

ISSN: 1579-9794

Análisis y caracterización de las guías turísticas de buceo recreativo: el caso de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* y su traducción al español

Analysis and characteristics of recreational diving tourist guides: study of *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* and its translation into Spanish

MARÍA PASCUAL PEÑA
u62papem@uco.es
Universidad de Córdoba

Fecha de recepción: 19/02/2024

Fecha de aceptación: 02/09/2024

Resumen: El turismo de aventuras es un segmento del turismo activo que ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, lo que ha generado un gran volumen de textos escritos y publicados en diferentes lenguas. Existen diversas modalidades de turismo de aventura que se caracterizan, principalmente, por la búsqueda de experiencias que impliquen un cierto nivel de riesgo. En este trabajo nos centramos en el análisis y caracterización de una guía turística de buceo recreativo en la Polinesia Francesa que evidencia la hibridez lingüística de esta tipología textual y en la que encontramos rasgos propios de los textos turístico-promocionales, científico-técnicos y jurídicos. A través de esta conjunción de elementos, profundizamos en la necesidad de especialización del traductor. Asimismo, realizamos una propuesta de traducción del material seleccionado, un texto representativo del sector y de esta hibridez lingüística. Por último, analizamos las estrategias traductológicas utilizadas para dar solución a problemas y dificultades que nacen de traducir textos de esta tipología y obtener, de este modo, un texto meta de gran calidad, que se ajuste a las singularidades propias de la guía de buceo analizada.

Palabras clave: Buceo, Guía de turismo, Hibridez textual, Análisis traductológico, Estrategias de traducción

Abstract: The aim of this work is to translate tourist texts, especially those describing activities that can be practised under the sea, such as scuba diving. The practice of this activity is part of adventure tourism, which in recent years has experienced an undeniable growth, as tourists can enjoy unforgettable and thrilling experiences, thanks to their active participation. In this paper, we

present an overview of the modalities offered by this type of tourism, and we study, in greater depth, scuba diving, as well as the different textual genres and their particularities. The focus is on the characteristics of tourist guides and the features of the selected material. The textual and linguistic hybridity of this type of text is highlighted, as well as the combination of elements from advertising, scientific-technical and legal texts. Finally, a translation of the selected tourist guide is proposed, and the translation strategies implemented are analysed, to maintain the representative characteristics of this type of texts and its linguistic hybridity.

Keywords: Diving, Tourist guide, Hybridity, Translation analysis, Translation strategies

INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como finalidad constatar que la complejidad e hibridez de los textos turísticos, en los que convergen la traducción editorial y divulgativa con la traducción técnica, requiere de profesionales especializados para hacer frente y solventar los retos lingüísticos-discursivos a los que se enfrentan en el proceso traslativo. Para definir la complejidad del texto turístico nos apoyamos en la definición de K. Reiss (1996, p. 157), que lo define como «aquella tipología textual que puede integrar más de un tipo de texto». Es decir, el texto turístico, pese a definirse atendiendo a rasgos específicos macro y microtextuales, integra propiedades de otros géneros textuales como pueden ser los textos científico-técnicos, textos publicitarios, textos jurídicos, etc.

Partiendo de esta constatación, sustentamos este estudio en los objetivos específicos que exponemos a continuación. En primer lugar, definir las características de esta tipología textual a través del análisis del texto seleccionado, *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles*. A través de dicho texto, pretendemos mostrar cómo las guías turísticas de carácter descriptivo y promocional, que poseen una estructura y apariencia sencilla, pueden contener elementos lingüísticos y terminológicos de una gran especialización. En consecuencia, es necesario analizar el texto en profundidad para, posteriormente, llevar a cabo una correcta traducción de este. Es decir, con el fin de poder trasladar los rasgos singulares del texto origen al texto meta es imprescindible conocer las características que definen esta guía. Asimismo, para mostrar la hibridez del texto, llevamos a cabo la propuesta de traducción (FR>ES) de una selección de fragmentos del texto en cuestión. Dicha propuesta viene avalada mediante la explicación detallada de las decisiones adoptadas a partir de la taxonomía de técnicas y procedimientos de traducción que recopila la obra de Hurtado Albir (2001, pp. 241-330). De este modo, queremos constatar la importancia de la adecuada

formación del traductor en el sector y reivindicar la necesidad de especialización en la traducción turística.

1. METODOLOGÍA

Nuestro estudio no podría entenderse sin la necesaria contextualización y delimitación teórica del turismo de aventuras y su modalidad de buceo. Por tanto, llevamos a cabo la requerida revisión bibliográfica, recurriendo a fuentes oficiales y publicaciones de organismos especialistas en esta temática, como la Organización Mundial del Turismo (OMT). Seguidamente, realizamos un minucioso análisis pretraslativo del texto seleccionado, una guía turística sobre la práctica de buceo en la Polinesia Francesa. Este análisis, centrado en las características que definen el texto, es imprescindible para poder trasladar de forma adecuada los rasgos del texto origen al texto meta. Esta guía, además de la finalidad propia de un texto turístico, es decir, la promoción del destino turístico como idóneo para la actividad del buceo, supone un ejemplo claro de la complejidad que entraña el texto turístico, en el que se combinan características propias de diferentes géneros textuales. Esto evidencia la hibridez de este tipo de textos. Así, se exponen los rasgos lingüísticos que caracterizan al texto y definen el turismo de buceo a nivel textual (análisis lingüístico y discursivo, niveles de estructura, aspectos léxico-semánticos, sintácticos, etc.). Para el estudio de estos aspectos nos basamos en las categorizaciones de Calvi (2010, pp. 22-28).

Por último, proponemos una traducción en español de fragmentos que reflejan las características analizadas y exponemos los resultados: dificultades de la traducción y las soluciones adoptadas para la creación de un texto coherente y de calidad en la lengua meta. Dicha justificación se sustenta mediante la relación de técnicas de traducción compilada por Hurtado Albir (2001, pp. 256-286). A saber: adaptación, ampliación lingüística, amplificación, calco, compensación, compresión lingüística, creación discursiva, descripción, equivalente acuñado, generalización, modulación, particularización, préstamo, reducción, sustitución, traducción literal, transposición y variación.

2. EL BUCEO RECREATIVO COMO MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURAS

El turismo de aventuras es un tipo de turismo activo en el que el turista busca experiencias que requieran esfuerzo físico e impliquen un cierto nivel de riesgo. Además, este tipo de turismo suele realizarse en entornos naturales, escasamente alterados y de gran valor ambiental, con destinos lejanos o exóticos, como es el caso de la Polinesia Francesa, destino que se describe en el texto seleccionado.

Este estudio se centra en el turismo de aventuras en su modalidad de buceo. Según la definición de la Organización Mundial de Turismo, esta actividad hace referencia a:

Las personas que viajan a destinos, siendo la práctica del buceo el principal propósito de su viaje. La atracción del destino está casi exclusivamente relacionada con su calidad de buceo, más que cualquier otro factor, como la calidad del alojamiento o atracciones terrestres. (UNWTO, 2001, p. 85)

Es relevante analizar, por sus características sociodemográficas específicas al público de este tipo de práctica y sus motivaciones principales. En su estudio *Vulnerability of Marine Mammals to Diving Tourism Activities. New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability, Management*, Garrod y Goslin (2008) exponen las características propias del turista que practica buceo en sus viajes. Estos turistas se caracterizan por ser habitualmente varones jóvenes o de mediana edad (entre 29 y 40 años) con un alto nivel de formación académica, estudios universitarios en la mayoría de los casos. Otro rasgo significativo es que tienden a elegir destinos turísticos lejanos a su lugar de residencia y se alojan en estos durante largos periodos de tiempo, una media de 10 días. Durante sus prolongadas estancias, combinan el turismo de aventura en su modalidad de buceo con otras experiencias complementarias como el turismo gastronómico, que atrae al 70 % de estos turistas o el turismo de compras, practicado por un 54 % de ellos. La mitad de estos turistas también practican el ocio nocturno y, en menor medida, realizan actividades culturales (solo un 13 % de ellos).

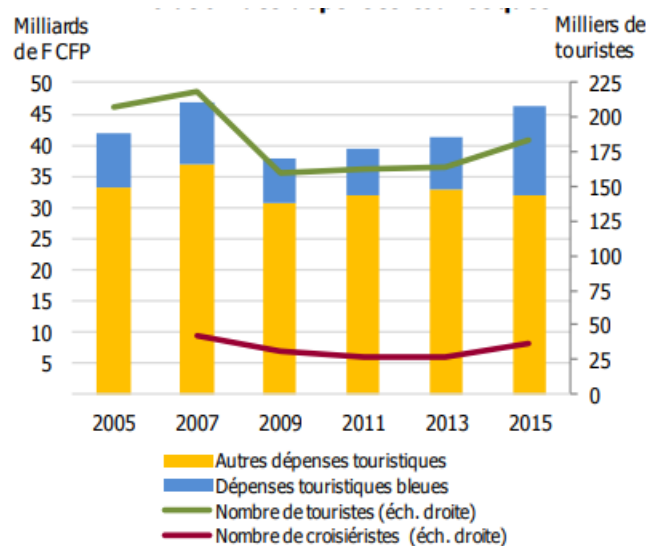
A pesar de ser un tipo de turismo especializado y que requiere un alto nivel económico, destaca por su popularidad. El hecho de que los turistas, cuya motivación de viaje sea el buceo, estén dispuestos a gastar más puede llegar a ser un aspecto positivo para los destinos especializados en este segmento. Estos turistas buscan exclusividad y una experiencia única a la vez que completa. Por esta razón, suelen elegir destinos remotos o poco frecuentados, destinos considerados como exóticos y que se alejan de las costas masificadas. Esto se debe a que buscan zonas que se caractericen por la alta calidad de sus aguas y, en general, un buen estado de conservación ambiental con el fin de poder disfrutar de unas condiciones óptimas durante sus inmersiones. El atractivo de estas zonas se refleja a través de varios factores, como el buen estado del ecosistema marino, libre de contaminación y protegido gracias a una normativa actualizada (en este caso, debemos hacer referencia al *Arrêté n° 199 CM du 15 février 2018* y su modificación posterior mediante el *Arrêté n° 1613 CM du 8 août 2019*, impulsado por el Gobierno de la Polinesia Francesa). Asimismo, destaca la diversidad de puntos de inmersión, que permite observar una gran variedad

de atractivos naturales, lugares donde la práctica se pueda llevar a cabo con buena visibilidad. Asimismo, les atrae la abundancia de fauna y flora marina autóctona. Por último, la presencia de operadores turísticos especializados en turismo de aventura y buceo, junto con la oferta turística complementaria variada y satisfactoria, conforma un gran atractivo para el turista. Teniendo todo ello en cuenta, exponemos, a continuación, una serie de datos que apoyan la relevancia de este tipo de turismo y el impacto económico del mismo.

Los mercados emisores de personas que realizan la práctica de buceo son las potencias mundiales como Estados Unidos, Europa o Australia. Es decir, países ricos en los que la población de clase alta puede acceder y permitirse viajes a destinos exóticos y lejanos a su lugar de origen, como pueden ser las Islas Caimán o zonas del Pacífico como la Polinesia Francesa. Estos destinos se caracterizan por una gran calidad del ecosistema marino, en los que hay productos turísticos específicos de buceo y que proporcionan una oferta turística exclusiva y personalizada, que se diferencia por su calidad.

Si nos centramos en el territorio de la guía que analizamos en este estudio, la Polinesia Francesa, las estadísticas y tendencias varían de forma sutil con respecto a otros destinos. El *Institut national de la statistique et des études économiques* (INSEE), considera el *tourisme bleu* (turismo azul) como el conjunto de las actividades turísticas realizadas en las ciudades costeras. Según el informe de *Comptes Économiques Rapides de l'Outre-Mer* (CEROM)¹, *L'économie bleue en Polynésie Française* (2016, p. 4), el gasto de los turistas en actividades relacionadas con el turismo azul, en el año 2015, se estima en 14 400 millones de Francos CFP, de los cuales, unos 300 millones corresponden a actividades de buceo (una actividad de ocio que atrae entre el 15 % y el 20 % de los turistas). Como consecuencia, los ingresos del turismo azul casi se han duplicado en una década, mientras que el gasto total en turismo solo ha crecido un 10 %.

¹ Proyecto creado en 2003 y formalizado en 2004 a través de un acuerdo entre 7 instituciones colaboradoras, cuya finalidad es establecer un marco estadístico para analizar la evolución reciente de la situación económica de los territorios franceses de ultramar. Las instituciones colaboradoras son: *Institut National de la Statistique et des Études Économiques* (INSEE), *Institut d'Émission d'Outre-Mer* (IEOM), *Institut d'Émission des Départements d'Outre-Mer* (IEDOM), *Agence Française de Développement* (AFD), *Institut de Statistique de Polynésie française* (ISPF), *Service du Plan et de la Prévision Économique de Polynésie française* (SPPE), *Institut de la Statistique et des Études Économiques de Nouvelle-Calédonie* (ISEE).



Gráfica 1. Evolución del gasto turístico

Fuente. *L'économie bleue en Polynésie Française*, CEROM (2016)

La gráfica 1 nos muestra el elevado gasto en actividades turísticas relacionadas con el turismo azul, que supera al desembolso de los turistas en otras formas de turismo, desde el 2005 hasta 2015. Durante el período comprendido entre 2007 y 2009, podemos observar una notable disminución en la llegada de turistas, así como en su gasto. Esto se debe a la crisis global que, en 2008, afectó de manera negativa a todos los sectores económicos, incluido el turismo. No obstante, se ha registrado una recuperación positiva en el sector turístico y podemos apreciar que el gasto en turismo azul no solo se mantuvo después de esta recesión, sino que continuó aumentando y ganó terreno a otros gastos de los turistas. De hecho, se observa como en 2015 se produce una disminución en el gasto general turístico en favor del gasto en actividades relacionadas con el *tourisme bleu*, en el que se incluye el buceo como una modalidad de turismo de aventuras.

El beneficio económico que nace de esta actividad, unido al origen mayoritariamente internacional de los turistas, provoca que surjan y se redacten textos de carácter turístico, como es la guía que analizamos en este estudio. Estos factores también evidencian la relevancia de que sean profesionales especializados los encargados de realizar la traducción, de modo que estas alcancen los estándares de calidad exigidos.

3. LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS TURÍSTICOS: CONTEXTO, PROBLEMAS Y DIFICULTADES

Debemos ser conscientes de la relevancia de esta tipología textual antes de comenzar a describir las características específicas del texto seleccionado para nuestro estudio. Cuando planean un viaje y llegan al lugar de destino, los turistas consultan folletos o guías, ya sea en formato papel o en línea, siendo este último el más común en la actualidad. Estos textos están dirigidos a un público internacional muy diverso; por lo tanto, han de ser traducido a diferentes lenguas. De ahí la importancia de la especialización en este tipo de material. A pesar de que el texto turístico suele considerarse simple y accesible, su traducción presenta dificultades que, en un primer momento, pueden pasar desapercibidas al lector. Este estudio tiene como objetivo demostrar la complejidad y naturaleza híbrida de los textos turísticos, que combinan elementos de la traducción editorial y divulgativa con la traducción técnica y, por ello, requieren de profesionales especializados capaces de enfrentarse y superar los posibles desafíos que conlleva la traducción.

Para comprender la complejidad de los textos turísticos, recurrimos a la definición de Reiss (1996, p.157) que los denomina como «textos complejos», haciendo referencia a «la tipología textual que puede integrar más de un tipo de texto». Es decir, aunque el texto turístico compone por sí mismo una categoría específica, con características propias que lo definen, también incorpora rasgos de otros géneros textuales como, por ejemplo, peculiaridades de los textos publicitarios, históricos, gastronómicos e, incluso, de los textos científico-técnicos. Esta autora también advierte de la complejidad desde un punto de vista translativo: «Es obvio que la traducción de estos tipos de texto complejos requiere una competencia textual mucho más amplia que la traducción de tipos de texto que no admiten combinaciones» (Reiss, 1996, p. 157).

En líneas generales, la traducción de textos turísticos implica traducir textos que, además de proporcionar información al turista, tienen como fin persuadir al lector para que visite un lugar específico o practique actividades específicas en dicho lugar. Existen disparidad de opiniones a la hora de definir el texto turístico. Por un lado, Kelly (1997, p. 35) lo define como «any text published by a public or private organisation of any kind intended a) to give information to any kind of visitor or b) to advertise a destination (city, hotel, restaurant, etc.) and encourage visitors to go there». Fischer (2004; citado en Martín, 2013, p. 573) aporta una definición más sencilla a la de Kelly, y describe el texto turístico como «todo escrito dirigido al público general, y al no autóctono en especial, que informa sobre las cualidades de un lugar o sugiere su visita». Por otra parte, Nobs (1996) otorga mayor importancia a las

diferentes funciones del lenguaje presentes en los textos turísticos, donde podemos distinguir la función informativa, que proporciona datos objetivos del destino, y la apelativa, que interpela al lector, llama su atención con referencias a sus emociones e intenta conmoverlo para aumentar la probabilidad de que este visite el destino.

3.1. Rasgos del lenguaje turístico y problemas de traducción

La heterogeneidad del lenguaje turístico provoca que este muestre unas características determinadas por la perspectiva del autor que puede ser económica, sociológica o incluso geográfica. La gran variedad de textos turísticos ha provocado que el lenguaje utilizado se considere de especialidad. Con el objetivo de caracterizar el lenguaje turístico, nos apoyamos en la descripción del lenguaje de especialidad descrita por Cabré (1993, p. 151).

Los textos turísticos se caracterizan por su estilo nominal y la importante presencia de adjetivación. Las descripciones de los destinos se apoyan en adjetivos que muestren las características del lugar, sus costumbre y atractivos. La función apelativa, propia de este tipo de textos, provoca que las funciones de estos adjetivos sean valorativas o afectivas y de carácter positivo («insuperable», «magnífico», «espléndido»). Asimismo, es común el uso de comparativos y superlativos. Los enunciados suelen ser concisos y directos para lograr que el público o lector lo entienda sin dificultades y, con el objetivo de llamar su atención, se recurre con frecuencia al imperativo y las preguntas retóricas.

Desde una perspectiva léxica, el texto turístico se caracteriza por la abundancia de extranjerismos. Por consiguiente, en esta tipología textual no escasean los calcos o préstamos lingüísticos. La tarea del traductor se ve dificultada por el léxico híbrido del texto turístico en el que encontramos terminología especializada, así como la presencia de *culturemas* o recursos estilísticos que pretenden embellecer el texto mientras se mantiene la función poética y emotiva.

En un plano funcional, distinguimos diversas funciones organizadas de manera jerárquica, y nos encontramos ante una principal y otras secundarias. La función que predomina y suele ser principal en los textos turísticos es la referencial. Sin embargo, dependiendo del tipo de texto al que nos enfrentemos (folleto, guía), podemos observar diversas funciones secundarias como la fática, emotiva, apelativa o poética (Jakobson, 1984, pp. 347-366).

Finalmente, es fácil reconocer la tipología a la que pertenece cada texto turístico gracias a su apariencia formal. Este plano formal se caracteriza por

las numerosas imágenes y elementos no lingüísticos que sirven de apoyo a las descripciones propias de este tipo de textos, que ayudan a que el lector tenga una imagen más nítida de lo que observará si viaja al destino descrito (Muñoz, 2012, p. 105). Dicho elemento ayuda a llamar su atención y persuadirlo.

Es esencial que el traductor conozca estas características inherentes al texto turístico para que pueda enfrentarse a los posibles problemas y dificultades surjan durante el proceso de traducción. A continuación, citamos los problemas de traducción más frecuentes y generales: falta de claridad en el encargo, *culturemas*, lenguaje positivo y poético y frases ambiguas o dobles sentido.

3.1.1. Falta de claridad en el encargo

Uno de los problemas iniciales a los que el traductor debe enfrentarse es la escasez de información en el encargo de traducción. Si el traductor no está familiarizado con el destinatario del texto, resulta difícil adaptar el vocabulario y el contenido del texto original al meta. Además, el traductor debe comprender la relación entre el discurso y el contenido visual a modo de fotografías y elementos gráficos que es abundante y se inserta a lo largo del texto turístico. Si nos basamos en Nord (2009, p. 221), es fundamental identificar y considerar la finalidad o función del texto origen (TO) que se va a traducir, así como la función del texto meta (TM). Es decir, la coherencia y cohesión entre los elementos verbales y no verbales, así como conocer bien la finalidad del TO y el TM son claves para obtener una traducción de calidad.

3.1.2. Culturemas

La traducción de los referentes culturales que abundan en el texto turístico también supone una dificultad para el traductor. Es necesario emplear diversas estrategias de traducción según el término en cuestión, con el fin de evitar errores. Por lo general, y para facilitar la comprensión del texto al lector, el traductor se ve obligado a explicar el elemento cultural a través de estrategias como la descripción, explicación o adaptación, entre otras. Las referencias culturales suelen mantenerse para conservar el exotismo del TO en el TM y captar la atención del lector. Además, esto ayuda a que el lector reconozca y se familiarice con estos términos cuando visite el destino turístico.

En resumen, el traductor debe evaluar las diversas opciones y estrategias de las que dispone y seleccionar la técnica de traducción que considere más apropiada en función del *culturema* ante el que nos encontremos, el contexto del TO y su finalidad. Su objetivo primordial es

lograr obtener una traducción de calidad y garantizar la coherencia del texto meta en la cultura receptora.

3.1.3. Lenguaje positivo y poético

Los textos turísticos suelen emplear un lenguaje que evoca connotaciones positivas y evita toda valoración negativa, con el objetivo de generar una impresión favorable en el lector, captar su atención y ganar su confianza; para hacer que se sienta atraído y visite el destino turístico. Para lograr este efecto en el TM, el traductor debe reflejar estas características. Ello supone un desafío considerable para el traductor, quien también debe «embellecer» su traducción y transmitir esa misma sensación.

3.1.4. Frases ambiguas o doble sentido

Los textos turísticos, en especial los de naturaleza promocional o publicitaria, suelen contener eslóganes que se basan en frases ambiguas o utilizan el doble sentido, lo que complica la labor del traductor. En estos casos, el traductor debe seguir las instrucciones del encargo y utilizar diversas estrategias como la omisión, compensación o modificación del eslogan original. Estos eslóganes o frases ambiguas se caracterizan por ser evocadoras, atractivas, directas y concisas, lo que implica que el traductor dispone de un número limitado de palabras para expresar el mensaje del TO en el idioma del TM y, al mismo tiempo, debe guardar su estética y sonoridad.

4. LA GUÍA: *LE GUIDE DE LA PLONGEE SOUS-MARINE A TAHITI ET SES ILES*

Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles es una guía turística, especializada en la práctica del buceo en las islas de Tahití y se encuentra disponible en la página web oficial de turismo de Tahití, *Tahiti Tourisme*.

Este organismo se crea con el objetivo principal de promover el turismo la Polinesia francesa y generalmente se refiere a las islas que lo conforman como «Las islas de Tahití». Esto se debe a que, popularmente, se toma como punto de referencia a la isla de mayor tamaño de toda la Polinesia, donde se encuentra la capital administrativa (Papeete) y el aeropuerto que da acceso internacional al territorio. Por lo tanto, los turistas internacionales que viajen a las diferentes islas por vía aérea deberán llegar a ellas a través de Tahití. *Tahiti Tourisme* se considera un organismo de tipo DMO (*Destination Marketing Organization*), encargado de gestionar el *marketing*, la publicidad y la promoción de eventos en la Polinesia Francesa. Además, se dedica a comercializar el destino turístico mediante la creación de una marca distintiva y reconocible, con el objetivo de establecer su posición a nivel internacional.

El texto se presenta en un formato digital, lo que permite su fácil accesibilidad al público y, además, puede descargarse y se puede acceder a él sin conexión a internet. Sin embargo, desconocemos si la guía se ha difundido a través de impresiones sobre papel. El objetivo principal del texto es exponer y describir las islas de la Polinesia Francesa como destino turístico de buceo, señalando los diferentes puntos de inmersión para la práctica de esta tipología turística. Además, busca resaltar la belleza y calidad del entorno, así como incluir productos turísticos que complementen la experiencia de buceo. Su propósito principal es promocionar la zona como un destino turístico ideal, especialmente para los amantes del buceo.

4.1. *Rasgos lingüísticos y discursivos del texto original*

En este apartado analizamos los procedimientos y recursos que utiliza el texto para alcanzar su propósito comunicativo y, a su vez, mostramos las herramientas y elementos que caracterizan y componen el texto. Mediante ejemplos extraídos de la guía, profundizamos en las características del texto y, en base a estas, clasificamos el texto en un género discursivo y, de este modo, podemos determinar la tipología textual asociada a este género.

Si nos basamos en la propuesta de clasificación de géneros discursivos presentada por Calvi (2010, pp. 22-28), podemos determinar que el presente texto se sitúa en una categoría intermedia entre el género editorial, ya que responde a la información demandada por el turista, y el género comercial, porque la guía ha sido creada por un organismo con fines publicitarios y de *marketing* cuyo objetivo principal es promover la Polinesia Francesa como destino turístico atractivo. Con respecto al macrogénero, este texto se presenta como una guía turística que abarca tanto información general del destino como detalles específicos sobre el turismo de aventuras en el que se especializa esta guía, el buceo. La guía proporciona descripciones sobre el pasado histórico del destino, su geografía y la posibilidad de experimentar la actividad de buceo en sus costas. Se proporciona información detallada sobre enclaves destacados para la inmersión, los arrecifes y las escuelas de buceo, así como datos sobre la vida marina que se encuentra en sus aguas. Estos detalles se acompañan de fotografías y mapas que ilustran las diferentes islas que conforman la Polinesia Francesa e incluye información específica sobre Tahití, Moorea, Huahine, entre otras. Estas descripciones resaltan las características que distinguen a dichas islas. Al final de la guía, se proporciona un listado de las escuelas, empresas y centros de buceo, organizados por islas, donde se incluye información sobre cada entidad, así como su ubicación y datos de contacto.

Podemos concluir que la guía de turismo es un género discursivo de carácter muy híbrido, con frecuentes variaciones de estilo. Es decir, a lo largo

del texto, observamos cómo se entrelazan varios géneros discursivos. En primer lugar, el género discursivo publicitario, muy característico de los textos turísticos que, en este caso, pretende vender la imagen idílica del destino turístico. Por otra parte, el género discursivo científico, relacionado con la biología marina, las especies de animales marinos que encontramos en las islas, los ecosistemas allí presentes y la morfología del territorio, así como aspectos más técnicos que se abordan a través de las especificaciones sobre la práctica del buceo como modalidad deportiva, que se encuadra en el turismo de aventuras. Por último, podemos distinguir elementos propios del lenguaje jurídico en el apartado sobre reglamentación.

Comenzamos analizando las evidencias del género discursivo publicitario en el texto. La guía comparte con los textos publicitarios la preferencia por la claridad de la exposición y la síntesis informativa, dado que persigue el mismo fin: captar la atención del consumidor potencial. Rechaza, por tanto, las descripciones excesivamente largas que puedan distraer al lector del mensaje que el texto quiere transmitir. Por otra parte, a pesar de tratarse de una guía turística en la que predomina la tipología textual descriptiva y cuya función principal es informar (esta característica la diferencia principalmente de las guías prácticas), las descripciones que observamos en el texto se exponen de forma breve y concisa. El objetivo de estas es que el mensaje sea captado por el lector de forma rápida y que las ideas calen en él.

De igual modo, el análisis de su tipología textual demuestra que las descripciones tienden a tener un carácter subjetivo. A través de un lenguaje positivo, se trata de convencer al lector para que visite el destino turístico. Ejemplos de esta subjetividad son el uso de verbos de percepción (véase imagen 1) y de adjetivos de carácter positivo (véase Imagen 2) insertos en un lenguaje un tanto poético que observamos en el texto.

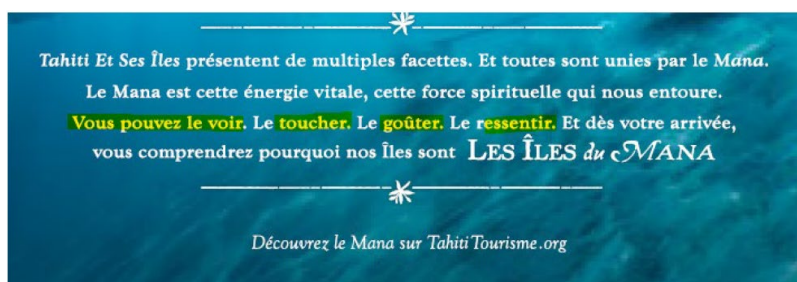


Imagen 1. Verbos de percepción

Fuente. *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 2)

Les conditions sont excellentes et les sites accessibles à tous. Le lagon, cadre sécurisant et confortable, est l'endroit idéal pour effectuer votre baptême de plongée, vous perfectionner et partir à la découverte d'une faune récifale exceptionnelle. Les plongées se déroulent généralement aux abords des passes. Vous

Imagen 2. Lenguaje positivo

Fuente. *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 18)

Constatamos, por tanto, que en los textos turísticos predomina el estilo publicitario que se caracteriza, principalmente, por un lenguaje positivo, ponderativo y envolvente, con una evidente función persuasiva.

Asimismo, la guía cuenta con elementos visuales, como imágenes y fotografías, que complementan al texto y que buscan evocar las emociones expresadas a través del lenguaje positivo descrito anteriormente. En efecto, el texto de la imagen 1, en el que aparecen verbos de percepción, se encuentra inserto en una imagen que ocupa la mayor parte de la página (véase Imagen 3).



Imagen 3. Elemento visual de la guía

Fuente. *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 2)

La imagen que crea en el lector este elemento visual (Imagen 3) se opone a otras fotografías que aparecen en la guía, a través de las que se pretende transmitir la calma que unas vacaciones paradisíacas en estas islas

aportarían al lector (véase Imagen 4). Esta imagen se acompaña de la palabra *relaxation*, en el inferior de la imagen, aportando aún más fuerza a la fotografía.

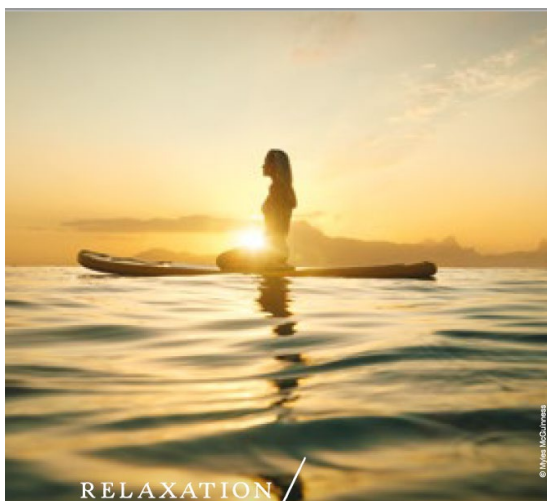


Imagen 4. Elemento visual de la guía

Fuente. *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 2)

A través de estas imágenes, el lector y turista potencial experimenta las emociones positivas que se intentan transmitir en el texto. El apoyo en elementos visuales refuerza de manera significativa la imagen del destino turístico en la mente del lector, haciéndolo más atractivo.

Con respecto al género discursivo científico, este aparece, principalmente, en el apartado *La protection des espèces sous-marines*. En esta sección, a través de un vocabulario que pertenece al ámbito de la biología, se describe el hábitat y la fauna submarina que podemos apreciar durante las sesiones de buceo. En este apartado se aprecian las características del texto divulgativo, una tipología de los textos científico-técnicos que va dirigida a un público general y que no necesariamente tiene que ser especialista en la materia.

Este carácter científico-técnico se ve reflejado en el uso de términos especializados. En el texto que analizamos, esta terminología se evidencia en el léxico que pertenece al ámbito de la biología. Además, el lenguaje se caracteriza por su objetividad y neutralidad y el uso de la tercera persona (véase Tabla 1).

Modo indicativo y uso de la tercera persona	<i>Les passes délimitent deux écosystèmes. Elles permettent de compenser le sur-remplissage du lagon consécutif à l'action de la houle. L'excès d'eau s'évacue vers l'océan provoquant des courants parfois violents.</i>
Terminología científica-técnica	<i>Les éléments nutritifs (zooplacton principalement, et phytoplacton), générés dans le lagon sont alors évacués vers le large.</i>

Tabla 1. Elementos de carácter científico-técnico

Fuente. Ejemplos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 10)

El estilo científico se caracteriza también por el empleo de una terminología técnica y evitar el uso de un lenguaje figurado o metafórico (Lemke, 1997, pp. 145-146). Podemos observar estas características en el siguiente ejemplo, extraído del texto origen que analizamos (véase imagen

courants parfois violents. Les éléments nutritifs (zooplancton principalement, et phytoplancton), générés dans le lagon sont alors évacués vers le large. Cette masse de nourriture provoque la sédentarisation de la faune sous-marine.

5).

Imagen 5. Características del estilo científico

Fuente. *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 10)

Como podemos observar, en el fragmento aparece terminología especializada del ámbito de la biología y la microbiología marina, que se inserta en el texto turístico. Esto demuestra la hibridez de la guía turística y supone una dificultad para el traductor, que debe conocer no solo el lenguaje característico de los textos turísticos, sino también el lenguaje científico y especializado al que pertenecen estos términos. Este hecho también se ve reflejado en otros fragmentos de la guía, donde observamos que ciertas características de los textos jurídicos se insertan en el texto turístico. Con el fin de ejemplificar lo anterior, debemos centrarnos en el apartado *Réglementation*, donde se incorporan elementos normativos, así como la mención a organismos oficiales, propios del lenguaje turístico (véase Imagen 6).

les passes. Vous pouvez télécharger les PGEM de Moorea et de Fakarava sur le site Internet du Service de la Pêche de Polynésie Française : www.pecche.pf

Imagen 6. Organismos oficiales

Fuente. Ejemplo extraído de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 105)

En la siguiente tabla, recogemos una síntesis de las características léxicas que presentamos gracias al estudio de la interrelación entre campos léxicos. En la tabla siguiente, hemos diferenciado los términos especializados de los términos del lenguaje común (véase Tabla 2).

Biología marina		Buceo		Normativa		Léxico tahitiano
Común	Especializado	Común	Especializado	Común	Especializado	
Dauphins	<i>Tursiops truncatus</i>	Plongée	Passes	Réglementation locale	CMAS	Ou'A
Espèces menacées	<i>Megaptera novaeangliae</i>	Lagon	Récifs	Responsabilité civile	PGEM	Ma'ohi
Mammifères marins	<i>Stenella longirostris</i>	Plongeur	Atoll	Commission officielle	CERTIFICAT PE 30	Moana Nui
Bailenes	<i>Steneo bredanensis</i>	Moniteur	Nitrox		Service de la Pêche de la Polynésie Française	Matu
Requins	<i>Carcharhinus melanopterus</i>	Centre de plongée	Kit d'oxygénothérapie			Tahora
			Caisson hyperbare			Ma'o mauri
			Accident de décompression			Ma'o raira

Tabla 2. Recopilación de términos de la Guía de buceo en Tahiti y sus islas

Fuente. Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles*

En la Tabla 2, podemos observar que existen numerosos términos que podemos clasificar en estos campos semánticos. Además, la interrelación entre ellos es clara. Utilicemos el ejemplo de la especie marina «delfín», término de la lengua común, que puede nombrarse a través del término especializado del ámbito taxonómico (*Tursiops truncatus*). Este término, también tiene relación directa con el ámbito léxico-semántico tahitiano porque el texto aporta su traducción a esta lengua (*ou'a*). De igual forma, cabe mencionar que esta especie se puede avistar durante la práctica del buceo, lo que establece una conexión indirecta con este campo semántico. Esta relación indirecta se refleja, a su vez, en el ámbito de la normativa, ya que el delfín es una especie protegida.

5. RESULTADOS DE LA TRADUCCIÓN

Dedicamos este apartado al análisis de las decisiones que se han llevado a cabo en la traducción del texto seleccionado. Mediante este análisis,

comparamos los problemas de traducción con las estrategias que se llevan a cabo para resolverlos, apoyándonos en la taxonomía de técnicas de traducción que recopila Hurtado Albir (2001, pp. 241-330). A través de los ejemplos que exponemos a continuación, mostramos el uso del método interpretativo-comunicativo de Hurtado Albir (2001, p. 252), con el fin transmitir el sentido, la finalidad y el efecto del texto origen en el texto meta.

Durante el proceso de traducción, hemos detectado varias singularidades, como el uso de términos del léxico tahitiano que aporta exotismo al texto, el uso peculiar del pronombre de segunda persona del plural *vous* y la necesidad de traducir o adaptar organismos oficiales y nombres de instituciones de la Polinesia francesa. A continuación, mostramos dichas peculiaridades a través de ejemplos extraídos del texto, acompañadas de la correspondiente propuesta de traducción y la justificación de las estrategias utilizadas en el proceso.

A la hora de traducir los términos del léxico tahitiano, optamos por la estrategia de extranjerización. Se mantiene el léxico tahitiano, término cultural originario del destino, para mantener el exotismo del TO y trasladarlo al TM (véase Tabla 3).

Texto origen	Texto meta
<i>Le moana est un véritable paradis pour tous les amoureux de la mer et plongeurs de tous niveaux</i>	El <i>moana</i> es un auténtico paraíso para los amantes del mar y los buceadores de todos los niveles

Tabla 3. La estrategia de extranjerización en la traducción de la guía de buceo

Fuente: Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 9)

En otros casos, optamos por la estrategia de domesticación frente a la de extranjerización al ser más adecuada para ciertos términos. Este es el caso que exponemos a continuación (véase Tabla 4).

Texto origen	Texto meta
<i>Réglementation</i>	Normativa

Tabla 4. La estrategia de domesticación en la traducción de la guía de buceo

Fuente: Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 104)

A pesar de que podríamos traducir de forma literal el título por «Reglamentación», este apartado hace referencia a la normativa legal y a las medidas legales que se llevan a cabo para proteger las islas, su fauna y su flora. En español, es más común el uso del término «Normativa». Optamos

por la estrategia de domesticación frente a la extranjerización para mantener la naturalidad en el texto meta.

Por otra parte, el uso de la fórmula de tratamiento *vous* ha supuesto un problema de traducción, ya que en español se pueden contemplar las opciones del pronombre personal de 2.^a persona del singular (tú) o de 3.^a persona del singular (usted), con la consiguiente diferenciación de tratamiento.

Se plantea un problema, ya que al tratarse de un texto con finalidad comercial y donde prevalece la función apelativa para captar la atención del lector, surge la duda de si el uso del pronombre *tú* y las formas verbales asociadas a este serían más correctas para acercar el texto al lector. Sin embargo, tras un estudio más profundo del lenguaje utilizado en el TO, observamos que este utiliza la forma *vous* para referirse a la fórmula de tratamiento *usted*. Además, algunos fragmentos que hemos seleccionado para la traducción pertenecen al ámbito más técnico y el uso de *usted* es más correcto (véase Tabla 5).

Texto origen	Texto meta
<i>Imaginez-vous sur le bateau de plongée quittant les eaux bleues du lagon par la passe pour arriver dans l'océan en longeant la barrière de corail, tout en admirant les montagnes verdoyantes ou les motu (îlots) des atolls.</i>	Imagínese en un barco de buceo, surcando el azul de la laguna para llegar al océano a través del arrecife de coral, mientras admira las verdes montañas o los motu (islotos) de los atolones.
<i>Vous pouvez télécharger les PGEM de Moorea et de Fakarava sur le site Internet du Service de la Pêche de Polynésie Française.</i>	Puede descargar el PGEM (Plan de Gestión del Espacio Marítimo) de Moorea y Fakarava en la página del Servicio de Pesca de la Polinesia Francesa.

Tabla 5. La traducción de *vous*

Fuente: Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 9 & 105)

Si analizamos las decisiones que se llevan a cabo en la traducción de nombre de organismos o documentos de carácter normativo, observamos que se han utilizado diversas estrategias con el fin de obtener un texto meta de calidad en español.

Texto origen	Texto meta
<i>Vous pouvez télécharger les PGEM de Moorea et de Fakarava sur le site Internet</i>	Puede descargar el PGEM (Plan de Gestión del Espacio Marítimo) de Moorea y Fakarava en la página del

<i>du Service de la Pêche de Polynésie Française</i> : www.peche.pf	Servicio de Pesca de la Polinesia Francesa
---	--

Tabla 6. Traducción de organismos oficiales de la guía de buceo

Fuente: Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 105)

Por una parte, en lo relativo a las siglas PGEM, decidimos mantenerlas y utilizar la técnica de ampliación a través de una traducción literal, que insertamos entre paréntesis para que pueda ser comprensible por el lector meta. Por otra parte, en cuanto al organismo *Service de la Pêche de la Polynésie Française*, traducimos de forma literal el nombre del organismo, indicando que se trata de un ente propio de la Polinesia Francesa y que, aunque hubiera equivalente en español, la utilización de este no sería correcta, ya que en el texto aparece la referencia al organismo de la Polinesia y se añade un enlace para más información del usuario de la guía (véase Tabla 4).

Asimismo, se ha recurrido a otras estrategias de traducción como la particularización (véase Tabla 7) descritas por Hurtado Albir (2001, pp. 258-261). Sustituimos los elementos para la práctica del *snorkel* (*palmes, masque et tuba*) por el término de especialidad al que se hace referencia.

Texto origen	Texto meta
<i>Vous aurez peut-être l'opportunité de vivre l'un des événements les plus mémorables de votre existence, en chaussant vos palmes, masque et tuba.</i>	Podrá tener la oportunidad de vivir una de las experiencias más memorables de su vida gracias al <i>snorkel</i> .

Tabla 7. El uso de estrategia de particularización en la traducción de la guía

Fuente: Elaboración propia a partir de elementos extraídos de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* (2019, p. 108)

Podemos concluir que el propósito de este proceso traductológico ha consistido en obtener un texto meta en español de calidad que, al mismo tiempo, conserve el estilo y la finalidad del texto original. Además, otro de los objetivos de este proceso ha sido que el texto meta sea fácilmente comprensible para los usuarios potenciales de la guía de turismo, algo que se ha logrado, ya que siempre se ha traducido buscando la naturalidad en el texto meta. Por lo tanto, la guía traducida al español conserva los rasgos del texto original, en el cual se entremezclan elementos publicitarios con aspectos científico-técnicos característicos del turismo de aventura y, en particular, del texto estudiado.

CONCLUSIONES

Este análisis ha permitido demostrar que la hibridez discursiva y léxica es una especificidad de las guías que describen y promocionan el turismo de aventuras en su modalidad de buceo, en las que hemos observado aspectos correspondientes a la modalidad publicitaria, científica y jurídica que se interrelacionan en el texto turístico. Este hecho corrobora la afirmación que adelantábamos en la introducción de este estudio, reivindicar la importancia de la especialización del traductor de textos turísticos. Así, el traductor desempeña la tarea traslativa a nivel experto, lo que el grupo PACTE denomina «tener adquirida la competencia traductora» (constituida por las subcompetencias comunicativa, extralingüística, de transferencia, psicofisiológica, instrumental y estratégica) ya que un texto aparentemente sencillo, entraña una gran dificultad (PACTE, 2001, p. 41).

Asimismo, podemos concluir que el proceso traductológico que hemos llevado a cabo con la guía, *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles*, ha constatado la calidad de nuestra propuesta de traducción en español. Gracias a que hemos mantenido el estilo y la finalidad del texto original, hemos logrado, de este modo, que el texto resultante sea comprensible para los posibles usuarios de la guía de turismo. Por tanto, la guía traducida al español mantiene la hibridez del texto turístico original, y convergen en ella elementos de los distintos géneros discursivos mencionados, propios del turismo de aventuras y de la Guía de buceo de Tahití y sus islas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AT. (10 de septiembre 2021). PGEM de Moorea : l'espace lagunaire plus aussi préservé... La 1ere. France tv info. <https://bit.ly/3Mlfeve>
- Cabré, M. T. (1993). La terminología: Teoría, metodología, aplicaciones. Editorial Antártida/Empúries.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos*, 19, 9-32.
- CEROM. (2016). L'économie bleue en Polynésie Française : Un atout et des opportunités de croissance. <https://bit.ly/3NipWmv>
- Garrod, B., & Gössling, S. (2008). *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability, Management*. Elsevier.
- Gouvernement de la Polynésie Française (2019). *Arrêté n° 1613 CM du 8 août 2019 qui modifie Arrêté n° 1613 CM du 8 août 2019*.

- Hurtado Albir, A. (2001). Traducción y traductología. Introducción a la traductología. Cátedra.
- Jakobson, R. (1984). Ensayos de Lingüística General. Ariel.
- Kelly, D. (1997). The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints. *TRANS*, 2, 33-42. <https://bit.ly/3FTcXp5>
- Lemke, J. (1997). Aprender a hablar ciencia. Lenguaje, aprendizaje y valores. Paidós.
- Martín, T. (2011). Dificultades de traducción en los textos turísticos, en J. Sánchez, J. M. Guervós, M. Seseña y H. Bogaerts (Eds.). Del texto a la lengua: La aplicación de los textos a la enseñanza-aprendizaje del español L2-LE, 1 (pp. 571-584). https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/21/21_0571.pdf
- Muñoz, I. (2012). Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 7(1), 103-114. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>
- Nobs, M. L. (1996). Reflexiones sobre la problemática específica de la traducción de textos procedentes del campo del turismo. Perspectivas hispanas y rusas sobre traducción. En E. Iniesta (Ed.), perspectivas hispanas y rusas sobre traducción. Actas del II Seminario Hispano-Ruso de Estudios de Traducción, Universidad de Granada (pp. 239-253). Universidad de Granada.
- Nord, C. (2009). El funcionalismo en la enseñanza de traducción. *Mutatis Mutandis*, 2(2), 209-243. <https://bit.ly/3sESzTd>
- PACTE (2001). La competencia traductora y su adquisición. *Quaderns. Revista de traducción*, 6, 39-45.
- Reiss, K. (1996). Fundamentos para una teoría funcional de la traducción. Akal.
- Tahiti Tourisme (2019). Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles. <https://www.calameo.com/books/00346150375d7da36e700>
- UNWTO. United Nations World Tourism Organisation (2001). Tourism 2020 Vision. Vol 7. Global forecast and profiles of market segments. OMT. <https://bit.ly/3WkFISd>