemento en el texto.

Los siguientes ejemplos incluyen metáforas recientes u originales que, además de captar la atención del autor, tienen diversos objetivos, como explicaremos para cada uno de ellos.

En primer lugar, en lengua francesa, recogemos el siguiente ejemplo:

Entre forêt et vallons, la blancheur scintillante du plateau de Beille **vous livrera les secrets** d'une montagne préservée. (Lonely Planet, 2011).

En esta oración, se emplea una personificación de carácter metafórico de la montaña, gracias a la construcción “vous livrera les secrets d’une montagne”, realizando de este modo el carácter mágico y desconocido del entorno de Chioula. Para realizar la traducción al español manteniendo la intencionalidad del original, destacaremos el uso del verbo “revelar”, colocación propia para el sustantivo “secreto”, reflejando de este modo la intención del TO. De igual modo, subrayamos el uso del

Entre bosques y valles, la blancura resplandeciente de la meseta de Beille **os revelará los secretos** de una montaña protegida.²⁶

Para mostrar el uso de la metáfora en lengua inglesa, destacamos el siguiente ejemplo:

To really experience Vienna’s cultural mélange, **you’ll need to attune yourself to the city’s diverse offerings.**
(Gunderson, 2008).

En este caso se emplea un juego de palabras metafórico con el verbo *attune*²⁷, utilizado fundamentalmente en el ámbito musical. Evidentemente, se trata de una alusión cultural a Viena, la capital de la música clásica por excelencia de forma que en la traducción al español habría que mantener ese matiz de significado. Asimismo, la segunda acepción de este verbo hace referencia a *to be responsive* (ser o estar receptivo). Para realizar la traducción al español podemos recurrir al verbo “afinar”, del que entre sus nueve acepciones según el diccionario de la RAE encontramos: “poner en tono justo los instrumentos musicales con arreglo a un diapason o acordarlos bien unos con otros” y “perfeccionar, precisar, dar el último punto a algo”. Si además traducimos el pronombre inglés *yourself* por “tus sentidos” para mantener la expresión fijada en español, también de carácter metafórico, “afinar los sentidos”, reflejaremos de manera fiel la intención del texto en LO:

²⁶ Todas las traducciones son nuestras.

²⁷ *Attune*: 1. to bring into harmony; 2. to make aware or responsive. (“Attune” (2008): En: *Merriam-Webster Online Dictionary*. < <http://www.merriam-webster.com/dictionary/attune> > [Consulta: 2 de noviembre de 2008]).

Para experimentar verdaderamente el crisol cultural de Viena, necesitarás afinar tus sentidos ante las numerosas posibilidades que ofrece la ciudad.

La traducción de las metáforas del lenguaje turístico se complica aún más cuando incluye expresiones idiomáticas, o *idioms*²⁸ en inglés, pues habrá que buscar un equivalente semántico adaptado a la cultura de la LM. Consideremos el siguiente caso:

The spirit of the festival **seeps into every nook and cranny** of this fabulous city and you just have to give in to it. (McGregor, 2008)

El verbo to seep lo define el diccionario Merriam-Webster (2008) en su primera acepción como “to flow or pass slowly through fine pores or small openings”, mientras que la segunda acepción recoge “to enter or penetrate slowly or to become diffused or spread”. Considerando el contexto de esta oración deberíamos traducirlo por “expandirse”, “extenderse” o incluso “llegar a”, pero nunca como “filtrar”, cuyo significado más cercano al de este texto en LO sería “divulgar indebidamente información secreta o confidencial”. En segundo lugar se plantea la problemática de cómo traducir el idiom “every nook and cranny”, pues no tenemos en español un equivalente exacto y haría que buscar una perífrasis lo más fiel posible al texto en LO:

El espíritu del festival *se extiende por todos los rincones* de esta fantástica ciudad y sólo puedes dejarte llevar.

Como puede observarse con estos ejemplos de metáforas analizados, para la traducción de las metáforas es necesario contar no sólo como un dominio de las dos lenguas de trabajo sino también, y muy especialmente en el caso de los textos de tipo turístico, con un amplio conocimiento cultural.

²⁸ Molina Plaza (2006: 99): “Idioms are fixed in speech and belong to the socio-cultural heritage of a speaking community. They can be subdivided into two big groups, proverbs and formulae. The former have textual autonomy and referential meaning (God helps those who help themselves); the latter lack textual autonomy and occur under certain circumstances and in certain communicative situations (just like that)”.

2.4. Las solidaridades léxicas o colocaciones en lengua inglesa y su equivalencia en francés y en español

Las solidaridades léxicas o colocaciones son relaciones semánticas entre palabras que tienden a aparecer juntas, es decir, a “co-aparecer”, y que, por tanto, se manifiestan en restricciones combinatorias. Salazar, Esteve y Codina (2005) afirman que:

En la tradición lingüística británica se emplea el término *collocation* (que prácticamente ya ha pasado al español como “colocación”) para aludir a la concurrencia, o tendencia que tienen los nombres y los verbos, y los nombres y los adjetivos a “co-aparecer” en las construcciones sintácticas, como por ejemplo ladrar y perro, relinchar y caballo, talar y árbol, etc. En la tradición más española se utilizaban los términos “selecciones léxicas” o “solidaridades léxicas”, acuñados por Eugenio Coseriu, pero al parecer la palabra inglesa está ganando terreno.

Existen cuatro tipos de *collocations* básicas en lengua inglesa que aparecen con bastante frecuencia: el primer tipo consiste en verbos y nombres; el segundo lo conforman adjetivos (incluidos los sustantivos con función modificadora) y nombres, el tercero, verbos y adverbios y el último adverbios y adjetivos. Aunque no es el objetivo de este trabajo examinar todos y cada uno de ellos, cabe al menos enunciarlos para tenerlos en cuenta en el análisis de los ejemplos de solidaridades léxicas en inglés que daremos a continuación.

Aunque en español se tienda a utilizar calcos léxicos y semánticos²⁹ del inglés, que se imponen paulatinamente debido a las numerosas traducciones

²⁹ Cárdenas Molina (1999: 43-45): “El calco léxico presupone la adopción tanto del esquema morfológico cuanto de la motivación semántica del término extranjero. En estos casos se crea siempre un equivalente autóctono sobre la base de una correspondencia léxica extranjera, sin que medie, necesariamente, una relación etimológica directa entre la voz extranjera y su traducción española.” “[El calco semántico] Es el préstamo de un contenido o concepto, total o parcialmente ajeno al universo semántico del vocablo que presenta una similitud formal en la lengua prestataria. Así se originan interferencias entre unidades léxicas que existen en ambas lenguas con significados diferentes: el vocablo autóctono modifica el volumen del concepto que expresa y se produce, bien una fusión del significado autóctono con el adoptado, bien un desplazamiento del primero en favor del segundo.”

directas del inglés, en ocasiones las solidaridades léxicas teniendo un texto con la lengua inglesa como LO pueden presentar ciertas complicaciones para su traducción al español. En este sentido, y como ya se ha dicho anteriormente, el lenguaje del turismo se ve aún más claramente expuesto que otros lenguajes especializados a la influencia de la lengua inglesa debido a los neologismos.

La siguiente tabla muestra una serie de *collocations* en lengua inglesa relacionados con el mundo del turismo, con diversos grados de adaptación al traducirlos al español:

EN	FR	ES	Observaciones de las equivalencias
<i>charter flight</i>	<i>vol charter</i>	vuelo chárter	Esta solidaridad léxica es un claro ejemplo de la influencia del inglés, pues al préstamo léxico se une el uso de un anglicismo (adaptado a las características ortográficas de la lengua española).
<i>low-cost airline</i>	<i>compagnies à bas prix</i>	aerolínea de bajo coste	Solidaridad léxica que se mantiene en francés y en español con los calcos léxico (debido a la estructura sintáctica del término en LM) y semántico (se actualiza el significado de “bas prix” / “bajo coste” aludiendo a una realidad muy concreta actual).
<i>inbound flight</i>	<i>vol retour</i>	vuelo entrante	Ha de conocerse el término establecido en la LM para hacer una traducción correcta. Por este motivo, aunque <i>inbound</i> se pueda traducir por “dentro de los límites” y, por tanto, se pueda pensar que es un vuelo de carácter nacional, en verdad se trata de un vuelo

			entrante, ya sea nacional o internacional.
<i>travel insurance</i>	<i>assurance-voyage</i>	seguro de viajes	En francés, se ha de destacar la unión mediante el guion de dos sustantivos, al igual que señalar que tiene género femenino. En español, ha de añadirse la preposición “de” en la traducción al español, aunque se mantiene igual el calco y la solidaridad léxica.
<i>all-inclusive tour</i>	<i>voyage à forfait</i>	viaje todo incluido	En francés, se emplea el término “forfait”, evitando el calco del inglés. Sin embargo, en español, la solidaridad léxica “todo incluido” es bastante frecuente, por lo que sería incorrecto un calco exacto del inglés como por ejemplo “*viaje inclusivo”. Se ha de traducir, por tanto, como “viaje todo incluido” o “viaje con todo incluido”.
<i>to fasten the seatbelt</i>	<i>attacher la ceinture (de sécurité)</i>	abrocharse el cinturón de seguridad	Este ejemplo pertenece al primer tipo de <i>collocations</i> , verbos y nombres. Existen determinados verbos que, la mayoría de las veces, aparecen con el mismo elemento. Éste sería el caso de “fasten”, que tiene un alto índice de aparición con “seatbelt”, según puede comprobarse en el <i>British National Corpus</i> .
<i>return ticket</i>	<i>billet de retour / billet d’aller et retour</i>	billete de ida y vuelta	Utilizado fundamentalmente en inglés británico, puede llevar a confusiones en español si hacemos una traducción literal, pues

			podríamos pensar que se trata tan sólo del viaje de vuelta. Nos encontramos ante una <i>collocation</i> del segundo tipo, en el que un sustantivo puede actuar como modificador.
<i>nuts and bolts</i>	<i>détails pratiques</i>	detalles prácticos	Literalmente, <i>nuts and bolts</i> se traduciría como “tuercas y tornillos”. Evidentemente, nos encontramos ante una expresión idiomática en lengua inglesa que, a su vez, se trata de una <i>collocation</i> . El traductor ha de conocerla, o seguir un buen proceso documental, para hacer una traducción correcta, que en este caso sería “detalles de utilidad” o “detalles prácticos”

Conclusión

Para finalizar este trabajo, estableceremos una serie de conclusiones. En primer lugar, hemos de destacar la mayor importancia que la traducción turística está alcanzando en los últimos años, tanto en el plano profesional como en el académico, debido a la fuerte expansión del turismo a nivel global. En esta misma línea, hemos de destacar precisamente la gran heterogeneidad que presenta el turismo y, por tanto, la traducción de textos especializados, debido a la conexión directa con numerosas disciplinas, como la Economía, el Derecho o la Sociología, entre otras. En segundo lugar, y relacionado con lo anterior, este auge del turismo está demandando cada vez más profesionales capaces de realizar traducciones de calidad. Para ello, conocer en profundidad las lenguas de trabajo supone que se minimicen los numerosos problemas intrínsecos de este tipo de traducción especializada, motivo por el cual se han presentado diversas consideraciones lingüísticas para las combinaciones francés-español e inglés-español. Finalmente, no podemos olvidar la importancia de la traducción de textos turísticos en

países como España, donde la economía se fundamenta principalmente en el sector servicios (y, dentro de este, en el turismo). Por este motivo, es necesario desarrollar las competencias de los traductores turísticos a fin de que puedan realizar verdaderamente traducciones de calidad.

Referencias bibliográficas

- ALARCOS LLORACH, E. (1998): *Gramática de la Lengua Española, Real Academia Española: Colección Nebrija y Bello*. Madrid: Espasa Calpe.
- BADOSA, E. (2006): "Turismo de sofá". En: *Catalunya, Diario ABC* < http://www.abc.es/hemeroteca/historico-23-08-2006/abc/Catalunya/turismo-de-sofa_1422981166925.html > [Consulta: 30 de octubre de 2011]
- BARCELONA SÁNCHEZ, A. / ROCAMORA ABELLÁN, R. (2000): "El argot turístico y la teoría cognitiva de la metáfora y la metonimia". En: *Cuadernos de Turismo*, enero-junio nº 5. Murcia: Universidad de Murcia, pp. 19-34
- CALVI, M.V. (2000), D'AMICO, G / PASQUINI, C. (trads.), "El léxico del turismo". En: *Especulo: Cultura e intercultura en la enseñanza del español como lengua extranjera*. Barcelona: Facultat de Filologia.
- CÁRDENAS MOLINA, G. (1999): "Anglicismos en la norma léxica cubana". En: *El contacto lingüístico en el desarrollo de las lenguas occidentales*. Valencia, Universitat de València, pp. 15-57.
- CARTER, R. / MCCARTHY, M. (2007): *Cambridge Grammar of English: A Comprehensive Guide. Spoken and Written English Grammar and Usage*, Cambridge: Cambridge University Press.
- COHEN, E. / COOPER, R. (1986): "Language and tourism". En: *Annals of Tourism Research*, 13, pp. 533-563
- DEPARTMENT OF CULTURE, MEDIA AND SPORT (1999): *Tomorrow's Tourism: A Growth Industry for the New Millennium* <http://www.culture.gov.uk/pdf/tomorrows_tourism.pdf> [Consulta: 28 de octubre de 2011]
- EASTWOOD, J. (1994): *Oxford Guide to English Grammar*, Oxford: Oxford University Press.
- ENTERPRISE AND LIFELONG LEARNING COMMITTEE – SCOTTISH PARLIAMENT (2002): *Niche Tourism In Scotland: Golf And Business Tourism* <

- http://www.scottish.parliament.uk/business/research/pdf_res_brief/sb02-94.pdf > [Consulta: 28 de octubre de 2011]
- GRIES, S.TH. (2004): *Shouldn't it be breakfast? A quantitative analysis of blend structure in English* <
http://www.linguistics.ucsb.edu/faculty/stgries/research/Blends_Linguistics.pdf > [Consulta: 28 de octubre de 2011]
- GUNDERSON, K. (2008): "48 Hours: Vienna Destination Guide". En: National Geographic Society: National Geographic Traveler, November/December 2008, <http://traveler.nationalgeographic.com/2008/11/48-hour-guide/vienna-text> [Consulta: 24 de octubre de 2011]
- KOTLER, P. (2002): *Dirección de Márketing: Conceptos esenciales*. New Jersey: Prentice Hall.
- LARUE, M.B. (2008): "48 Hours: Marrakech Destination Guide". En: National Geographic Society: *National Geographic Traveler*, March 2008, <<http://traveler.nationalgeographic.com/2008/03/48-hour-guide/marrakech-text>> [Consulta: 24 de octubre de 2011]
- McGREGOR, L. (2008): "Edinburgh's Festival Frolics". En: *Lonely Planet: Travel Stories*, September, 2005, <http://www.lonelyplanet.com/travelstories/article/edinburghsfestival_0905/> [Consulta: 24 de octubre de 2011]
- MOLINA PLAZA, S. (2006): "The making of a bilingual dictionary of phraseological units English-Spanish/ Spanish-English with corpora examples". En: *Panace@* n°23, pp. 99-105.
- NEWMARK, P. (1991): *A Textbook on Translation*. Londres: Prentice Hall.
- OTTO, E. / KORDGIEN, G. (2004). *Gramática sucinta de la lengua francesa. Método: Gaspey Otto Sauer*. 3ª edición. Barcelona: Herder.
- PARADORES (2008), *Nuestra Historia*. <
<http://www.parador.es/ca/portal.do?jsessionid=A4118922179858D2F41D567F3CD6C5BE?IDM=121&NM=3> > [Consulta: 7 de noviembre de 2011]
- SALAZAR, P. / ESTEVE, M.J. / CODINA, V. (eds.) (2005): *Teaching and Learning the English Language from a Discourse Perspective*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
- SAMANIEGO FERNÁNDEZ, E. (1996): *La traducción de la metáfora*, Valladolid, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valladolid.

- También disponible en: *Especulo: Revista digital de Estudios Literarios*, nº9 julio-octubre 1998: < http://www.ucm.es/info/especulo/numero9/e_saman3.html > [Consulta: 2 de noviembre de 2011]
- STONE, P.H. (2006): "A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions". En: *Tourism*, Vol. 54, Nº 2, pp. 145-160
- THE SCOTTISH GOVERNMENT PUBLICATIONS (2005): *Bank Holidays (Statutory)*. Scotland: The Scottish Government Publications < <http://www.scotland.gov.uk/Publications/2005/01/bankholidays> > [Consulta: 31 de octubre de 2011]
- VOYAGER AUX ÉTATS-UNIS (2010) Autotour de 15 jours en Floride : le circuit idéal. < <http://blog.voyager-aux-etats-unis.com/post/2010/05/06/Autotour-ideal-en-Floride-circuit-15-jours-en-Floride> > . [Consulta: 31 de octubre de 2011]
- VV.AA. (2003): *The New International Webster's Encyclopaedic Dictionary of the English Language*, Columbia (Estados Unidos): Trident Press International.
- VV.AA. (2007): *Diccionario de la Lengua Española*, Madrid: Editorial Espasa Calpe.

LA TRADUCCIÓN FRANCÉS-ESPAÑOL DE DOCUMENTOS JURÍDICOS: LA TERMINOLOGÍA EN LA NÓMINA Y LA *FICHE DE PAIE*

JOSÉ ANTONIO RUIZ SÁNCHEZ
Universidad de Córdoba
juritraductor@gmail.com

Fecha de recepción: 3.12.2014

Fecha de aceptación: 10.01.2015

Abstract: In this paper we are going to analyse in contrast the Spanish payroll model and the French *bulletin de salaire*, both being the graphic expression of the wage. The underlying social reality is identical in both countries and is nothing more than the model of economic and social organisation in force in our era. The starting concept would be the salary, as old as its own etymology, and we will study the payroll as a documentary typology, but not only in terms of its textual characteristics (macrostructure, lexicon...) but also extratextually, as an expression, sometimes, of different realities. Thus, once again, the anisomorphism characteristic of legal translation is verified.

Key words: payroll, salary, remuneration, salary payments, legal translation

Resumen: En el presente trabajo vamos a analizar de manera contrastiva el modelo de nómina española y el *bulletin de salaire* francés, siendo ambos la expresión gráfica del salario. La realidad social que subyace es idéntica en ambos países y no es sino el modelo de organización económica y social vigente en nuestra era. El concepto de partida sería el salario, tan antiguo como su propia etimología y estudiaremos la nómina como tipología documental, pero no solamente en cuanto a sus características textuales (macroestructura, léxico...) sino también extratextuales, en tanto que expresión, a veces, de realidades diferentes. Se verifica así, una vez más, el anisomorfismo característico de la traducción jurídica.

Palabras clave: nómina, salario, remuneración, percepciones salariales, traducción jurídica

Prólogo

A menudo, cuando cae en nuestras manos una nómina, nos sentimos inmediatamente tentados de buscar el salario bruto para, de repente pasar en escasos segundos a comprobar que el salario neto o salario líquido es una cantidad manifiestamente inferior a la vislumbrada en un primer momento. Entre una cantidad y otra hay toda una serie de conceptos (términos, abreviaciones y siglas), que son incomprensibles para la gran mayoría de los asalariados, pero que todo el mundo entiende como una sucesión de operaciones de cálculos de porcentajes sobre diferentes bases, que no tienen otra finalidad sino aminorar esa cantidad inicial.

No debemos perder de vista que el documento que aquí nos ocupa, tal como dice Turbot (1995), es un documento enormemente rico en lecciones de muy diversa índole, tanto sobre la realidad de la presión social y fiscal que recae en los trabajadores, como sobre los derechos y deberes aplicables a trabajadores y empleadores. De un simple vistazo a una nómina podemos deducir el grado de desarrollo de una sociedad, ya que el número de deducciones, aportaciones o contribuciones es directamente proporcional a la cobertura social de la que se beneficiará el trabajador.

La esencia de la nómina o el *bulletin de salaire* es la misma, sin embargo, la concretización de coberturas sociales a través de sus respectivas aportaciones (ya sean del trabajador o del empleador) es lo que marcará la diferencia ya que obedecerán a realidades sociales y normativas diferentes. De ahí la importancia para el traductor jurídico de conocer bien, no solamente la terminología, sino las realidades sociales y jurídicas de cada cultura a la que apuntan dichos términos. Así, mientras que un trabajador español cuando es despedido pasará a «cobrar el paro», un trabajador francés «touchera les ASSÉDIC», expresiones ambas coloquiales para designar la cobertura económica en los casos de situación de desempleo correspondiendo respectivamente a la «prestación por desempleo» o «*assurance chômage*».

Introducción

Como hemos expuesto, el punto de partida es el concepto de salario, sin el cual no puede existir un «recibo de salario» o «*fiche de paie*». Por lo tanto, veamos qué definiciones nos ofrecen los diccionarios de carácter general.

El Diccionario de la Real Academia nos da dos acepciones: «1. Paga o remuneración regular. 2. Cantidad de dinero con que se retribuye a los trabajadores por cuenta ajena».

Por otra parte, en español se usa de manera indistinta «sueldo» y «salario», aunque es este último el que se ha convertido en término y el que se usa en el ámbito del derecho laboral y como veremos más adelante se utiliza para definir la presente realidad por parte del Estatuto de los Trabajadores. En cuanto a la sinonimia de ambos términos, basta comparar la definición que de «sueldo» nos ofrece el Diccionario de la Real Academia: «Remuneración regular asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional».

El diccionario Larousse, por su lado, nos da la siguiente definición: «Toute somme versée en contrepartie d'un travail effectué par une personne, dans le cadre d'un contrat de travail.»

De ellas se deduce que el salario es la contrapartida al trabajo realizado por una persona en el marco de una relación laboral. Dicha contraprestación, sobrentendemos actualmente que es económica, pero no podemos olvidar que también existe el salario en especie o salario *in natura* que se produce cuando el trabajador recibe algo o el uso de algo como pago de sus servicios.

En este punto, conviene recordar el origen etimológico de la palabra «salario», en la que encontramos la raíz «sal» ya que en el Imperio Romano a los soldados y funcionarios se les pagaba con sal, bien que tenía un valor de cambio debido a sus grandes propiedades antisépticas y su uso para la conservación de alimentos.

En su consideración en la lengua común, queda claro el significado de «salario», pero no debemos olvidar que nos encontramos en el ámbito de una lengua especializada, en el seno del derecho laboral, por lo tanto, como término debemos buscar su definición en la norma básica del Derecho del Trabajo, el Estatuto de los Trabajadores, que en su artículo 26 dice así:

«Se considerará salario la totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores, en dinero o en especie, por la prestación profesional de los servicios laborales por cuenta ajena, ya retribuyan el trabajo efectivo, cualquiera que sea la forma de remuneración, o los periodos de descanso computables como de trabajo.»

Hasta aquí estamos realizando un acercamiento general al término que nos ocupa, pero poco a poco, nos vamos adentrando en su dimensión terminológica a medida que descendemos en particularidades propias del estudio de dicho concepto. De ahí que, más adelante, explicaremos las diferencias entre percepciones salariales y percepciones extrasalariales, conceptos que se configuran como cohipónimos de una realidad superior que es el salario.

Veamos qué ocurre en la regulación francesa respecto a la delimitación del concepto de «salaire». Tenemos que recurrir al Code du Travail, que es la normativa básica del derecho laboral en Francia. En este, el «salaire» se define de manera indirecta ya que se engloba en un concepto hiperonímico superior «rémunération» y se define así en el artículo L3221.3: *Constitue une rémunération au sens du présent chapitre, le salaire ou traitement ordinaire de base ou minimum et tous les autres avantages et accessoires payés, directement ou indirectement, en espèces ou en nature, par l'employeur au salarié en raison de l'emploi de ce dernier.*

1. Función socioeconómica del salario

El salario se constituye jurídicamente como la contraprestación al trabajo realizado por el empleado por cuenta ajena, pero no es solamente un simple crédito dentro de las diversas relaciones jurídico-económicas que se pueden dar en la sociedad. Como decimos, es la contraprestación al trabajo realizado y dicho trabajo se encuentra elevado a rango constitucional como un derecho ciudadano, así el artículo 35.1 de la Constitución reconoce que «todos los españoles tienen el deber de trabajar y el derecho al trabajo, a la libre elección de profesión y oficio, a la promoción a través del trabajo y a una remuneración suficiente para satisfacer sus necesidades y las de su familia, sin que en ningún caso pueda hacerse discriminación por razón de sexo».

Igualmente, en Francia encontramos el derecho al trabajo protegido a nivel constitucional y ya en el preámbulo de la Constitución de 1948 se dice: «Chacun a le devoir de travailler et le droit d'obtenir un emploi».

Proteger tal derecho lo es por la dignificación que supone para la persona el hecho de poder trabajar como medio de realización personal, pero sobre todo por su aspecto económico (el salarial) ya que va a suponer el sustento de una persona y su familia, o sea, va a posibilitar el mantenimiento o

subsistencia del trabajador. El salario, por lo tanto, va a desempeñar una auténtica misión político-social.

No vamos a encontrar una mejor explicación a lo anteriormente expuesto que la que nos ofrece el artículo 23 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre:

«1. Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.

2. Toda persona tiene derecho, sin discriminación alguna, a igual salario por trabajo igual.

3. Toda persona que trabaja tiene derecho a una remuneración equitativa y satisfactoria, que le asegure, así como a su familia, una existencia conforme a la dignidad humana y que será completada, en caso necesario, por cualesquiera otros medios de protección social».

2. Estructura del recibo individual de salario en España

El modelo de recibo individual de salario¹ o nómina en España se encuentra expresamente regulado ya que así lo estipula el propio Estatuto de los Trabajadores en su artículo 29.1:

«La documentación del salario se realizará mediante la entrega al trabajador de un recibo individual y justificativo del pago del mismo. El recibo de salarios se ajustará al modelo que apruebe el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, salvo que por convenio colectivo o, en su defecto, por acuerdo entre la empresa y los representantes de los trabajadores, se establezca otro modelo que contenga con la debida claridad y separación las diferentes percepciones del trabajador, así como las deducciones que legalmente procedan».

¹ El recibo individual de salario previsto en el artículo 29 del Estatuto de los Trabajadores se desarrolló inicialmente mediante Orden de 27 de diciembre de 1994 por la que se aprueba el modelo de recibo individual de salarios. Posteriormente fue modificado mediante Orden ESS/2098/2014, de 6 de noviembre.

Figura 1. Modelo de nómina



BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO



Núm. 273 Martes 11 de noviembre de 2014 Sec. I. Pág. 92796

RECIBO INDIVIDUAL JUSTIFICATIVO DEL PAGO DE SALARIOS

Empresa: Domicilio: CIF: CCC:	Trabajador: NIF: Núm. Afil. Seguridad Social: Grupo profesional: Grupo de Cotización:
--	---

Periodo de liquidación: del de al de de 20..... Total días

	IMPORTE	TOTALES
I. DEVENGOS		
1. Percepciones salariales		
Salario base	_____	_____
Complementos salariales	_____	_____
	_____	_____
Horas extraordinarias	_____	_____
Horas complementarias (contratos a tiempo parcial).....	_____	_____
Grafificaciones extraordinarias.....	_____	_____
Salario en especie.....	_____	_____
2. Percepciones no salariales		
Indemnizaciones o suplidos	_____	_____
	_____	_____
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social	_____	_____
	_____	_____
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos	_____	_____
	_____	_____
Otras percepciones no salariales	_____	_____
	_____	_____
A. TOTAL DEVENGADO.....	_____	_____
I. DEDUCCIONES		
1. Aportación del trabajador a las cotizaciones a la Seguridad Social y conceptos de recaudación conjunta		
	%	
Contingencias comunes	_____	_____
Desempleo.....	_____	_____
Formación Profesional.....	_____	_____
Horas extraordinarias.....	_____	_____
TOTAL APORTACIONES.....	_____	_____
2. Impuesto sobre la renta de las personas físicas.....	_____	_____
3. Anticipos.....	_____	_____
4. Valor de los productos recibidos en especie	_____	_____
5. Otras deducciones.....	_____	_____
B. TOTAL A DEDUCIR.....	_____	_____
LÍQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A – B).....	_____	_____
Firma y sello de la empresa de de 20.....	RECIBÍ

cve: BOE/A-2014-11837

Pasemos a examinar la estructura del recibo individual de nómina. Se trata de un documento fácilmente identificable por cualquier persona, aunque sea lega en materia jurídica, puesto que, tal como reza la propia ley, es el modelo único y obligatorio en España. Solamente podría adoptarse un modelo diferente cuando exista acuerdo entre la empresa y los

representantes de los trabajadores. Aunque el modelo oficial es bastante esquemático y transparente, podría darse el caso de empresas que, por sus peculiaridades de funcionamiento, requiriesen especificar y plasmar documentalmente algún concepto adicional no previsto en el modelo genérico. De todas formas, el modelo oficial de nómina contempla prácticamente toda la casuística imaginable en términos de remuneración, dejando incluso algunos espacios habilitados para cumplimentar diferentes tipos de complementos salariales u otros suplidos o indemnizaciones, por lo que queda abierto a completarse según las necesidades de cada empresa.

Existen cuatro partes bien diferenciadas dentro del modelo de nómina:

- Encabezamiento: compuesto por la identificación de las partes contratantes, que en el marco de una relación laboral son la empresa y el trabajador.
- Devengos: es el primero de los apartados con información de tipo económica y está compuesto por todos los conceptos en los que se puede desglosar la remuneración de un trabajador, es decir, todo aquello que suma a su favor, por lo que, el concepto resultante más importante de esta parte de la nómina será el salario bruto.
- Deducciones: son todas aquellas cantidades que se detraerán del salario bruto y que se deben a las diferentes contribuciones que debe realizar el trabajador, o sea, diversos tipos de cotización o retención en su remuneración (como es el caso de la retención por IRPF).
- Bases: en este apartado se realiza el cálculo de las diferentes bases de cotización, es decir, las cantidades que se tienen en cuenta sobre las que realizar el cálculo de la contribución del trabajador (aunque aquí también se expresarán las cantidades que debe aportar la empresa por diferentes conceptos).

También hay que destacar un dato importante en el recibo individual de salario que es la fecha de devengo, o sea, la fecha a la que está referida la nómina que se está confeccionando².

² Lo habitual en la confección de nóminas es que estén referidas a un mes completo, no obstante, hay que indicar de qué día a qué día está referida la nómina y como particularidad se expresará que la nómina está referida a 30 días, con independencia de que en el mes en cuestión existan 30 o 31 días naturales, o incluso 28 o 29 como puede ocurrir en el mes de febrero. Se trata de una

2.1. El encabezamiento

Este apartado está dedicado a la identificación de las partes, que en un contrato de trabajo son la empresa y el trabajador.

Respecto de la empresa, se indicarán sus datos básicos de identificación (nombre, domicilio, localidad y CIF) y como particularidad del ámbito específico que nos ocupa, el laboral, la empresa deberá disponer de un CCC (Código de Cuenta de Cotización) a la Seguridad Social.

La empresa deberá realizar una solicitud de inscripción, fruto de la cual emanará un acto administrativo por parte de la Tesorería General de la Seguridad Social mediante el que asigna al empresario un número para la identificación y control de las obligaciones en el respectivo Régimen del Sistema de la Seguridad Social. Dicho número es considerado como primero y principal Código de Cuenta de Cotización³.

La parte superior derecha del modelo de nómina está destinada a la identificación del trabajador y, por lo tanto, se expresarán los datos identificativos de este (nombre y número de identificación fiscal), así como el grupo profesional y el grupo de cotización por el que va está contratado.

En este caso, como particularidad, tenemos el «número de afiliación a la Seguridad Social». Pues bien, debemos distinguir dos conceptos que están íntimamente ligados (tanto es así, que acaban siendo el mismo número de identificación, como ahora veremos). En un primer momento, todo ciudadano tendrá un número de Seguridad Social que se tramitará en la Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social en la que radique el domicilio del ciudadano o donde esté domiciliada la empresa en que presta servicios el trabajador. Es importante precisar que este número deberá solicitarse con carácter previo a la solicitud de su afiliación y alta o a la solicitud de cualquier prestación o servicio.

ficción jurídica porque al ser el salario de un importe mensual igual para todos los meses, se exige que se exprese que son 30 los días de devengo en la nómina.

³ Según indica la propia Seguridad Social en su página web «al Código de Cuenta de Cotización Principal se vincularán todos aquellos otros que puedan asignarse a un empresario. Es importante señalar que el empresario debe solicitar un Código de Cuenta de Cotización (modelo TA.7) en cada una de las provincias donde ejerza actividad, así como en determinados supuestos en que sea necesario identificar colectivos de trabajadores con peculiaridades de cotización».

El Número de la Seguridad Social se transforma en Número de Afiliación en el momento en el que el ciudadano comienza una actividad laboral determinante de inclusión en el Sistema de la Seguridad Social.

Por lo tanto, respecto de la afiliación como procedimiento administrativo podemos concluir las siguientes características:

- Es obligatoria para las personas incluidas en el Sistema a efectos de derechos y obligaciones.
- Es única y general para todos los Regímenes del sistema.
- Se extiende a toda la vida de las personas comprendidas en el Sistema.
- Es exclusiva.

2.2. *Devengos*

El apartado de devengos viene precedido del periodo de liquidación de la nómina. Aquí deben indicarse los días exactos a los que la nómina va referida.

Según el Diccionario de la Real Academia, devengo es la acción de devengar, o sea, adquirir derecho a alguna percepción o retribución por razón de trabajo, servicio u otro título. Por lo tanto, en el apartado «devengo» de una nómina irá reflejado todo aquello que el trabajador tiene derecho a cobrar por cualquier concepto, siendo el total devengado el «salario bruto».

En este momento se hace preciso matizar un aspecto conceptual muy importante por su trascendencia en el cálculo de las diferentes bases de cotización (ya que no todos los conceptos cotizan o tributan por igual). Los devengos se subdividen en percepciones salariales (sujetas a cotización) y percepciones no salariales o extrasalariales (exentas total o parcialmente de cotización).

Las percepciones salariales hacen referencia a aquellas cantidades que retribuyen aspectos relacionados con el trabajo que se realiza.

Dentro las percepciones salariales encontramos los complementos salariales, que pueden devengarse por:

- Características del puesto de trabajo: nocturnidad, toxicidad, peligrosidad, turnicidad...
- Características del propio trabajador: plus de idiomas, otras titulaciones, antigüedad acumulada...

- Características de cantidad o calidad: incentivos, plus de productividad...

Las horas extraordinarias son aquellas que se realizan por encima de la jornada normal y se distinguen las realizadas por causas de fuerza mayor (en este caso la carga de cotización es menor) y las realizadas con carácter normal (veremos que cotizan doblemente ya que también se retribuyen con un valor más alto).

Las gratificaciones extraordinarias son las pagas extraordinarias a las que todos los trabajadores tienen derecho ya que el Estatuto de los Trabajadores⁴ establece la obligatoriedad de percibir 14 mensualidades, aunque por Convenio Colectivo o contractualmente se puede incluso mejorar el apartado de gratificaciones extraordinarias. En este sentido, algunos convenios añaden una tercera paga extraordinaria que denominan «paga de beneficios». En este apartado se deben reflejar las cantidades realmente cobradas por el trabajador en el mes al que esté referida la nómina, o sea, solamente corresponde indicar algún valor en los meses en los que se cobra paga extraordinaria (julio y diciembre). Sin embargo, existe la posibilidad de cobrarlas de manera prorrateada durante los doce meses del año, en tal caso las nóminas llevarán todos los meses gratificación extraordinaria.

El último de los conceptos incluido en las percepciones salariales es el salario en especie⁵. Con esta denominación nos referimos a cualquier bien o servicio que perciba un trabajador como contraprestación de su trabajo, incluyéndose también el disfrute de ciertos bienes (como vehículo, vivienda

⁴ El artículo 31 del Estatuto de los Trabajadores dice: «El trabajador tiene derecho a dos gratificaciones extraordinarias al año, una de ellas con ocasión de las fiestas de Navidad y la otra en el mes que se fije por convenio colectivo o por acuerdo entre el empresario y los representantes legales de los trabajadores. Igualmente se fijará por convenio colectivo la cuantía de tales gratificaciones. No obstante, podrá acordarse en convenio colectivo que las gratificaciones extraordinarias se prorrateen en las doce mensualidades».

⁵ En el apartado 2 del artículo 26.1 del Estatuto de los Trabajadores se establece una limitación al salario en especie: «En ningún caso, incluidas las relaciones laborales de carácter especial a que se refiere el artículo 2, el salario en especie podrá superar el treinta por ciento de las percepciones salariales del trabajador, ni dar lugar a la minoración de la cuantía íntegra en dinero del salario mínimo interprofesional».

o teléfono móvil). Todo tendrá un contravalor económico que habrá de plasmarse en este apartado⁶.

Las percepciones extrasalariales son aquellas cantidades que no van encaminadas a retribuir el trabajo en sí realizado, sino a compensar al trabajador por ciertos gastos o inconvenientes sufridos. Aquí se engloban las indemnizaciones o suplidos como los gastos de locomoción (denominado también kilometraje) o las dietas, las prestaciones de la Seguridad Social (aquello que cobramos de la Seguridad Social cuando estamos de baja, por ejemplo) ...

2.3. Deducciones

Son las diferentes cantidades que se detraerán del salario bruto y que corresponden a las diferentes contribuciones que tiene que realizar el trabajador con cargo a sus ingresos devengados.

El presente apartado no presenta ninguna dificultad terminológica ya que los conceptos que se manejan aparecen expresados con claridad. Para la cumplimentación de este apartado se tomarán las bases calculadas en el último de los apartados (bases de cotización) y se le aplicará a cada una de ellas los porcentajes correspondientes. La suma de todas las deducciones son el total a deducir del salario bruto, obteniéndose el «líquido total a percibir⁷» o conocido también como salario neto.

2.4. Bases de cotización

El último de los apartados sí presenta más complejidad terminológica ya que es el que entraña más dificultad para su comprensión, no solamente conceptual, sino también de cálculo para la propia elaboración de la nómina.

BCCC: es la Base de Cotización por Contingencia Comunes. Una contingencia según el Diccionario de la Real Academia es «la posibilidad de que algo suceda o no suceda», o sea, un riesgo, al que a través de esta

⁶ ... la Revolución industrial asistió al nacimiento de un particular sistema retributivo: el régimen del *truck*. El origen del régimen del *truck* debe buscarse en un hecho tan simple como el de la escasez de moneda fraccionaria con que realizar el pago de los salarios. Fue esta escasez la que motivó la práctica del pago en especie, de un lado, y la retribución por medio de fichas, vales o pagarés extendidos por el empresario, de otro. (Montoya 1995: 65)

⁷ Nótese aquí el galicismo en la construcción terminológica.

cotización se le intenta dar cobertura⁸. Para el cálculo de la BCCC se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

- Salario base
- Complementos salariales
- Las cantidades no exentas de los complementos extrasalariales
- Prorrata de las pagas extraordinarias⁹

BCCP: es la Base de Cotización de Contingencias Profesionales, o sea, iría destinada a cubrir los supuestos de accidente de trabajo o de enfermedad profesional. Para su cálculo se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

- El total de la BCCC
- El total de las horas extraordinarias

Base de cotización por horas extras de fuerza mayor: aquí solamente corresponde indicar el valor del total de las horas extras por fuerza mayor, si las hubiera habido.

Base de cotización por horas extras resto: son el resto de las horas extraordinarias realizadas, es decir, las normales. Es precisamente en este apartado del cálculo de las bases donde podemos apreciar que las horas extraordinarias van a cotizar doblemente ya que, por un lado, si integran en la BCCC y, por otro lado, constituyen una base independiente a la que se le aplicará un porcentaje propio de cotización.

⁸ Las prestaciones o medidas reparadoras de la situación de necesidad causada por un riesgo o contingencia, que integran la acción protectora de la Seguridad Social, son las siguientes:

- Asistencia sanitaria en los casos de maternidad, de enfermedad común o profesional y de accidentes, sean o no de trabajo.
- Recuperación profesional.
- Prestaciones económicas en las situaciones de incapacidad temporal, maternidad, riesgo durante el embarazo, riesgo durante la lactancia natural, cuidado de menores afectados por cáncer o una enfermedad grave, paternidad, incapacidad permanente, jubilación, desempleo, muerte y supervivencia.
- Prestaciones familiares por hijo o menor acogido a cargo, por nacimiento o adopción de hijo, por nacimiento o adopción de hijo en el caso de familias numerosas o monoparentales o de madres discapacitadas, y por parto o adopción múltiples.
- Prestaciones de servicios sociales, en materia de rehabilitación de inválidos y de asistencia a la tercera edad.
- Beneficios de asistencia social (Ferrer 2004: 36)

⁹ En la BCCC las pagas extraordinarias siempre van prorrateadas, con independencia de que el trabajador las perciba prorrateadas o en los meses de julio y diciembre.

Base sujeta a retención por IRPF: es la conocida retención por IRPF, es decir, una cantidad que nos retiene la empresa y que esta ingresa en la Agencia Tributaria a cuenta de lo que se salga a tributar en la declaración del IRPF anual. De esta manera, dependiendo del porcentaje de retención en la nómina, cuando se realiza la declaración de la renta saldrá «a pagar» si las retenciones han quedado por debajo del total que debemos tributar, o «a devolver» si nos hubieran retenido más de la cuenta.

En este último apartado de la nómina también vendrán reflejadas las contribuciones de la empresa. Por lo tanto, se completan así lo totalidad de contribuciones: en el apartado de deducciones, las aportaciones realizadas por el trabajador; y en el apartado de bases de cotización, las aportaciones de la empresa. Así, según indica Ferrer:

«Con todo, el empresario es sujeto responsable del cumplimiento de la obligación de cotizar, debiendo ingresar las aportaciones propias y las de sus trabajadores, en su totalidad. A tal fin, deberá descontar a sus trabajadores, en el momento de hacerles efectivas sus retribuciones, la aportación que corresponde a cada uno de ellos. Siendo nulo el pacto en virtud del cual el empresario asume el pago de la cuota del trabajador».
(2004: 37)

3. El *bulletin de paie* en Francia¹⁰

El primero de los problemas que encontramos es de tipo terminológico ya que se utilizan indistintamente, *bulletin de salaire*, *bulletin de paye*, *fiche de paye*, *fiche de salaire*, *feuille de paie* o *feuille de salaire*.

Lejos quedan los tiempos en los que el *bulletin de paie* se resumía en apenas tres líneas (salario bruto, deducciones y salario neto) además de los datos de identificación de ambas partes, empresa y trabajador¹¹. Desde entonces, la propia evolución de las diferentes coberturas sociales, contribuciones y organismos relacionados en dicho entramado jurídico

¹⁰ Toda la información relativa a la evolución y situación actual del recibo de salario en Francia ha sido tomada del Rapport Turbot de 11 de diciembre de 1996 de la *Commission sur la simplification du bulletin de salaire*.

¹¹ Según el modelo definido en la ley de 4 de marzo de 1931.

social, no han hecho sino complicar el documento resultante al intentar dejar constancia en él de todo ello.

Figura 2. *Bulletin de paie* antiguo

BULLETIN DE SALAIRES du Mois de juillet 1938	
Journées à _____	
Heures à _____	
SALAIRE BRUT	SALAIRE FIXE
	Avantages Divers
	Assurances Sociales
RETENUES	Acomptes
	SALAIRE PAYÉ NET.

NOM: Lalette B. Die
 Emploi: Secrétaire
 Adresse: 59 rue Cau- lani Court - Paris
 Carbet de l'employeur: CRAPOUILLOT
 3, Place de la Corbonne
 PARIS - 17^e

1.500
 60
 60
 1.440

Loi du 4 Mars 1931 - Décret-Loi du 21 Octobre 1938

El primero de los problemas que encontramos es de tipo terminológico ya que se utilizan indistintamente, *bulletin de salaire*, *bulletin de paye*, *fiche de paye*, *fiche de salaire*, *feuille de paie* o *feuille de salaire*.

3.1. Estructura del «bulletin de salaire»

El caso del recibo actual de salario en Francia, denominado «bulletin de paie» en el *Code du travail* es formalmente diferente al español ya que no existe un modelo oficial en cuanto a su diseño como documento. Han sido las propias empresas y, con el surgir de las nuevas tecnologías, los programas informáticos utilizados para tal efecto, los que le han dado forma al documento que aquí nos ocupa.

Figura 3. *Bulletin de paie*

BULLETIN DE PAIE						
EMPLOYEUR:			SALARIE:			
Nom:			Nom et Prénom:			
Adresse:			Adresse:			
CP et Ville :			Numéro SS:			
NAF:			Convention collective:			
Numéro SIRET:			Emploi:			
URSSAF:			Coefficient:			
Salaire de base			0	0,00 €	0,00 €	Plafond SS :
HS à 25%			0	0,00 €	0,00 €	
HS à 50%			0	0,00 €	0,00 €	
SALAIRE BRUT			0,00 €			
COTISATIONS	PART SALARIALE			PART PATRONALE		
	Base	Taux	Montant	Base	Taux	Montant
CSG non déductible	0,00 €	2,40%	0,00 €			
CRDS non déductible	0,00 €	0,50%	0,00 €			
Cag déductible	0,00 €	5,10%	0,00 €			
Sécurité sociale						
Assurance maladie	0,00 €	0,75%	0,00 €	0,00 €	12,80%	0,00 €
Assurance veurage	0,00 €	0,10%	0,00 €			
Assurance vieillesse						
AV déplafonnée	0,00 €	6,55%	0,00 €	0,00 €	1,60%	0,00 €
AV plafonnée				0,00 €	8,20%	0,00 €
Accidents du travail				0,00 €	7,30%	0,00 €
Allocation familiales				0,00 €	5,40%	0,00 €
Aide au logement						
AL déplafonnée				0,00 €	0,40%	0,00 €
AL plafonnée				0,00 €	0,10%	0,00 €
ASSEDIC						
Assurance chômage tranche A	0,00 €	2,40%	0,00 €	0,00 €	4,00%	0,00 €
Assurance chômage tranche B	0,00 €	2,40%	0,00 €	0,00 €	4,00%	0,00 €
Assurance chômage tranche AGS (FNOS)				0,00 €	0,40%	0,00 €
Caisse de retraite (non cadre)						
Retraite complémentaire et AGFF tranche	0,00 €	3,80%	0,00 €	0,00 €	5,70%	0,00 €
Retraite complémentaire et AGFF tranche	0,00 €	6,90%	0,00 €	0,00 €	10,30%	0,00 €
TOTAL des cotisations			0,00 €			0,00 €
Net à payer						0,00 €
Payé par virement bancaire le :						Salaire net imposable
						0,00 €
A CONSERVER SANS LIMITATION DE DUREE						

Ante todo, prima la libertad de forma, no obstante, sí existe una regulación en cuanto al contenido del *bulletin de paie* que, según el *Code du travail*¹² y de manera simplificada es el siguiente:

¹² El Capítulo III del *Code du travail* está dedicado al *bulletin de paie*. En dicho capítulo encontramos la regulación del contenido mínimo necesario: « Le bulletin de paie prévu à l'article L. 3243-2 comporte : 1° Le nom et l'adresse de l'employeur ainsi que, le cas échéant, la désignation de l'établissement dont dépend le salarié ; 2° La référence de l'organisme auquel l'employeur verse les cotisations de sécurité sociale, le numéro sous lequel ces cotisations sont versées et, pour les employeurs inscrits au répertoire national des entreprises et des établissements prévu à l'article 1er du décret n° 73-314 du 14 mars 1973, le numéro de la nomenclature des activités économiques (code de l'activité principale exercée) caractérisant l'activité de l'entreprise ou de l'établissement mentionné au second alinéa de l'article 5 de ce décret ; 3° S'il y a lieu, l'intitulé de la convention collective de branche applicable au salarié ou, à défaut, la référence au code du travail pour les dispositions relatives à la durée des congés payés du salarié et à la durée des délais de préavis en cas de cessation de la relation de travail ; 4° Le nom et l'emploi du salarié ainsi que sa position dans la classification conventionnelle qui lui est applicable. La position du salarié est notamment définie par le niveau ou le coefficient hiérarchique qui lui est attribué ; 5° La période et le nombre d'heures de travail auxquels se

1. Nombre y dirección del empleador;
2. Referencia al organismo al que el empleador ingresa las cotizaciones de seguridad social, el número bajo el que dichas cotizaciones son ingresadas, el código de actividad económica propio de la actividad de la empresa;
3. Identificación del convenio colectivo del sector que sea aplicable al trabajador;
4. El nombre y empleo del trabajador, así como su posición en la clasificación del convenio aplicable;
5. El número de horas de trabajo, así como la jornada y las horas remuneradas a precio normal y las que lleven un incremento por considerarse «horas suplementarias¹³»;
6. Naturaleza e importe de los complementos salariales sujetos a cotización por parte del trabajador y de la empresa;
7. Importe del salario bruto;
8. Naturaleza e importe de todos los complementos y retenciones sobre la remuneración bruta;
9. Importe de la cantidad efectivamente recibida por el trabajador;
10. Fecha de pago;

rapporte le salaire en distinguant, s'il y a lieu, les heures payées au taux normal et celles qui comportent une majoration pour heures supplémentaires ou pour toute autre cause et en mentionnant le ou les taux appliqués aux heures correspondantes : a) La nature et le volume du forfait auquel se rapporte le salaire des salariés dont la rémunération est déterminée sur la base d'un forfait hebdomadaire ou mensuel en heures, d'un forfait annuel en heures ou en jours ; b) L'indication de la nature de la base de calcul du salaire lorsque, par exception, cette base de calcul n'est pas la durée du travail ; 6° La nature et le montant des accessoires de salaire soumis aux cotisations salariales et patronales mentionnées aux articles R. 3243-2 et R. 3243-3 ; 7° Le montant de la rémunération brute du salarié ; 8° La nature et le montant de tous les ajouts et retenues réalisés sur la rémunération brute ; m 9° Le montant de la somme effectivement reçue par le salarié ; 10° La date de paiement de cette somme ; 11° Les dates de congé et le montant de l'indemnité correspondante, lorsqu'une période de congé annuel est comprise dans la période de paie considérée».

¹³ Traducción calcada del francés precisamente para incidir en la diferencia terminológica. En España, existen horas extraordinarias, que son aquellas que se realizan por encima de una jornada normal en un contrato de trabajo a jornada completa; y horas complementarias, que son las que se realizan únicamente en los contratos a tiempo parcial y que solamente pueden complementar dicha jornada parcial, quedando siempre por debajo de lo que sería una jornada completa. En Francia, no existe esta diferenciación, por lo que para no inducir a error utilizamos el término «hora suplementaria».

11. Fechas de las vacaciones e importe de la retribución correspondiente cuando las vacaciones están comprendidas en el periodo de pago al que se refiere la nómina.

Todo el contenido puede dividirse en tres partes y cinco zonas:

- El encabezado (o *tête*): incluye la zona 1 con la identificación de las partes; y la zona 2 donde se determinará el salario bruto.
- El cuerpo (o *corps*): incluye la zona 3, donde se calculan y detallan las cotizaciones patronales y del trabajador.
- El pie (o *pied*): incluye la zona 4, que indica el neto o líquido que cobra el trabajador; y la zona 5, que expresa las cantidades anuales acumuladas.

El apartado que presenta más dificultad es la zona 3 puesto que es aquí donde, a lo largo del tiempo, se han ido acumulando las diferentes cotizaciones sociales, siendo además unas, imputables al empresario y otras, al trabajador.

3.2. Causas de la complejidad del «bulletin de paie»

Es precisamente Francia, por la alta cobertura social en derechos de la que gozan sus trabajadores, uno de los países donde el recibo de nómina es altamente complejo, aunque tampoco quedan atrás países como España o Italia.

Podemos enumerar como algunas de las causas de dicha complejidad los siguientes factores:

- Diversidad de parámetros sociales: lo primero que salta a la vista es la diversidad de actores y la complejidad que ello conlleva con sus diferentes conceptos, cotizaciones, bases imponibles, umbrales... Existe, por un lado, una parte obligatoria (seguridad social, paro y jubilación), pero, por otro lado, una parte facultativa (ciertos complementos de previsión social o de salud).
- La pluralidad de convenios colectivos: su característica principal es que son la emanación de una voluntad consensuada entre empresas y trabajadores que fijan elementos ligados a la remuneración como los salarios base, complementos, vacaciones...
- Voluntariedad de ciertas partes: algunas coberturas de previsión social o de salud son voluntarias y se dejan a la libre negociación

de las partes, por lo que la casuística en la práctica es enorme y en cada caso particular tendrá una expresión diferente en el recibo de salario.

- Las medidas de fomento del empleo: se traducen en una reducción de las cotizaciones, en reembolsos, en subvenciones para el empresario...
- La rapidez del progreso informático: la facilidad de cálculo y de expresión de todos los conceptos a los que se ha querido dar constancia documental se ha visto potenciado por las funcionalidades que ofrecen las nuevas tecnologías de tratamiento de la información.

Los actores sociales, así como el gobierno y el legislador en general han ido tomando conciencia de la complejidad que se iba acumulando con el paso de los años. En este camino hay que destacar el Rapport Turbot de 1996 sobre la simplificación del *bulletin de paie*, así como el Rapport Warsmann de 2011, sin que hasta la fecha se haya producido una gran reforma legislativa al respecto.

3.3. Aclaración de conceptos propios del «bulletin de paie»

A continuación, detallaremos algunos conceptos jurídicos exclusivos del ámbito salarial francés que requieren de una explicación más detallada, al no encontrar equivalente en la realidad española.

NAF (Nomenclature d'activités française): Es un catálogo de actividades productivas principalmente elaborado para facilitar la organización de la información económica y social. Sería el equivalente a nuestro CNAE (Catálogo Nacional de Actividades Económicas), un elenco de todas las actividades codificadas y reconocidas para su correspondiente imposición fiscal o ante la Seguridad Social.

SIRET (Système d'identification du répertoire des établissements): Es el número de identificación de fiscal de las empresas en Francia, equivalente a nuestro CIF (Código de Identificación Fiscal). El código SIRET precedido de las siglas identificativas de Francia (FR) se convierte en el código de identificación como operador intracomunitario.

URSSAF (Union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales): En Francia, estos organismos se encargan de

recaudar las cotizaciones de la seguridad social y de subsidios familiares. Son organismos privados con una función de servicio público.

HS: Son las siglas correspondientes a *heures supplémentaires*. En Francia es como se denominan las horas extraordinarias, es decir, por encima de la jornada pactada. Es preciso matizar que en España se distingue entre horas extraordinarias y horas complementarias, siendo estas últimas las que se realizan en los contratos a tiempo parcial.

CSG (Contribution sociale généralisée): Se creó en 1991 para contribuir a la financiación de la deuda de la Seguridad Social, estableciéndose en un 2,40% de aportación calculada sobre el 95% del salario bruto. Esta contribución nació en un clima de gran escepticismo, pero tras varios vaivenes normativos, finalmente ha quedado consolidada en la nómina vigente.

RDS (Remboursement de la dette sociale): El 1 de febrero de 1996 se añadió el RDS, una nueva aportación soportada únicamente por el trabajador destinada a sufragar los déficits acumulados de la deuda social. En un principio, nació solamente con una vigencia de 13 años, sin embargo, ha pervivido durante el tiempo.

Conclusiones

Según lo expuesto en el presente trabajo, podemos concluir que es fundamental para el traductor jurídico dominar el conocimiento temático para poder afrontar con éxito una traducción de este ámbito. Hemos pretendido dar algo de luz sobre unos conceptos y términos que se suelen manejar en la vida cotidiana sin saber exactamente a qué están referidos.

Pensemos la ardua labor que supone para el traductor jurídico llegar a realizar su labor de traslación de una lengua a otro cuando ni siquiera un empresario tiene obligación de conocer la terminología utilizada en los recibos individuales de salarios ya que esta es una cuestión que se suele delegar bien al departamento de recursos humanos, bien a una asesoría laboral. Sin embargo, sí se le pide al traductor jurídico un conocimiento más profundo del tema que a los propios actores (empresarios y trabajadores) del ámbito que nos ocupa.

Hemos intentado aclarar todo el escenario conceptual que rodea al mundo del salario y de la nómina ya que no se puede entender que sea

posible trasvasar de una lengua a otra dicha terminología sin conocer las realidades sociales a las que hacen referencia.

Entendemos que nuestra labor no debe ir más allá de dicha clarificación conceptual puesto que las soluciones traductológicas deberán ser aportadas por el traductor jurídico, que estará obligado en su labor a seguir diferentes opciones según el contexto o la finalidad del encargo de traducción que esté llevando a cabo. En el par de lenguas francés-español habrá una mayoría de casos en los que tanto léxica como conceptualmente podemos encontrar equivalentes, pero en otros casos (y aquí radica la labor de un buen traductor jurídico), la solución pasará por un calco, por una naturalización del término o por una perífrasis explicativa.

Referencias bibliográficas

Dictionnaire le Petit Larousse. Paris: Larousse, 2006.

FERRER LÓPEZ, M. A. *Cómo confeccionar nóminas y seguros sociales*. Deusto, 2004.

MONTOYA MELGAR, A. *Derecho del Trabajo*. Editorial Tecnos, 1995.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*. Madrid, 2001.

TURBOT, P. Commission de simplification du bulletin de salaire. *Rapport au Ministre du Travail et des Affaires Sociales*, 1996.

TURBOT, P. *Le bulletin de salaire*. Presses Universitaires de France, 1995.

WARSMANN, J. L. La simplification du droit au service de la croissance et de l'emploi. *Rapport au Président de la République*, 2011.

Sumario

M. ^a CARMEN AGUILAR CAMACHO (Universidad de Córdoba) <i>Los tratados de la moral del amor en Francia, a través del Discours sur le sentiment d'une dame qui croyoit que l'amour convenoit aux femmes, lors même qu'elles n'étoient plus jeunes y su recepción en España</i>	3
MANUELA ÁLVAREZ JURADO (Universidad de Córdoba) <i>Multimodalidad, publicidad y traducción de páginas web de bodegas</i>	19
M. ^a . DEL CARMEN BALBUENA TOREZANO (Universidad de Córdoba) <i>Trasvases culturales de la literatura al cine: el proyecto Literaturverfilmung (DE/FR-ES)</i>	43
ÁNGELES GARCÍA CALDERÓN (Universidad de Córdoba) <i>Un autor olvidado de relatos históricos: Paul Lacroix "Le Bibliophile Jacob"</i>	53
CRISTINA HUERTAS ABRIL & JOSÉ MARÍA CASTELLANO MARTÍNEZ (Universidad de Córdoba & Universidad Loyola Andalucía) <i>La complejidad de la traducción de los textos turísticos en los binominos francés-español e inglés-español</i>	79
JOSÉ ANTONIO RUIZ SÁNCHEZ (Universidad de Córdoba) <i>La traducción francés-español de documentos jurídicos: la terminología en la nómina y la fiche de paie</i>	103