



La traducción (español-francés) de la gastronomía en el ámbito de los textos relacionados con el turismo presenta dificultades específicas, puesto que tratamos con tradiciones locales basadas en un amplio espectro de componentes, por lo que su adecuación a un receptor determinado depende de factores variables. El estudio de la naturaleza de estos ítems gastronómicos en tres contextos distintos (folletos turísticos, menús y recetas) permite determinar los procedimientos traslativos a los que da lugar y analizar su aceptabilidad.

PALABRAS CLAVE: traducción de la gastronomía, contextos culturales, traducción de textos turísticos.

La traducción de la gastronomía: textos y contextos (francés-español)

The translation of gastronomy in Spanish-French tourism-related texts is a difficult field of translating, as it deals with local traditions, offers a wide range of varieties and its adequacy depends on variable factors. A study of translations of gastronomic items in brochures, menus and recipes brings out the translation procedures and analyses their effectiveness.

KEYWORDS: translation of gastronomy, cultural contexts, translation of tourism-related texts.

MARIE-ANGE BUGNOT
Universidad de Málaga



INTRODUCCIÓN

10

Como actividad básica de la vida cotidiana, la gastronomía es el motor de un intercambio cada vez mayor de textos especializados entre núcleos sociales y polisistemas lingüísticos distintos, en el que inciden asimismo la mayor frecuencia de los viajes y la atención a una dieta variada y sana. De hecho, hemos pasado de la ocasional reseña de las costumbres gastronómicas locales en la literatura de viajes del siglo XIX a la casi imprescindible mención de la excelencia de los «platos típicos» en los folletos turísticos; de los tradicionales libros de recetas transmitidos *intra muros* a la proliferación de sitios *web* dedicados al tema; y de las fondas cervantinas a los restaurantes étnicos. A pesar de la densa transmisión de recetas y hábitos culinarios, la gastronomía sigue siendo un campo que presenta gran dificultad para el traductor, como prueban los estudios recientes realizados en el ámbito anglosajón (Rabadán, 1991; Martínez Sánchez, 1998b; Fallada Pouget, 2000; De la Cruz Trainor, 2004b; Herrezuelo Campos, 2005). Sea cual sea su medio de difusión, el discurso gastronómico se enmarca estrictamente dentro de los límites de una sociedad, nace en un entorno socio-histórico particular sujeto a una dinámica propia y a influencias externas y, por consiguiente, los isótopos de los signos lingüísticos (y de los referentes) que constituyen este ámbito específico no resultan siempre fáciles de aprehender. Precisamente debido a ello, conviene ante todo subrayar que la traducción de textos o segmentos relacionados con este aspecto de la cultura¹ no puede valerse apresura-

¹ En relación con la traducción de *culturemas*, término que evitamos por su imprecisión, Hurtado Albir (2001: 615) apunta que se debe tener en cuenta: el tipo de relación entre las dos culturas, el género textual en que se inserta,

damente de equivalencias invariables dentro de áreas geográficas nítidamente delimitadas, por lo que coincidimos con las ideas expresadas por Marín Hernández (2005: 82) cuando rechaza la validez absoluta del concepto de cultura para salvar los escollos de la traducción².

En nuestro estudio intentaremos mostrar cómo se ha traducido el discurso gastronómico del español al francés y cuáles podrían ser las alternativas. Para ello, centraremos este trabajo en los tres contextos que generan más encargos de traducción sobre el tema: el folleto turístico³, el menú y la receta.

I. LA GASTRONOMÍA EN LOS FOLLETOS TURÍSTICOS

Los folletos turísticos, medios de promoción que buscan familiarizar al lector con el lugar de interés⁴, se definen como un tipo de texto complejo. Admiten una variada intertextualidad, poseen una temática extensa y una semiótica plural (códigos verbal, icónico, simbólico)⁵, se estructuran para conformar una realidad idealizada que apela a los sentidos y a las emociones, y «aun estando orientados al lector meta y poseer una marcada función apelativa, no es posible desligarlos, dado su carácter descriptivo/informativo, de la cultura origen» (Martínez

la función del *culturema* en el *ro*, la naturaleza del *culturema*, las características del destinatario y la finalidad de la traducción. Véase igualmente Comité Narváez (2004).

² «Con demasiada frecuencia [...] la idea de cultura anula cualquier otra explicación: es un atajo tentador que nos impide llegar más lejos en el análisis del *ro* y preguntarnos por la razón de ser de sus rasgos diferenciadores, por el proceso semiótico en el que se ha generado dicho texto».

³ Bajo esta única denominación se incluyen también las guías turísticas.

⁴ Ciudad, monumento o destino vacacional, entre otros. En ellos, se invierte el proceso que da origen al texto publicitario (Bugnot, en prensa:49).

⁵ Del que sólo uno incumbe al traductor, el código verbal (Bugnot, *Ibidem*:128-130).



Sánchez, 1998:153). En textos promocionales escritos, la inserción del elemento gastronómico como subtema recurrente, se convierte, desde un punto de vista sincrónico, en una fuente de placer y «dépaysement».

Desde un punto de vista diacrónico, en cambio, la gastronomía refleja los cambios de las costumbres, pues, al igual que ocurre con otros aspectos socio-culturales, está sometida a influencias coyunturales y modas (estética de la delgadez, tendencias dietéticas o políticas de prevención gubernamentales). Por otra parte, el estudio diacrónico de la traducción de referencias gastronómicas también nos ofrece datos interesantes sobre los modelos y los modos de las traducciones. Por ejemplo, el análisis de un amplio corpus de folletos y guías dedicados al área geográfica Costa del Sol, publicados entre 1960 y 2004 (Bugnot, en prensa 362-375), permite comprobar la notable calidad de las traducciones más antiguas. Sin embargo, la llegada masiva de visitantes ha originado una proliferación de textos turísticos cuya traducción deja mucho que desear, fenómeno que también se observa en otros destinos vacacionales populares, y que Fallada achaca al hecho de que el iniciador recurre a traductores no profesionales que realizan su tarea de forma gratuita⁶.

Con el fin de analizar los procedimientos de traducción a los que se opta con más frecuencia

en este tipo textual, hemos reducido a cinco los tipos distintivos que conforman este campo semántico, tomando como criterios clasificadores su frecuencia de uso en la LM, su mayor o menor opacidad, y su formulación:

1. Los préstamos asimilados, tipo *gazpacho*. Esta sopa fría se ha popularizado desde hace algunos años en restaurantes de Francia, por lo que la dimensión cognitiva expresada en el binomio signo/referente es máxima. Puede presentar en la LM una variante ortográfica resultante de la adecuación fonética a la voz original (el término aparece con las grafías *gazpacho* y *gaspacho*⁷). Debido a la proximidad geográfica, cada vez más ítems gastronómicos se integran en los usos galos (la *paella* y el *chorizo*, entre otros). En consecuencia, estos términos, explicitados en los textos más antiguos [TM: «du jambon et du *chorizo* (saucisson au piment rouge)»] (*Aperçu de l'Espagne*, 1964:59)⁸, se suelen integrar hoy en día como préstamos asimilados.

2. Los extranjerismos, tipo *ajoblanco*. Éste es una variedad de sopa veraniega de hondo arraigo en la Axarquía malagueña, al igual que el salmorejo en Córdoba: se trata de un signo opaco, privativo de una zona restringida. La naturaleza de este signo determina que se opte por un préstamo que puede aparecer entrecorrido, en negrita o en cursiva, seguido, aunque no siempre, de una explicitación por medio de

⁶ «Menus translated in the 1970s and 1980s are more functional than those done in the 1990s» (Fallada Pouget, 2000:324). No obstante, en el caso de la Costa del Sol, queda patente que ya en los años 80 se multiplican las traducciones deficientes. El estudio de Fallada también revela que, si bien la Generalidad de Cataluña había puesto a disposición de los profesionales del turismo un glosario de términos gastronómicos para restaurantes (Generalitat de Catalunya, 1991), muy pocos de ellos conocían su existencia.

⁷ Se encuentran ya variantes a la receta original; así, recientemente, en el libro de texto «Le français du tourisme» se insertó la reseña siguiente: «Gazpacho: c'est un plat espagnol. Une préparation à base de légumes divers: concombre, poivrons, tomates, céleri, citron, ail et huile d'olive que l'on allonge avec un consommé de volaille. On le déguste froid avec des croûtons» (Calmy, 2004:153).

⁸ El texto original de esta guía está descatalogado.



una inserción de tipo analógico⁹ o un hiperónimo.

TO: Allí podrá degustar el famoso salmorejo, el gazpacho cordobés.¹⁰

TM: Vous pourrez y déguster le fameux «salmorejo», le gazpacho cordouan (52 semaines y media — *Cómo enamorarse en Andalucía*, 1994: 60).

TO: la autenticidad de su cocina: gazpachos, porras antequeranas...

TM: le symbole de sa cuisine: gaspacho, «porras antequeranas» (soupe froide)...(*Paradores de Turismo*, 1996: 16).

Al mismo tipo pertenecen los postres que forman un compendio de referentes cuya denominación es rara vez descriptiva (*piononos, tocino de cielo — éclair, brioche*, etc.).

En un tipo textual en el cual no caben notas al pie, encontramos, por lo tanto, una terminología constituida, en su mayor parte, por préstamos no naturalizados, puesto que la explicitación que pueda ofrecer el traductor suele tener un bajo grado de aceptabilidad:

a) Extranjerismo + entrecomillado + ingrediente principal + preparación culinaria
TO: Pruebe también [...] las yemas, los churros...

TM: Ne manquez pas non plus de goûter [...] aux «yemas» (jaunes d'oeufs confits), aux «churros» (pâte frite) (*España para Usted*, 1966:46).

b) Hiperónimo

TO: Yemas rondeñas.

TM: Les petites confiseries (*Paradores de turismo*, 1996: 67).

⁹ Cf. Patricia Martínez en su análisis de equivalencias gastronómicas español-inglés (1998b:156-158).

¹⁰ Muchos de los folletos editados *in situ* se conciben para su divulgación simultánea en varias lenguas. Esta aposición, innecesaria para el andaluz o el residente en la zona, se inserta para el receptor foráneo, ya sea de otra región o de otro país.

c) Equivalente cultural; extranjerismo + entrecomillado + equivalente cultural

TO: los alfajores, los polvorones de Antequera.

TM: les macarons, les «polvorones» — sorte de sablés¹¹, — d'Antequera (*Costa del Sol-España*, 1996: 30).

d) Ingrediente principal

TO: la golosina más notoria de Ronda son las famosas *yemas del Tajo*.

TM: Le gâteau le plus connu de Ronda, ce sont les célèbres *jaunes d'oeuf du Tajo* (*Costa del sol-Guía profesional*, 1991: 62).

En un canal distinto, el de una guía turística difundida por Internet (www.leroutard.com), se observa una mayor explicitación, dado que no rige en este caso el imperativo de la limitación espacial:

les *natillas*, crème anglaise épaisse et parfumée à la cannelle ou au citron, l'*arroz con leche* (riz au lait), les *torrijas*, l'équivalent de notre pain perdu...

3. Los sintagmas descriptivos, tipo *rabo de toro*. En este grupo incluimos todos aquellos platos que incluyen una preparación culinaria específica (con frecuencia implícita en la **LO**). Nuestro corpus indica que se suele omitir, en el **TM**, el término original, pero que se conservan, en la medida de lo posible, los distintos elementos descriptivos.

a) Preparación culinaria + ingrediente principal

TO: El rabo de toro estofado – de imponderable suculencia

TM: Le ragoût de queue de taureau – vraiment succulent – (*Costa del Sol*, 1991: 16).

¹¹ Los dos equivalentes culturales resultan insatisfactorios. El primero se define como un «Gâteau sec de forme ronde à base de pâte d'amande, de blanc d'oeuf et de sucre». La base del alfajor, en cambio, es la harina (Calera, 1990: 183).

TO: Málaga, tierra de fritos
 TM: Málaga, paradis de la fritade¹²
 (Málaga-Gibralfaro, 2003).

Dentro de este mismo apartado, conviene incluir los llamados «platos de cuchara» según la denominación andaluza, como el puchero, término para el cual se encuentra una equivalencia cultural aceptable en la LM, el *pot au feu*. (*Paradores de turismo*: 1996: 29); así ocurre también con el *cassoulet* y la *fabada*, la *potée* en sus distintas variantes regionales y la extensa gama de los potajes españoles. El sintagma descriptivo puede incluir un indicador del grado de equivalencia del tipo «variante de», aunque el sintagma preposicional del tipo «sorte de», ampliamente usado, implica introducir un matiz ligeramente condescendiente.

4. Los hechos de civilización, tipo *espetón*. Esta variedad gastronómica corresponde a una realidad extralingüística muy localizada, así Palop (1972: 173) glosa las bondades de la «Moraga de espetones»: para el lector del TO, nativo de la Costa del Sol, no representa solamente un «conjunto de sardinas que se atraviesan con una caña para asarlas» (DRAE), sino también un combustible específico, la leña, y un lugar específico, la playa. Idealmente, la equivalencia transléctica debería resultar del siguiente análisis componencial:

Sardinas + asadas + atravesadas por una caña + leña + playa.
--

Sin embargo, el traductor se limita generalmente a ofrecer una equivalencia palabra por palabra:

¹² La voz *fritade* se usa en un único sintagma, *fritade de courgettes*, receta originaria de la Toscana (Noël, 2005). El equivalente propuesto no es, por lo tanto, aceptable aquí. Léase *Málaga, Paradis de la friture (de petits poissons)*.

Preparación culinaria + ingrediente
 TO: espetones de sardinas.
 TM: brochettes de sardines (*Parques naturales Montes de Málaga*, 1995)



Uno de los errores más perjudiciales, aunque no frecuente, en textos apelativos, se debe al hecho de no tener en cuenta factores culturales ineludibles, como vemos en el ejemplo siguiente en el que sólo aparentemente la traducción es impecable:

TO: Uno de los ingredientes que está presente en casi todos los platos es el aceite de oliva.

TM: L'un des ingrédients présents dans presque tous les plats est l'huile d'olive (*Costa del Sol*, 1975: 15).

El traductor se enfrenta aquí a la disyuntiva de ser fiel al autor o a la función predominante del texto meta. La traducción literal que propone no contempla un hecho de civilización muy arraigado: en los países francófonos, salvo en el sureste de Francia, el aceite de oliva no es un ingrediente con el que se cocine habitualmente y se advierte un rechazo generalizado hacia su uso¹³. Se trata de una noción anterior a cualquier visita a la península, un claro prejuicio. A los españoles en general, no les gustan las ancas de rana, y a pocos de nosotros, los europeos, nos apetece probar las termitas fritas, manjar exquisito en algunas regiones africanas. El prejuicio sobre el aceite de oliva, muy oloroso, se encontraba aún más extendido en la época en la que se inserta la cita (1975), y es indudable que se ha matizado en años posteriores¹⁴. Conviene poner

¹³ Observación ya recogida por Mérimée con respecto a las ciudades de Nîmes y Aix-en-Provence.

¹⁴ Así se desprende de una reseña publicada en marzo de 2003 por uno de los especialistas en viajes más influyentes del ámbito galo, que reproducimos fielmente debido a su especial interés: «La cuisine andalouse, longtemps réputée riche et grasse, s'est élevée au rang d'art culinaire. Dans



de relieve al respecto que, en los textos más recientes, se ha dado en alabar el excelente aceite andaluz en un párrafo aparte, desligado de la elaboración de los platos tradicionales, puesto que otras comunidades de visitantes comparten este rechazo cultural.

5. Los equivalentes culturales no funcionales, tipo *jamón*. En ambos polisistemas existe el término *jamón/jambon* y se establece una distinción entre *jamón cocido/blanc* y *jamón curado/de Bayonne, cru, du pays, de ferme, de Parme*. No obstante, el aspecto, el sabor y la forma de curar y de presentar el jamón es distinta y, gastronómicamente hablando, el único producto digno de mención para un hispanohablante es el jamón curado o serrano. Desde hace algunos años se exporta este producto al resto de Europa bajo el nombre de *jambon serrano*, para el cual la popular *Guide du Routard* no tiene más que alabanzas¹⁵:

Equivalente cultural + préstamo entrecuillado

TO: Pruebe también el jamón serrano...

TM: Ne manquez pas de goûter au jambon «serrano» (*España para Usted*, 1966:46).

les bars à tapas, il vous suffira d'observer le nombre de plats pour vous rendre compte de la diversité de cette cuisine qui, si elle est toujours préparée avec de l'huile d'olive, a perdu une partie de sa lourdeur». «Durante largo tiempo tachada de pesada y grasienta, la cocina andaluza goza ahora de un merecido reconocimiento. En los bares de tapas le bastará con observar la cantidad de platos para darse cuenta de su diversidad. La cocina andaluza, aún elaborada con aceite de oliva, ya no resulta tan pesada» (Routard.com — *Espagne du Sud, Cuisine et boissons*, 2002, p. 1). La traducción es nuestra.

¹⁵ «Jamón Serrano, délicieux et bon marché, mais qui ne peut rivaliser avec le jamón iberico. Autre vedette: le Jabúgo. On atteint ici le sublime» (sic) (www.routard.com, 2000). Es curioso comprobar cómo un autor francés retoma la distinción andaluza entre serrano, ibérico y Jabugo en una escala de menor a mayor calidad y prestigio.

TO: el mejor y más sabroso jamón de pata negra

TM: le meilleur et le plus savoureux jambon «pata negra» (52 *semanas y media-Cómo enamorarse en Andalucía*, 1994:61).

Según observamos en estos cinco apartados, que ilustran procedimientos traslativos distintos, definidos de acuerdo con sus peculiares características referenciales, socioculturales, históricas y cognitivas, es evidente que la búsqueda de una equivalencia transléctica¹⁶ presenta serias dificultades. En este contexto, es preciso adaptar los procedimientos traslativos al escopo particular, y conviene resaltar la importancia de la inclusión, en el texto meta, del término original que servirá de llave de entrada a un mundo codificado para el receptor, tanto si proviene de otro país como de una región distinta. Creemos que se debe privilegiar, a falta de una descripción completa, imposible aquí, el recurrir a hiperónimos, a la mención del o de los ingredientes principales, o al modo de preparación culinaria. La entropía resultante se ve atenuada por el hecho de que el receptor espera cierto grado de oscuridad y así lo manifiesta De la Cruz Trainor (2004a), en el contexto inglés-español, cuando retoma la idea de Steward según la cual prima el conocimiento del entorno cultural que se describe sobre la perfección discursiva en el TM¹⁷. Por otra parte, es evidente

¹⁶ «La relación 'más alta' de la jerarquía de prioridades y a la que se subordinan todas las demás en la descripción de la comparación TO-TM, que, a su vez, conducirá a la formulación del modelo de equivalencia subyacente a cada binomio textual» (Rabadán, 1991: 290).

¹⁷ «Any linguistic quaintness will more than likely be considered compatible with, or even to spring directly from, the cultural oddness of the traditions described. Readers of such texts, whether native speakers of «major» or of «minor» languages, are mentally prepared for, and wish to be informed of, local customs and traditional tales. [...] So much tourist literature whether appearing in leaflets,



que la inclusión del término original (función referencial *in situ* (Bugnot, 344-362) aporta una información decisiva para el receptor meta, por lo que sea cual sea el procedimiento de traducción elegido, se debe considerar su transferencia como elemento *sine qua non* en el contexto de los folletos turísticos.

Desde finales de los cincuenta, se emplean, con mayor o menor suerte, unos procedimientos de traducción generalizados¹⁸, si bien un análisis más detallado de las transferencias nos lleva a varias consideraciones que queremos poner de relieve. Habitualmente no se explicitan los préstamos asimilados (tipo *gazpacho*). Se transfieren con alguna indicación tipográfica (es decir en cursiva, negrita o entrecomillado) o, con frecuencia creciente, se insertan como préstamos naturalizados (*gaspacho*) sobre todo desde los años noventa. Asimismo, y a pesar del imperativo espacial, no cabe como equivalencia del sintagma descriptivo (tipo *rabo de toro*) el sintagma paralelo *queue de taureau*, pues el déficit informativo del receptor meta con respecto del receptor del **TO** obliga al traductor a explicitar como mínimo la preparación culinaria, es decir *ragoût de queue de taureau*. El término habitual en la lengua meta es el de «ragoût de queue de boeuf», sin embargo, la mención del animal bravo, palabra-clave de un hecho de civilización emblemático, añade un

matiz de «color local» indudablemente apelativo. En cuanto a los hechos de civilización (tipo *espetón*), ninguna de las equivalencias ofrecidas en el corpus ofrece más de dos componentes (preparación culinaria + ingredientes), bien sea porque el traductor se atiene al imperativo espacial o no ha sabido reconocer la naturaleza del elemento gastronómico, bien porque el hecho de civilización (playa, leña) deriva del contexto. Vemos también que los traductores calcan, en gran medida, los elementos tipográficos (negrita, cursiva) del **TO**, incorporando así, en el texto meta, su valor apelativo-informativo.

Finalmente, en las traducciones más deficientes, se observa un excesivo apego al **TO** que deriva en una sistematización palabra por palabra, independientemente del elemento gastronómico que debe ser traducido a la otra lengua y el estudio muestra que estas traducciones se producen por desconocimiento del referente de origen (en el caso de traducciones inversas), por desconocimiento del referente meta (cuando se trata de una traducción directa), por insuficiente dominio de la terminología gastronómica en ambos polisistemas y por no tomar en consideración la adecuación del **TM** al perfil del receptor (en ambos casos).

Por otro lado, y desde un punto de vista estrictamente sociocultural, cabe subrayar que los *potajes*, *pucheros* y otras sopas calientes desaparecen de la promoción turística de la Costa del Sol a partir de los noventa, sustituidos por las sopas frías, hecho que responde a la demanda turística mayormente veraniega. Por otro lado, y con particular incidencia en los dípticos y trípticos, es notable la cristalización de los ítems gastronómicos que lleva a asociar una región o una ciudad con un solo producto,

in brochures, on Internet or wherever, is translated in this way that the reader may even subconsciously expect and look favourably upon faintly bizarre linguistic patterns (Steward, 2000:217, apud De la Cruz Trainor, 2004a:58-59).

¹⁸ Herrezuelo (en prensa: 287) observa, en el contexto gastronómico de la traducción de publicaciones bilingües, que los procedimientos traslativos más frecuentes son: a) préstamo + ingredientes, b) préstamo + procedimiento de preparación (incluyendo ingredientes) y c) equivalente cultural «el cual con frecuencia está excesivamente vinculado a un lugar concreto».



así Ronda se asocia con «embutidos», Córdoba con «rabo de toro» y Málaga con «pescaítos fritos».

2. EL MENÚ

La verbalización de un menú implica formular enunciados descriptivos que incluyen preparación culinaria + ingrediente(s) principal(es) (*Parrillada de verduras frescas*¹⁹). El grado de creatividad (y opacidad) del enunciado es tanto mayor cuanto más exclusiva es la cocina que se quiere presentar (*Duelos y quebrantos*²⁰), pues tenemos que tener presente que su función es la de sugerir tanto o más que la de informar.

Los menús se enmarcan dentro de unos parámetros (con)textuales específicos, puesto que se ponen a disposición del cliente en un establecimiento determinado, circunstancia que procura al traductor, desde el momento mismo del encargo de traducción, unas indicaciones valiosas.

En primer lugar, queda implícitamente reflejada una determinada categoría socio-económica (restaurante de lujo, para trabajadores, de carretera); el tipo de gastronomía (japonesa, italiana, regional); las combinaciones culinarias que puede esperar encontrar el cliente (sushi, pasta o *nouvelle cuisine*). Así ocurre con el restaurante de un hotel (cocina regional y/o internacional), de un parador (platos tradicionales del lugar), de una *brasserie* (cocina alsaciana o tradicional del país) o de una franquicia de comida rápida.

Por otro lado, un menú también lleva implícita, en cierto grado, la definición de ciertas

características del receptor (etnocéntrico, tradicional o abierto a la novedad).

En tercer lugar, la situación del establecimiento (área turística, centro de la ciudad, zona apartada), así como su categoría, nos indican si la creatividad descriptiva podría verse compensada por la presencia de personal capaz de explicitar o reformular un enunciado, para de este modo, poner en un primer plano la función apelativa principal y adjudicar un segundo lugar a la función informativa, como ocurre con el ejemplo siguiente, altamente creativo: *Alpargatas de 44 con nuestro pan casero de nuestro horno de leña, que representa la honra de nuestros clientes* (*Guía AMAER*, 1996: 237).

Un menú se establece según unas convenciones definidas que determinan unas diferencias formales previas; así, en España se suele presentar, en los establecimientos de cierta categoría, un menú a la carta en un orden determinado: entremeses, el plato principal (carne y pescado) y postres, que pueden presentarse en una carta aparte; pero también hallamos (sobre todo en las regiones más cercanas a Francia y, cada vez más, en zonas turísticas) un menú fijo. En cambio, en el país vecino, la carta presenta varios menús fijos, de menor a mayor complejidad (y precio) que incluyen una tabla de quesos y los postres, seguidos de algunos *platos à la carte*²¹. La dificultad traslaticia que podría representar la larga lista de los quesos franceses se elude, pues se mencionan únicamente como «plateau de fromages», a no ser que entren como ingrediente en la confección de algún plato. Finalmente, en ambos países, la carta de los vinos es independiente de la(s) otra(s) y, en ella, sólo compete al traductor el sintagma espe-

¹⁹ Ver carta anexa.

²⁰ «Una olla de algo más vaca que carnero, salpicón las más noches, duelos y quebrantos los sábados, lentejas los viernes y algún palomino de añadidura los domingos consumían las tres partes de su hacienda» (*Quijote*, primera parte, capítulo primero).

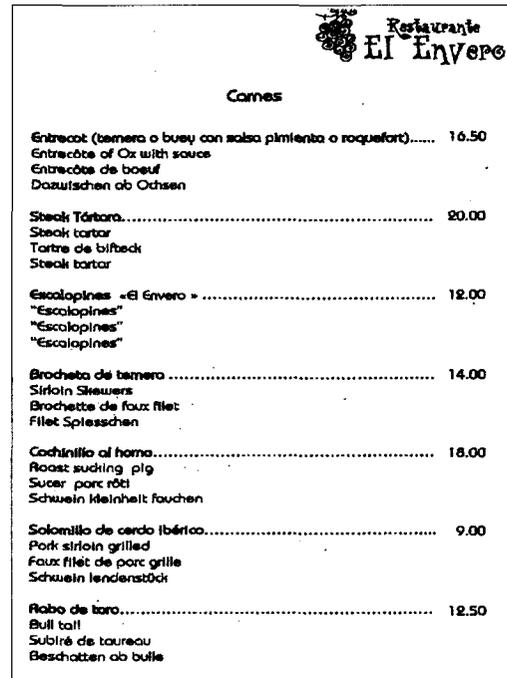
²¹ Sólo en los restaurantes galos más elitistas se deja de incluir estos menús fijos.

cífico que encabeza cada apartado (*vins rouges, vins blancs, vins rosés*), así como, en territorio galo, los *apéritifs* y los *digestifs*. Sin embargo, es fácil comprobar que, generalmente, no se adoptan las convenciones formales del TM, sino que se trasladan directamente las que son propias de la LO, más aún cuando el TM queda integrado dentro del TO, lo que suele darse en la mayoría de los casos.

En los menús ofrecidos en el destino turístico, en el caso de existir una traducción a la LM, hay siempre un TO contiguo de referencia. No obstante, la traducción de los menús exige conservar la precisión informativa y evocadora del TO y, debido a ello, conviene recrear los enunciados descriptivos que aúnan distintas lenguas, en particular la francesa, pues aportan una connotación de prestigio. Así se puede comprobar en el caso del plato ofrecido por el restaurante Zalacaín, *Suprema de poularda* (sic) *a las trufas y foie-gras*, (Euromedia, 1989: 501), hecho que presupone en el receptor un bagaje cognitivo básico (la *sauce suprême* se confecciona con champiñones, nata, yema de huevo y limón; la *poularda* es un ave). Sorprende, además, encontrar adaptaciones ortográficas y fonéticas de estos extranjerismos que no corresponden a ninguna de las normas de los dos sistemas lingüísticos en contacto: *foundoe bourguingon* (Guía AMAER, 1996:72), *muss de limón* (Guía AMAER, 1996:267).

De la página extraída de la carta de un restaurante malagueño (fig. 1) podemos inferir que el TM en francés no es obra de un traductor profesional y que éste no es nativo. La página incluye siete ítems del apartado «Carnes»:

a) En el primero, «Entrecot (ternera o buey con salsa pimienta o roquefort/Entrecôte de boeuf)», si bien el traductor acertó al eludir la distinción entre ternera y buey, puesto que la



Restaurant El Envero	
Carnes	
Entrecot (ternera o buey con salsa pimienta o roquefort).....	16.50
Entrecôte of Ox with sauce	
Entrecôte de boeuf	
Dauzischen ab Ochsen	
Steak Tártara.....	20.00
Steak tartar	
Tartre de bifteck	
Steak tartar	
Escalopines «El Envero».....	12.00
"Escalopines"	
"Escalopines"	
"Escalopines"	
Brocheta de ternero.....	14.00
Sirloin Steuers	
Brochette de faux filet	
Filet Spiesschen	
Cochinitillo al horno.....	18.00
Roast suckling pig	
Sucar porc rôti	
Schwein Kleinhelt fauchen	
Solomillo de cerdo Ibérico.....	9.00
Pork sirloin grilled	
Faux filet de porc grille	
Schwein lendensstück	
Riobo de toro.....	12.50
Bull tail	
Subitré de taureau	
Beschatten ab bulle	

FIGURA 1

relación referente/equivalente funcional es distinta en francés, no se justifica la ausencia de la referencia a una salsa específica (*sauce au poivre ou au Roquefort*).

b) En el segundo ítem, «Steak tártara/Tartre de bifteck», la equivalencia ofrecida introduce un sintagma desconocido, pues tartre evoca el término *tarte* (tarta) inadecuado como preparación culinaria, tanto como lo es *bifteck* (filete) como ingrediente. El *steak tartar*²² es una receta internacional. En francés, su grafía es *steak tartare*.

²² Así lo escribe Carlos Arguñano. Se considera generalmente que esta receta a base de carne cruda toma su nombre de la costumbre más famosa de los hunos, la de ablandar la carne poniéndola debajo de la silla de sus caballos.





c) En el tercero, «Escalopines»/ «Escalopines», encontramos una denominación opaca para los no hispanohablantes. Le corresponde en la LM el término *escalope*, en singular, y con ello se sobreentiende que el ingrediente principal es carne de ternera blanca. La adición de la preparación especial puede justificar que se trate de otro tipo de carne: Escalope «El Envero».

d) Nos parece correcta la traducción del cuarto plato, puesto que el hiperónimo «ternera», en lugar de un término más específico como «solomillo», permite suponer que se nos ofrecerá efectivamente la parte baja del solomillo.

e) En el caso de «Cochinillo al horno/Sucer porc rôti», nada explica la extraña traducción a la que da lugar, a no ser que el traductor al francés sea el mismo que ha traducido el menú al inglés o que se haya inspirado en éste («*suck*» significa «*sucer*», es decir, en este contexto, mamar). La traducción que proponemos es *Cochon de lait rôti*.

f) El «Faux filet de porc grille», por «Solomillo de cerdo ibérico», que corresponde al penúltimo ítem, es una traducción adecuada salvo por la ausencia de la tilde (*grillé*). Sin embargo, en un restaurante de calidad como es el caso, las expectativas del receptor apuntan a *tournedos*, la pieza más noble.

g) En lo que concierne el último plato, «Rabo de toro/Subiré de taureau», nos encontramos de nuevo ante una equivalencia incomprendible. El término *subiré* no existe, y el plato, como ya hemos dicho, se denomina *ragoût de queue de boeuf*.

Estos ejemplos permiten acercarnos a la dificultad del menú como encargo de traducción. Del mismo modo que ocurre con los folletos, en los que prima la función apelativa, un restaurante de calidad debe ofrecer una carta

traducida por traductores profesionales si desea transmitir al receptor no nativo su deseo de alcanzar la excelencia.

3. RECETAS

El campo semántico de la gastronomía lo encontramos en un tercer formato textual, el de las recetas, ya sea en páginas web (<http://recettes.100delices.net>, entre otras muchas) o en libros dedicados a una cocina específica (*Cocina andaluza*, Calera, 1990), a un receptor determinado (*Recettes minceur*, <http://www.artsculinaires.com>, 2005), a un grupo de alimentos de particular relevancia (*Salades*, Leclère-Ferrière, 2003). Estamos de acuerdo con Rabadán (1991:164) en que «las recetas de cocina constituyen un campo muy a propósito para estudiar las inequivalencias derivadas de los <vacíos referenciales>», aunque esta afirmación bien podría aplicarse a los dos apartados anteriores, es decir, a la totalidad del discurso gastronómico.

La receta de cocina representa un tipo textual altamente convencional, tal como ocurre con el menú. Su estructura discursiva también parte de una convención generalizada, constituida según Rabadán (1991: 164-176) por:

- a) El título (que se transfiere, naturalizado o no, si no se trata de un plato tradicional de la LO).
- b) La enumeración de los ingredientes.
- c) La preparación, paso a paso, del plato y la forma de servirlo.
- d) La presencia de una fotografía del plato, generalmente ya terminado, es también una convención habitual²³, así como, en ocasiones, el coste aproximado, el grado de dificultad y el tiempo medio que necesita la preparación del plato.

²³ Y, como ocurre en el contexto de los folletos, no depende del traductor la validez de la parte icónica del texto.



En un recetario, la utilidad para el lector meta del término de la LO se reduce únicamente a los titulares de recetas y a aquellos ingredientes que son privativos del polisistema original, pues no se suelen adaptar en la lengua meta. Así, encontramos en un conocido libro de cocina francés la receta del *crumble aux abricots à la mélisse* (Martin, 2003:1015) y se han hecho muy populares, entre los entendidos, tanto el *paprika* húngaro como el *chorizo ibérico* o el *foie-gras* francés.

Además, cada polisistema codifica a su manera las instrucciones que se dan en la elaboración de una receta con «indicadores funcionales específicos» (Nord, 1998: 69) y precisa de un léxico y una sintaxis particulares. La receta, texto instructivo, emplea, como apunta Nord, el imperativo en inglés y en francés²⁴, la pasiva refleja en español, y el infinitivo en alemán.

La formulación de las recetas, y, por lo tanto, su traducción, dependen de varios factores: la impronta del *chef* como en el caso de Ferrán Adrià quien ha puesto de moda una serie de procesos culinarios revolucionarios que pertenecen al ámbito de la química; el factor circunstancial del que es un buen ejemplo *la nouvelle cuisine*, ya que al caracterizarse por una presentación muy cuidada, da lugar a unas instrucciones más detalladas de lo habitual al final de la receta; el factor espacial como ocurre con la inclusión de ingredientes específicos de una región, y que en muchos recetarios no se traducen, pues se da por

supuesto que los conoce el amante de la buena mesa; el factor de adecuación al receptor, para el que tomaremos el ejemplo de la receta de los *crêpes* en México, que se ofrece de la forma siguiente: *Extender la harina en una charola, hacer un hueco al centro y vaciar los huevos*²⁵; y, por fin, la presencia de préstamos cuya inserción es indicadora del origen de la receta, no como en el menú, en el que añade prestigio. Con todo, traducir una receta supone, al igual que ocurre con el folleto turístico y el menú, la adquisición de un saber específico, pues se trabaja con una terminología especializada, no sólo en la lengua de llegada, sino también en la lengua de origen.

CONCLUSIÓN

Desde un punto de vista traslativo, las decisiones sucesivas que adopta el traductor, en nuestro caso de textos gastronómicos, han de verse determinadas por un razonamiento lógico-funcional en el que primen como parámetros indispensables el medio en el que se inserta el binomio TO/TM; la finalidad textual y la función principal específica en cada caso; el perfil del receptor meta; el contexto comunicativo (menú para una cena de gala en la que predomina la función expresivo-apelativa) y, evidentemente, las convenciones textuales existentes²⁶. Incide igualmente en determinados textos la presencia

²⁵ Embajada de Francia en México, <http://www.francia.org.mx/gastronomia/bretagne/crepas.htm> 13/10/2005.

²⁴ De hecho, es bastante común encontrar recetas en modo infinitivo, como ocurre en el libro del famoso cocinero francés Guy Martin, dado que el modo infinitivo puede expresar, al igual que el imperativo, la exhortación. Con respecto a este modo, y en particular, al «infinifitif in-jonctif sans sujet», encontramos en Grevisse: «Il s'agit ordinairement d'un ordre général et impersonnel, notamment dans les proverbes, les avis adressés au public, les recettes» (1986/1991: 1316).

²⁶ El medio en el que se difunde el texto determina los procedimientos traslativos. Hernández Guerrero concluye, sin embargo, que, en lo que se refiere al contexto periodístico, «en los libros de estilo de nuestro país los problemas de traducción quedan reducidos en su mayor parte a problemas léxicos y en una menor proporción a problemas sintácticos, siendo inexistentes las referencias a problemas textuales, pragmáticos o culturales» (Hernández Guerrero, 2005:165-166).



de elementos icónicos que pueden compensar, de alguna manera, la entropía que surge de los vacíos culturales o de la exigencia espacial que limita la posibilidad de amplificación o explicación. En cuanto a la función referencial *in situ* en el texto meta, debe tenerse en cuenta especialmente en el género folletos / guías, tal como ya hacía Baedeker en sus primeras guías (Baedeker, 1899:8).

Con todo, tratamos con una terminología específica para la cual los diccionarios al uso son de poca ayuda, si bien los recetarios más prestigiosos suelen incluir un glosario de términos usuales²⁷, y también algunas guías turísticas²⁸ ofrecen un glosario bilingüe de los platos más conocidos del área al que están dedicadas.

En cualquier caso, la re-cognición del signo, o de parte del signo, por parte de un receptor específico en un marco contextual dado, debería determinar la opción del traductor por unos procedimientos traslativos u otros.

RECIBIDO EN DICIEMBRE 2005

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Malagueña de Empresarios de Restaurantes (1996). *Guía AMAER, restaurantes de Málaga – Costa del Sol*.
- Baedeker, K. (1899). *Londres et ses environs*, Leipzig.
- Bartolomé, L. (ed.) (1995). *Guía total – Francia – Touring Club*, Grupo Anaya.
- Beneroso, P. (1991). *Costa del Sol – Guía profesional*, Junta de Andalucía.
- Bugnot, M.A. (en prensa). *Texto turístico y traducción especializada. Estudio de un corpus español-francés sobre la Costa del Sol (1960-2004)* (tesis doctoral), Málaga: Universidad de Málaga.
- Calera, A.M. (1990). *Cocina andaluza*, Léon: Everest.
- Calmy, A.-M. (2004). *Le Français du Tourisme*, Paris: Hachette.
- Cómitre Narváez, I. (2004). «La traducción de culturemas en publicaciones del sector turístico. Un estudio empírico» en Gallegos Rosillo, J.A. y H. Benz Busch (eds.), *Traducción y Cultura – El papel de la cultura en la comprensión del texto original*, Málaga: Libros ENCASA Ediciones y Publicaciones, pp. 115-138.
- De la Cruz Trainor, M. (2004a). «Traducción inversa: una realidad». *Trans*, 8, pp. 53-60.
- (2004b). «Traducción al inglés de términos culturales en textos turísticos» en Gallegos Rosillo, J. A. y H. Benz Busch (eds.), *Traducción y Cultura El papel de la cultura en la comprensión del texto original*, Málaga: Libros ENCASA Ediciones y Publicaciones, pp. 83-114.
- Delgado, C. (1985). *Diccionario de gastronomía*, Madrid: Alianza, D.L.
- Díaz, L. (2005). *La cocina del Quijote*, Alianza editorial, S.A.
- Dumas, A. (2000). *Grand dictionnaire de cuisine*, Paris: Editions Phébus. Réédition de 1864 de Daniel Zimmerman.
- Escudo de Oro (Editions) (1975). *Costa del Sol*, Barcelona.
- Euromedia, S.A. (1989). *La selección del gourmet*, 4ª edición.
- Fallada Pouget, C. (2000). «Are Menu Translations Getting Worse? Restaurant Menus in English in the Tarragona Area», en *Target* 12:2, pp. 323-332.
- Generalitat de Catalunya (1991). *Vocabulari de restaurants*, Barcelona: Departament de Consum i Turisme, Servei d'Informació, Documentació i Publicacions.
- Grevisse, M. (1991). *Le bon usage*, Paris-Louvain la-Neuve; Editions Duculot, 12ª edición.
- Hernández Guerrero, M. J. (2005). «Prensa y Traducción», en Cortés Zaborras, C. y M. J. Hernández Guerrero (coords.), *La traducción periodística*, Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 155-173.

²⁷ «chemiser: recouvrir les parois d'un moule avec de la pâte, du film alimentaire, avant de la remplir (Marchand, 2003:1062).

²⁸ *Guía total – Francia – Touring Club* (Bartolomé, 1995:541-543).



- Herrezuelo Campos, I. (en prensa). *La explicitación como procedimiento de traducción en las publicaciones periódicas bilingües del sector turístico* (tesis doctoral), Málaga: Universidad de Málaga.
- Hordé, T. (2004). *Dictionnaire des mots de la table: histoire, langue, patrimoine*, Bordeaux: Éditions du sud-ouest.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*, Madrid: Cátedra.
- Junta de Andalucía (1994). *52 semanas y media - Cómo enamorarse en Andalucía*, Dirección General de Turismo.
- (ca. 1995). *Parque natural Montes de Málaga*.
- Leclerc-Ferrière, C. (2003). *Salades*, Sommières: Romains Tages Editions.
- Marín Hernández, D. (2005). «La esencialización de la cultura y sus consecuencias en los estudios de traducción», en *Trans*, 9, pp. 73-84.
- Martin, G. (2003). *Toute la cuisine*, Paris: Editions du Seuil.
- Martínez Sánchez, P. C. (1998). «La estructura temática en la traducción: el caso de los textos turísticos», en *Livius*, 12, pp. 107-120.
- e Iñigo Ros, M. (1998). «La traducción de términos culturales en los folletos turísticos: la gastronomía», en Sánchez Macarro, A., Liern, V. S. y J. R. Gómez Molina (eds.), *Quaderns de Filologia, Estudis Linguistics*, 4, Valencia: Universidad de Valencia, pp. 153-170.
- Máximo (1966). *España para Usted*, Secretaría de Turismo.
- Nord, C. (1998). «La unidad de traducción en el enfoque funcionalista» en *Quaderns*, Revista de traducción, 1, pp. 67-77.
- Palop, J.J. (1972). *Málaga*, León: Everest.
- Rabadán, R. (1991). *Equivalecia y traducción: problemática de la equivalencia transléctica inglés-español*, León: Universidad de León.
- Revista Restauradores (1996). *Paradores - Directorio - Guide*.
- (2003). *Parador de Málaga Gilbrafaró*.
- Robuchon, J. (dr.) (1998). *Larousse gastronomique*, Paris: Larousse.
- Roig, M. (1996). *Costa del Sol España*, Ministerio de Economía y Hacienda, Secretaría de Estado de comercio, Turismo y PYMES, Turespaña.
- Service Informatif Espagnol (1964). *Aperçu de l'Espagne*, Madrid.
- Steward, D. (2000). «Poor Relations and Black Sheep in Translation Studies», en *Target*, 12, pp. 205-228.
- Telefónica (finales noventa). *Diccionario culinario/ Culinary Dictionary/Dictionnaire culinaire/Kulinarisches Wörterbuch*, Páginas Amarillas.
- Vázquez, L. (2002). *AbeCedario gastronómico: paseo por la literatura y el arte del buen comer*, Bilbao: Universidad del País Vasco, D.L.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

- http://recettes.100delices.net/voir_r647.html (Septiembre 2005)
- <http://www.francia.org.mx> (Embajada de Francia en México, 2005)
- <http://ambafrance-es.org> (Embajada de Francia en España, 2005)
- <http://www.arts-culinaires.com/recettes/> (2005)
- http://press.es.elbulli.com/scripts/obreimp.php?id_article (Septiembre 2005)
- <http://www.saveursdumonde.net/lexique/lexique/p.htm> (2005)
- http://www.gencat.net/ctc/llengua/eines_per_a_lempresa/barrest.pdf (2005)
- http://www.routard.com/guide/code_dest/espagne_du_sud/id/874.htm (2005)
- http://www.arts-culinaires.com/recettes_par_cuisine/cuisine_minceur.aspx (2005)
- http://www.keltiberoi.com/keltiberia/index_intro_esp.htm (2005)
- http://www.routard.com/guide/code_dest/barcelone/id/1841.htm
- <http://www.saveur-despaigne.com/gastronomie/andal/soupe-ail.htm> (2005)
- Noël, L. [http://www.lar.be/rtbf_2000/bin/view_something.cgi?type=archives&cid=\(2005\)0178920_archives&menu=0010728_menulist&pub=be.lar.fr/ros](http://www.lar.be/rtbf_2000/bin/view_something.cgi?type=archives&cid=(2005)0178920_archives&menu=0010728_menulist&pub=be.lar.fr/ros)