

Denominación, traducción y transferencia cultural en el ámbito de la gastronomía

Name, translation and cultural transfer in the field of gastronomy

María Loreto Cantón Rodríguez

Universidad de Almería
España

Mercedes López Santiago

Universitat Politècnica de València
España

ONOMÁZEIN 54 (diciembre de 2021): 01-19

DOI: 10.7764/onomazein.54.01

ISSN: 0718-5758



María Loreto Cantón Rodríguez: Departamento de Filología (Área de Filología Francesa), Universidad de Almería, España. | E-mail: lcanton@ual.es

Mercedes López Santiago: Departamento de Lingüística Aplicada, Universitat Politècnica de València, España. | E-mail: mlosan@idm.upv.es

Fecha de recepción: mayo de 2019

Fecha de aceptación: septiembre de 2019

Resumen

El *tapeo*, costumbre gastronómica típicamente española, ha cruzado nuestras fronteras para instalarse en numerosos establecimientos de restauración parisinos. En este estudio se procede al análisis de una muestra suficientemente amplia y representativa de cartas y menús que incluyen tapas españolas ofrecidas en locales ubicados en la capital francesa. Tras la elaboración de un corpus léxico agrupado en torno a las tapas, sus ingredientes y presentaciones, se analizan las técnicas de traducción empleadas en estos documentos. En efecto, estos aperitivos aparecen total o parcialmente en versión original o traducidos a la lengua francesa de manera más o menos pintoresca plasmando de este modo las dificultades existentes en su traducción.

Palabras clave: gastronomía; lexicología; traducción; interculturalidad.

Abstract

The *tapeo*, typical Spanish gastronomic custom, has crossed our frontiers to be settled in numerous parisian eatery establishments. This study aims to analyse a sufficiently large and representative sample of menus that include Spanish tapas offered in premises located in the French capital. After the elaboration of a lexical corpus grouped around the tapas, their ingredients and presentations, the translation techniques used in these documents will be analysed. Indeed, these aperitifs appear totally or partially in their original version, or they are translated into the French language in a more or less picturesque manner, thus expressing the difficulties existing in their translation.

Keywords: gastronomy; lexicology; translation; interculturality.

1. Introducción

La oferta turística basada en el descubrimiento y disfrute de costumbres culinarias locales supone un gran atractivo para los turistas puesto que la gastronomía conforma la identidad cultural de todos los pueblos, como lo explican Di Clemente y otros (2014: 819): “Cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma”. Con la irrupción de Internet en el ámbito del turismo, es habitual proporcionar información gastronómica en páginas oficiales de turismo, tales como *www.spain.info* o *www.parisinfo.com*. Se trata de información de gran interés demandada por los turistas y, por ello, presentada con esmero en estos sitios web.

La tradición culinaria española comprende una gran variedad de platos, fruto del abanico de productos autóctonos empleados en ella, tales como: *paella*, *fideua*, *zarzuela*, *cocido madrileño*, *torrijas*, *churros*, etc. Junto a estas preparaciones, cabe señalar la existencia de otra costumbre culinaria propia de la cultura española. Se trata del *tapeo*, es decir, del consumo de *tapas* como aperitivo o comida principal.

El *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia Española, en su versión en línea (2019), define la tapa como una “pequeña porción de algún alimento que se sirve como acompañamiento de una bebida”. Por su parte, el *Diccionario de uso del español* de María Moliner (1986) es más explícito porque aporta más información y dedica dos acepciones a la tapa, la primera para Andalucía: “Rodaja de jamón, tocino o embutido que se sirve en las tabernas cubriendo las cañas y los chatos de vino”, y la segunda más general: “Aperitivo de cualquier clase (aceitunas o encurtidos, fiambres o embutidos, calamares u otros pescados fritos, mariscos o ensaladillas o cualquier vianda ligera y apetitosa) que se sirve en los bares y establecimientos semejantes para acompañar las bebidas”.

No se sabe a ciencia cierta dónde y cómo apareció la primera tapa¹, por lo que su origen se halla rodeado de misterios y de anécdotas más o menos simpáticas o ciertas. Sin embargo, es un hecho probado con una simple visita a cualquier local de restauración² español que, independientemente de su origen, las *tapas* forman parte de la gastronomía española y del

1 En el reinado de Alfonso X, en el siglo XIII, se cuenta que para evitar que la gente se emborrachara tomando únicamente vino, este rey sugirió a los taberneros la idea de *tapar* la jarra o cubilete con alguna loncha de queso, embutido, etc. Más tarde, durante el reinado de los Reyes Católicos, en el siglo XV, el vaso de vino se tapaba también con algún alimento para que no cayeran moscas en él. Por último, otra anécdota cuenta que estando Alfonso XIII en Cádiz, zona famosa por su fuerte viento, el monarca pidió que le cubrieran el vino con algún alimento para que no le entrara arena (<http://sevilla.abc.es/gurme/gastronomia/origen-y-evolucion-de-las-tapas/>).

2 Nos referimos aquí a tabernas, bodegas, bares y restaurantes que incluyen tapas en su oferta culinaria.

imaginario colectivo, de tal forma que este plato constituye un embajador de nuestra cocina, junto a otros tan famosos como la *paella*, el *jamón serrano* o la *tortilla de patatas*.

En esta misma línea, cabe mencionar la proliferación y gran éxito de las *rutas de tapas*³, que son cada vez más demandadas en nuestro país e incluso fuera de él. Por iniciativa de la asociación Saborea España, se celebra el Día Mundial de la Tapa (DMT)⁴, con la participación de locales de restauración en varias ciudades españolas y europeas⁵. En 2019, para poder participar en el DMT, los hosteleros deben organizar este evento entre el 6 de junio y el 4 de julio. Estas *rutas* exportan no solo un tipo de alimento español, sino también una costumbre española: ir de tapas o de tapeo. El prestigioso cocinero Adrià confirma la importancia y trascendencia de estas preparaciones culinarias al afirmar que “las tapas son nuestra gran bandera”⁶. Por ello, conviene tener en cuenta las características propias de esta costumbre gastronómica típicamente española y cuidar su transferencia a otras culturas.

2. Marco teórico

La especialización o profesionalización de un ámbito conlleva el uso de un léxico determinado que permite identificar, caracterizar y transmitir este conocimiento para profesionales y profanos. Lerat afirmaba que “una lengua es un sistema de signos orales y/o escritos vinculados a una historia y a una cultura” (1997: 15). En el mundo de las tapas, esta relación se percibe claramente, puesto que estas preparaciones culinarias representan e identifican la gastronomía española y, por ende, su cultura, como se ha mencionado anteriormente. Diversos elementos se entremezclan en esta identificación, tales como el folklore (música, fiesta, indumentaria, etc.), otras especialidades culinarias españolas (*paella*, *gazpacho*, *jamón serrano*, *tortilla española*, etc.) o las representaciones mentales de los franceses sobre los españoles (fiesta, alegría, etc.) y su comida (rica, copiosa, condimentada con aceite y ajo, etc.). Por su parte, Ponce (2006) considera que las “marcas culturales tan sumamente complicadas de transmitir se reflejan claramente [...] en la temática gastronómica” porque “en muchas ocasiones ni los propios nativos de un país conocen determinados platos por ser típicos de una zona muy concreta de la que desconocen sus exquisiteces culinarias”⁷.

3 Este año, del 10 al 27 de mayo de 2019 (<http://tastingspain.es/>).

4 Día Mundial de la Tapa (<http://www.diamundialdelatapa.es/index.html>).

5 París participó en este DMT en 2016 (<http://www.turismodesegovia.com/saborea-espana-celebra-el-dia-mundial-de-la-tapa-en-paris/>).

6 Intervención de Ferrán Adrià durante el Congreso Gastronómico *El Arte de las Tapas* celebrado en 2014 en The Hurlingham Club.

7 A modo de ejemplo, citamos las *cheringans* (rebanadas de pan tostadas acompañadas de alioli con jamón de york, atún, etc.) de Almería y las *chuletas de huerta* (patatas asadas al horno) de Valencia.

El ámbito de la gastronomía y el de las tapas se caracterizan por el uso de un léxico propio, específico y especializado que resulta conocido en ocasiones (*cocer, cortar, pelar, estofado, asado, etc.*), pero en otras más desconocido (*escaldar, pochar, marinar, hornazo, pipirrana, etc.*). Del mismo modo, la denominación de platos conlleva a menudo términos o expresiones difíciles de trasladar a otras culturas, tales como *gambas con gabardina, una gilda o una banderilla*, que deben ser explicados para ser entendidos correctamente. Estas unidades léxicas con gran contenido cultural solo son comprendidas por los hablantes nativos. Galisson denomina a estas unidades *mots à CCP (charge culturelle partagée)* porque reflejan una *culture partagée*, es decir, un conjunto de “attitudes, comportements, représentations, coutumes dont les étrangers saisissent mal les mécanismes s’ils ne les réfèrent qu’à leur propre culture” (1991: 116-120). Para otros autores, se trataría de culturemas (Nord, 1996; Luque Nadal, 2009; Soto Almela, 2013; Sierra Soriano, 2016; López Santiago, 2016; etc.), de elementos o términos culturales (Calvi, 2006; Palma, 2006; Calvi y Mapelli, 2010; Trujillo González, 2012; etc.), de *realia* (Farina, 2011; Curell y González, 2014; etc.) o de palabras culturales (Newmark, 1988; Sanmarco Bande, 2006; Negro Alousque y Calle Martínez, 2010; etc.). En cualquier caso, e independientemente de las designaciones mencionadas, todas estas formas constatan la fuerte relación existente entre léxico y cultura.

En el caso de las tapas no es un asunto menor puesto que este plato culinario representa tanto una tradición gastronómica como una costumbre social. Por una parte, las tapas se elaboran con productos típicos (*jamón, chorizo, morcilla, almejas, calamares, anchoas, etc.*) según las particularidades de la cocina española (*fritos, ahumados, a la plancha, etc.*), y, por otra parte, el acto social que rodea el consumo de las tapas (horario y ocasión⁸) puede igualmente interferir en la correcta interpretación de su significado, que se verá reflejado en una traducción incompleta o incomprensible. Por ejemplo, “ir de tapas” puede significar tanto ir a tomar un aperitivo en la barra de un bar como acabar cenando sentados en una mesa con mantel. Junto a estas consideraciones, conviene señalar que la denominación de las tapas suele provocar problemas de interpretación y con ello dificultar su transferencia a otra lengua. Como sostiene Hurtado Albir (2011: 607), “la traducción es una comunicación intercultural. El trasvase de los elementos culturales [...] es uno de los mayores problemas a que se enfrenta el traductor”. En relación con esta cuestión, añade Eurrutia (2013: 169) que “les problèmes d’interprétation que ces termes [palabras culturales] posent en discours dans le transfert d’une langue à une autre sont motivés, dans la plupart des cas, par le manque de référents équivalents en langue cible”.

Como es sabido, los errores de interpretación provocan errores de traducción. Para no incurrir en ellos, propone Hurtado Albir (2011: 608) que “el traductor ha de conocer bien ambas

8 Ir de tapas es una costumbre española muy arraigada.

culturas para ser capaz de resolver los elementos culturales que, implícita o explícitamente, traslucen en los textos”. En este mismo sentido, Molina (2006: 78-79) afirma que los culturemas “no existen fuera de contexto, sino que surgen en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas”. Numerosos autores (González Pastor y Cuadrado Rey, 2014; Hurtado Albir, 2011; Molina Martínez, 2006; Rodríguez Abella, 2010; entre otros) han descrito distintas técnicas traductológicas empleadas en la traducción de palabras culturales, de las cuales mencionaremos el préstamo (léxico, semántico, calco), la traducción literal, la ampliación (paráfrasis, nota), la elisión o la descripción. En nuestro corpus, se pueden apreciar ejemplos de algunas de estas técnicas, como se verá con detalle más adelante. Finalmente, compartimos la opinión de Hurtado Albir, quien, basándose en el tipo de relación entre las dos culturas, el género textual en que se inserta, la función del culturema en el texto original, la naturaleza del culturema, las características del destinatario y la finalidad de la traducción, concluye que “no existen soluciones unívocas ni técnicas características para la traducción de los culturemas, sino una multiplicidad de soluciones y de técnicas” (2011: 615). La íntima relación existente entre las tapas y las costumbres culinarias típicas y propias de cada lugar sustenta su especialidad, como se observará en este trabajo.

3. Objetivo y metodología

Existen diversos trabajos (Eurrutia, 2013; Ramos Gómez y Pérez Ruiz, 2012; Rodríguez Abella, 2010; Bugnot, 2006; entre otros) sobre la traducción de documentos turísticos, en los que la gastronomía tiene su parcela, pero no se centran exclusivamente en las tapas. Nuestro estudio no pretende realizar un análisis prescriptivo de las denominaciones de estos aperitivos españoles en lengua francesa ofreciendo equivalentes para cada término. Por el contrario, se trata de constatar la exportación de esta costumbre sociocultural española describiendo el proceso de su transferencia o no a la lengua francesa en las cartas y menús de los restaurantes y bares parisinos seleccionados para este trabajo. Por otra parte, hemos adoptado una perspectiva cualitativa y no cuantitativa, centrándonos en las características, variedades y complejidades específicas de las tapas ofertadas en estos locales.

La decisión de limitarnos a París fue motivada por el hecho de que, debido a la gran afluencia de turistas⁹ a esta ciudad, su infraestructura comprende un número considerable de locales dedicados a la restauración que ofrecen platos nacionales e internacionales. Entre estos últimos establecimientos, destacan los que ofertan productos y platos de la cocina española, tales como la paella, el jamón serrano y las tapas, entre otros.

9 El primer semestre de 2018 sobrepasó todas las expectativas en términos de atractividad turística. Entre enero y agosto, unos 17 millones de viajeros visitaron la ciudad luz. Fuente: <http://www.rfi.fr/es/francia/20180828-infografia-paris-capital-mundial-del-turismo>.

El uso de Internet dentro del mundo del turismo en general y de la restauración en particular nos ha facilitado la tarea de localización de establecimientos parisinos. En efecto, durante el proceso de elaboración de nuestro corpus, hemos consultado distintos sitios web especializados en la promoción y reserva de locales de restauración, tales como *la-fourchette.com*, *parisbistrot.com*, *restoaparis.com* y *zenchef.com*. Para este trabajo, hemos seleccionado treinta locales de distintas categorías (bares, bodegas y restaurantes¹⁰) que comparten la característica de ofertar tapas españolas en sus menús y cartas¹¹, en francés, español e inglés, con el fin de atraer a un mayor número de clientes. Aunque la mayoría de ellas están en francés (*Chez Eusebio*, *Le Jamoncito*, *Max & Jeremy*, etc.), como era de esperar por tratarse de establecimientos ubicados en París, otras cartas están traducidas al español y/o inglés (*Casa de España*, *Les Caves Saint Gilles*, *El Burro Blanco*, etc.) y en dos casos del corpus (*La Paella*, *Patita Negra*), las cartas aparecen redactadas en tres lenguas, con el fin de atraer un número mayor de clientes.

La confección de este corpus ha permitido estudiar las tapas ofertadas en sus cartas y menús, verificar su frecuencia por medio del programa de concordancia *AntConc* y revisar la traducción propuesta. Por último, se han detectado las técnicas de traducción utilizadas y señalado algunos errores cometidos. El fin último de nuestro trabajo es constatar el impacto de las tapas en la cultura francesa y la necesidad de incluir traducciones correctas para lograr con éxito la transferencia cultural de esta costumbre gastronómica española.

4. Análisis

En este apartado, en primer lugar, mostraremos la promoción de estos establecimientos con el reclamo de las tapas y, en segundo lugar, las técnicas y errores de traducción detectados en los documentos de nuestro corpus.

4.1. Promoción de las tapas

Tras la compilación de nuestro corpus, hemos observado modos diferentes de promoción de las tapas en los locales de restauración de nuestro corpus: (1) las lenguas utilizadas en la redacción de las cartas y menús, como hemos señalado más arriba; (2) imágenes y diseño con colores llamativos que representan en el imaginario estereotipado español su bandera (amarillo y rojo) y las figuras del toro (negro) y de la flamenca (rojo), como en *La Pirada*, *Patita*

10 Todos los locales de restauración que conforman nuestro corpus adoptan una denominación (*Bar à tapas*, *Restaurant*, *Restaurant espagnol*, *Bodega*, etc.) o varias (*Restaurant et bar à tapas*, *Restaurant traditionnel et bar à tapas*, etc.) en sus descripciones. Por esta razón, los hemos incluido en un grupo único, puesto que el elemento común de todos ellos es ofertar tapas en sus cartas y menús.

11 En el anexo, se puede consultar el listado de los locales de restauración analizados en este trabajo.

Negra, *Casa Pepe* o *Casa España*; y (3) su ubicación en la web, en la página principal o dentro de las cartas o menús.

Algunos establecimientos emplean el término *tapas* como reclamo en la página principal de sus webs, ya sea en el propio nombre del establecimiento (*Max et Jérémy: bar à tapas*; *Caves Saint-Gilles: tapas & vinos*; *Patita Negra: Tapas et Vins*), ya sea en el contenido de la web con la inclusión de pizarras con el listado de las tapas servidas (*Le P'tit Barcelone*, *La Feria*, *Bodega Vamos*) o con fotos ilustrativas de estos aperitivos (*Nomad's*, *Farago Pintxo Club*, *El Picador*). Otros locales hacen referencia únicamente a la gastronomía española en la página principal de su web, sin mencionar las tapas. Sin embargo, estas aparecen incluidas en sus menús y cartas (*El Picador*, *Casa Paco*, *La Feria*, *Casa Pepe*, *El Sol*).

4.2. Traducción de las tapas

La traducción en el ámbito de la gastronomía y en particular en el de las tapas es compleja por partida doble: traducir, por un lado, los ingredientes (*chistorra*, *cecina*, etc.) y, por otro, las denominaciones de los platos (*gambas en gabardina*, *patatas bravas*, etc.) no siempre resulta una tarea sencilla. Compartimos con Eurrutia (2013: 173) que “la gastronomie est riche en mots fantaisistes qui répondent à l’imagination des créateurs; ces mots métaphoriques ont rarement d’équivalents en langue cible; le recours aux procédés définitoires devient dans ces cas indispensable”.

Nuestro análisis realizado a partir de ejemplos auténticos¹², por un lado, identifica los diferentes procedimientos de traducción empleados en los documentos de nuestro corpus, que constatan las dificultades existentes en este proceso, y, por otro, agrupa los errores más característicos cometidos en las diferentes propuestas publicadas.

4.2.1. Técnicas de traducción

Siguiendo la clasificación de las técnicas de traducción realizada por Hurtado Albir (2011: 269), en las equivalencias propuestas para las tapas ofertadas en los establecimientos de restauración de nuestro corpus hemos detectado las siguientes: préstamo, traducción literal y combinación de varias técnicas.

4.2.1.1. Préstamo

Para Eurrutia (2013: 165), “lorsque la correspondance n’est pas bijective, la traduction se révèle impossible et le recours à l’emprunt devient fréquent”. En el ámbito de las tapas, se trata de

12 Se han copiado fielmente los ejemplos, por lo que estos reproducen las faltas de concordancia u ortográficas cometidas en las cartas y menús del corpus.

sus ingredientes, de la manera de cocinar o de presentar el producto final; en estos casos, los términos “*désignent des référents inexistantes en langue cible*” (Eurrutia, 2013: 168), es decir, *culturemas*, como, por ejemplo, *tortilla española*, *chorizo*, *pisto*, etc. A continuación, se presentan algunos de los préstamos más frecuentes en nuestro corpus.

Tapas

La *tapa* representa una costumbre gastronómica típica de España; por ello, constituye el elemento principal de este trabajo a partir del cual se han analizado otros términos difíciles de trasladar a la lengua francesa. Al tratarse de un *culturema*, la lengua francesa ha adoptado su forma sin cambios; sin embargo, hemos apreciado ambigüedad respecto a su género en algunas de las cartas y menús de nuestro corpus.

- *tapas chaudes / tapas froides (Max & Jeremy)*
- *tapas chauds / tapas froids (Abuela)*
- *Farandole de Tapas Chaudes ou Froides (El Rincón Español)*

Tortilla española

Aunque el término *tortilla* está recogido en el *Diccionario Larousse* en línea, su definición no hace referencia a uno de los platos típicos españoles por excelencia, puesto que se define como “En Amérique espagnole, petite crêpe de maïs”. Sin embargo, en cualquier recetario de cocina *online*, tanto el término como el producto (la *tortilla española*) se han integrado por completo en la cultura francesa. En nuestro corpus, varios restaurantes ofrecen este plato típico de la gastronomía española. Algunos de ellos utilizan el préstamo *tortilla* acompañado o no del adjetivo *española* (sin traducir) o *espagnole* (traducido); otros emplean la forma *tortilla de patatas*, para referirse al mismo aperitivo, como se observa en los ejemplos que siguen:

- *tortilla (Pakito, Les Caves Saint Gilles, Demain, c'est loin)*
- *tortilla española (La Paella, La Pirada)*
- *tortilla espagnole (El Burro Blanco, El Rincón Español)*
- *tortilla espagnol (Casa Pepe)*
- *tortilla de patatas (Casa Paco)*
- *tortilla de patate individuelle (Jamon Jamon)*

En otras ocasiones, la opción seleccionada es, junto al préstamo *tortilla*, especificar algunos de los ingredientes empleados en su preparación, como, por ejemplo, *Tortillas: omelette aux pommes de terres & oignons (Bodega Vamos)* y *Tortilla: omelette aux pommes de terre & oignons / courgettes (Bodega Cambronne)*. Otros locales, como *Farago Pintxo Club*, incluyen su propio nombre en la denominación de esta tapa (*Tortilla Farago Pintxo Club*), señalando de

este modo que se trata de una variante de la *tortilla española*, que consiste, en este caso, en estar elaborada con huevos, patatas y cebolla caramelizada.

Patatas bravas

En la tercera parte de los locales de nuestro corpus (*Bodega Cambronne, Bodega Vamos, Casa Paco, Demain c'est loin, Jamon Jamon, La Paella, Pakito*), la tapa de *patatas bravas* no se ha traducido al francés. Se ha detectado un caso en el que se ha completado la denominación de este aperitivo con una breve anotación, con el fin de aportar información aclaratoria sobre este aperitivo. Se trata de la carta de *Les Caves Saint Gilles*, en la que se puede leer: *Patatas bravas (à la sauce tomate piquante)*.

Jamón

El jamón (ibérico, de bellota o de pata negra) encarna, sin lugar a dudas, uno de los mejores representantes del tapeo y por ende de la gastronomía española. En los establecimientos objeto de nuestro trabajo, se han detectado numerosas muestras.

- *jamón ibérico (Casa Pepe)*
- *jamón ibérico de bellota (Bodega Vamos)*
- *jamón pata negra de bellota (Le P'tit Barcelone)*
- *serrano ibérico gran reserva (Le P'tit Barcelone)*

Charcutería

La charcutería forma parte igualmente de la gama de tapas que se consumen habitualmente en cualquier bar o restaurante que sirva platos y aperitivos propios de la gastronomía española. Al tratarse de productos típicamente españoles, que no poseen equivalentes en lengua francesa, se ha conservado su denominación en español.

- *lomo pata negra de bellota (Le P'tit Barcelone)*
- *lomo ibérico de salamanca (Les Caves de Saint-Gilles)*
- *chorizo al Txakoli (Jamon Jamon)*
- *chorizo au vin rouge (Max & Jeremy)*

Otros ejemplos de préstamos

Por último, hemos detectado ocasiones en las que el préstamo se ha utilizado sin ninguna descripción ni añadido explicativo; esto es así en las siguientes tapas elaboradas con verduras y pescados:

- *pan con tomate* (Max y Jeremy y Jamon Jamon)
- *pimientos de Padrón* (Jamon Jamon)
- *calamares fritos* (Max y Jeremy)
- *boquerones* (Bodega Cambronne)

En todos estos ejemplos y otros similares, la correcta identificación de la tapa depende del dominio de la lengua y cultura españolas del comensal y/o de su experiencia culinaria.

4.2.1.2. Traducción literal

Al no ser posible determinar fehacientemente la autoría de las traducciones de las cartas y menús de nuestro corpus, nos aventuramos a sugerir que la técnica de la traducción literal ha sido empleada para aquellas tapas en cuya denominación aparecen ingredientes conocidos por el traductor. De las cartas monolingües, señalamos los siguientes ejemplos: *poulpe à la Galicienne* (El Rincon Español); *carottes sévillanes* (Casa Paco). En las cartas bilingües, esta técnica ha sido utilizada en numerosas ocasiones. Como muestra de ello, hemos seleccionado estos ejemplos:

- *croquetas de jamon y queso / croquettes de jambon et fromage* (La Pirada¹³)
- *croquetas de bacalao / croquettes à la morue* (Bodega Cambronne)
- *calamares fritos / calamars frits* (Les Caves de Saint Gilles)

4.2.1.3. Combinación de técnicas de traducción

Préstamo + descripción en francés

En esta ocasión, la tapa en español viene seguida de una pequeña descripción explicativa en francés, con el fin de que los clientes sepan lo que van a comer antes de que llegue el aperitivo a su mesa. Se citan algunos ejemplos ilustrativos de esta técnica:

- *albondigas: boulettes de boeuf et porc sauce tomates oignons* (Bodega Cambronne)
- *calamares a la plancha: calamars grillés à la “Catalane”* (La Pirada)
- *delicias de pollo: poulet aux fines herbes* (Bodega Vamos)
- *tortilla española: omelette de pomme de terre aux oignons* (La Pirada)

13 Recordamos de nuevo que las tapas recogidas en este trabajo reproducen fielmente las formas consignadas en los documentos del corpus. Por ello, en la tapa “croquetas de jamon”, la palabra *jamon* aparece sin tilde.

- *pescaditos fritos*: **petits poissons et son filet de jus de citron** (Le P'tit Barcelone)
- *pulpo a la gallega*: **rondelle de poulpe chaud, gros sel, huile d'olive, piments rouge doux, sur lit de pommes de terre** (La Paella)

Préstamo + traducción en francés

En este apartado, se han registrado las equivalencias compuestas por un préstamo y su traducción. Esta combinación revela que los préstamos utilizados no están completamente integrados puesto que van acompañados de la traducción de un ingrediente de la tapa o del modo de preparación de la misma. Reproducimos algunos ejemplos con indicación del añadido explicativo en negrita seguido del nombre del local donde han sido localizados.

Préstamo + traducción del ingrediente principal

- *empanadillas au* **ton** (El Rincon Español)
- *escalivada et* **anchois de Cantabrie** (El Sol)
- *parrillada de* **poisson et crustacés** (Casa Paco)
- *parrillada de* **viandes** (Casa Paco)
- *pimientos au* **fromage** (Le Seiz'Maine)

Préstamo + traducción del modo de preparación

- *chorizo* **cuit au vin** (Le Jamoncito)
- *chopitos* **grillées** (Casa Pepe)
- *gambas* **flambées à l'anis** (Le Nepo)
- *piquillos* **marinés à l'ail** (El Picador)
- *piquillos* **nature** (Pakito)

Traducción en francés + préstamo

En este punto, los ejemplos señalados corresponden a la misma técnica del apartado anterior, pero con el orden invertido de los componentes. Se ha traducido en francés el tipo de presentación de la tapa o el ingrediente principal de la misma seguido del nombre del producto o de la preparación en español (préstamo). Marcamos en negrita los préstamos.

- *assiette de* **Bellota Pata Negra** (Farago Pintxo Club)
- *assiette de* **Jamon Bellota** (Nomad's)
- *assortiment* **ibérico Bellota** (Farago Pintxo Club)

- *brochettes de noix de St Jacques au **chorizo*** (La Pirada)
- *fromage “**Manchego**”* (Casa Pepe)
- *poulpe à la **gallega*** (El Jamoncito)
- *croquetas de jamon Serrano / croquettes au jambon **Serrano*** (Le P’tit Barcelone)
- *lomo ibérico / Filet de porc fumé **ibérico*** (La Paella)
- *huevo estrellado chistorras / Œuf au plat, frites maison, **chistorras*** (Le P’tit Barcelone)

Préstamo + amplificación en francés

Esta técnica de traducción consiste en proporcionar un equivalente en lengua meta compuesto por el préstamo en español seguido de una amplificación, en francés, que aporta datos que no tienen nada que ver con los ingredientes ni con el modo de preparación, sino con el prestigio del producto. Se resaltan en negrita estos apelativos apreciativos.

Préstamo + añadido sobre el prestigio

- *chorizo Ibérico de Bellota. L’appellation “Ibérico de Bellota” est **gage de qualité extra du produit*** (La table du Loup)
- *chorizo Extra Magno. **Peut-être le meilleur chorizo espagnol*** (La Rallonge)
- *jamón Serrano de Salamanca. **Un authentique jambon de montagne. Une des trois A.O.C. d’Espagne*** (La table du Loup)
- *jamón Bellota El Sol. **L’ambassadeur de la gastronomie espagnole dans le monde (36 mois d’affinage)*** (El Sol)
- *jamón Bellota, 36 mois, l’**excellence espagnole*** (Pakito)

4.2.2. Errores de traducción: errores culturales

Nord (1996: 98-99) clasifica los errores en tres grandes apartados: (1) errores pragmáticos: errores que perjudican la funcionalidad del texto; (2) errores culturales: errores relacionados con las convenciones específicas de la cultura meta; y (3) errores lingüísticos: faltas gramaticales, de léxico, de ortografía y puntuación. En este trabajo, nos centraremos en los errores culturales detectados en el ámbito específico de las tapas.

El uso en las cartas francesas de términos específicos arraigados exclusivamente en algunas regiones españolas puede ocasionar problemas de comprensión a los clientes franceses de estos establecimientos de tapas, por desconocimiento de la cultura gastronómica española. Si la traducción proporcionada no ofrece suficiente información, su objetivo no se ha cumplido: trasladar un concepto a otra lengua con total claridad, como se observará en los ejemplos expuestos a continuación.

En *Jambon serrano de montagne avec pain et tomate*, traducción proporcionada a la tapa *Jambon serrano y pan con tomate (La Paella)*, no se está trasladando adecuadamente el concepto de *pan con tomate*. En la gastronomía española, el *pan con tomate* es un trozo o rebanada de pan sobre el que se ha vertido un poco de aceite y en el que se ha restregado un tomate natural. Su modo de servir es también peculiar: totalmente preparado o los trozos de pan en un plato y el tomate triturado con ajo picado, aceite y sal en un cuenco. La traducción de esta tapa ofrecida en *La Paella* resulta, por lo tanto, incompleta, salvo para los comensales conocedores de esta tapa.

En la carta del restaurante *La Feria* se ofrece un *surtido de pinchos alpargata*, cuya traducción *assortiment de brochettes avec pain catalan* no reproduce completamente su significado. El término *alpargata*, además de ser un calzado rudimentario confeccionado con cáñamo, se usa también en algunas provincias (Sevilla, Jaén, León, etc.) para denominar una tapa compuesta de una rebanada grande de pan sobre la que se pone encima algún ingrediente (jamón, queso, salmón, etc.). Por ello, el cliente francófono se sorprenderá cuando el camarero le sirva estas “rebanadas de pan” en lugar de las esperadas “brochetas”.

Gambardina es una tapa de gambas servida en la *Bodega Pakito*, que recibe otros nombres en España, tales como *gambas a la gabardina*, *gambas en gabardina* y *gambas con gabardina*. En este caso, la tapa aparece traducida como *beignets de gambas*, que no se corresponde con su significado real, puesto que se trata de dos técnicas diferentes: la primera consiste en rebozar la gamba completa, y la segunda, en hacer un buñuelo con trozos de gambas en su interior.

5. Conclusión

En este trabajo, se ha presentado un análisis de la traducción al francés de un corpus de tapas españolas recogidas en cartas y menús servidos en restaurantes y bares parisinos, promocionados en Internet. Estos locales de restauración contemplan varios escenarios: cartas monolingües (español o francés), bilingües (español-francés, español-inglés) y trilingües (francés-español-inglés); en ellos las tapas ocupan un lugar destacado, no solamente como embajadoras de la cocina española, sino también de su cultura. En efecto, la estética de estos establecimientos responde a algunos clichés españoles, tales como la figura del toro, la flamenca y el uso de colores relacionados con la bandera española, como se aprecia en los sitios webs de estos locales (*La Pirada*, *La Paella*, *Patita Negra*, etc.).

Los resultados del análisis efectuado permiten concluir que, en todas las técnicas de traducción empleadas, el préstamo es la más frecuente, ya sea solo (*tapas*) o combinado con la traducción (*tortilla espagnole*), la descripción (*tortilla española: omelette de pomme de terre aux oignons*) o la amplificación (*jamon Bellota, 36 mois: l'excellence espagnole*). El uso de estos préstamos en las traducciones elaboradas en estos establecimientos refleja

además la existencia de términos de la gastronomía española completamente asentados en la cultura francesa, como *tortilla*, *jamón*, *chorizo*, *ibérico*, etc., confirmándose de esta manera el trasvase cultural.

Los errores culturales detectados en nuestro corpus evidencian la falta de un conocimiento completo de las costumbres culinarias españolas, que redundan negativamente en la adecuada transferencia de la denominación de las tapas ofertadas (*cherigans de atún*, *chuletas de huerta*), dando lugar a malentendidos y sorpresas por parte de los comensales.

La integración de la tapa y de su contenido cultural demuestra que, según Rodríguez Abella (2010: 320-21), cuando se realiza la traducción de términos “las áreas culturales no actúan como depósitos perennemente estancos”. Esta idea es corroborada por Adrià (2017), para quien “las tapas originalmente estaban hechas con productos españoles, pero actualmente con la globalización podemos encontrar productos de todo el mundo”. En efecto, nuestras tapas no solo han traspasado fronteras, sino que han sido adoptadas en otras cocinas, hasta el punto de que en restaurantes franceses (*Sourire: tapas françaises*; *Le Bouchon des Batignolles: le bar à tapas françaises à ne pas râter*) o japoneses (*Itoizakaya: cuisine japonaise*; *Restaurant Lengué: bar à tapas japonais*) empiezan a ofrecer tapas confeccionadas con sus productos nacionales.

En investigaciones futuras, se podría ampliar este estudio con cartas y menús monolingües, procedentes de locales de restauración ubicados en otras capitales europeas, con el objetivo de comprobar si las tapas se han introducido en estas culturas conservando su forma o por medio de equivalentes en las lenguas de estas ciudades. También sería interesante contactar con los dueños de los locales para averiguar la autoría de las traducciones realizadas (dueños de los locales, redactores de las páginas webs o profesionales). De esta manera, se podría identificar el origen de los errores cometidos en estas traducciones: competencia lingüística inadecuada, competencia cultural incompleta y/o cierto desconocimiento del ámbito de especialidad de la gastronomía.

En definitiva, consideramos que realizar una buena traducción de las tapas incluidas en la oferta gastronómica de estos establecimientos garantiza la adecuada comprensión por parte de los clientes. Por ello, es necesario recurrir a especialistas expertos tanto en lingüística contrastiva como en el sector profesional de la restauración española.

6. Bibliografía citada

AGENCIA EFE, 2017: “Ferrán Adrià: Las tapas son nuestra gran bandera”, *La Vanguardia* [<http://www.lavanguardia.com/ocio/20170619/423512508266/ferran-adria-las-tapas-son-nuestra-gran-bandera.html>, fecha de consulta: 26 de febrero de 2019].

BUGNOT, Marie-Ange, 2006: “La traducción de la gastronomía: textos y contextos (francés-español)”, *Trans* 10, 9-22.

CALVI, Maria Vittoria, 2006: “El uso de términos culturales en el lenguaje de turismo: los hoteles y su descripción” en M. V. CALVI y L. CHIERICHETTI (eds.): *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad*, Bern: Peter Lang, 271-292.

CALVI, Maria Vittoria, y Giovanna MAPELLI, 2010: “La presencia de términos culturales en las páginas web de turismo” en *Actas XVI Congreso Asociación Internacional de Hispanistas* [https://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/16/aih_16_2_007.pdf, fecha de consulta: 26 de noviembre de 2018].

CURELL, Clara, y M.^a Cristina GONZÁLEZ DE URIARTE, 2014: “La traducción de los ‘realia’ en la literatura de viajes”, *Nerter. Revista dedicada a la literatura, al arte y al conocimiento* 23-24, 39-46.

DI CLEMENTE, Elide, José Manuel HERNÁNDEZ MOGOLLÓN y Tomás LÓPEZ GUZMÁN, 2014: “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura”, *Monográfico* 9, 817-833.

EURRUTIA CAVERO, Mercedes, 2013: “Échanges lexicoculturels dans le domaine des fêtes et de la gastronomie: problèmes traductologiques et traitement lexicographique (fr-esp/esp-fr)”, *Çédille, revista de estudios franceses* 9, 161-186.

FARINA, Annick, 2011: “Les ‘Realia francophones’ dans les dictionnaires : le modèle d’une traduction exotisante”, *Etudes de linguistique appliquée* 164, 465-478.

GALISSON, Robert, 1991: *De la langue à la culture par les mots*, Paris: Clé International.

GONZÁLEZ PASTOR, Diana, y Analía Rosa CUADRADO REY, 2014: “El léxico en el ámbito de la gastronomía valenciana: un estudio de las técnicas de traducción de los culturemas” en Chelo VARGAS SIERRA (ed.): *TIC, trabajo colaborativo e interacción en Terminología y Traducción*, Granada: Comares, 345-357.

HURTADO ALBIR, Amparo, 2011 [2001]: *Traducción y traductología*, Madrid: Cátedra.

LAROUSSE, *Dictionnaire de français* [<http://www.larousse.fr>, fecha de consulta: 25 de enero de 2019].

LERAT, Pierre, 1997 [1995]: *Las lenguas especializadas*, Barcelona: Ariel Lingüística.

LÓPEZ SANTIAGO, Mercedes, 2016: “La traducción: aspectos léxicos” en Andrea ARTUSI, (coord.): *Guías de buenas prácticas discursivas: estrategias lingüísticas para la promoción turística en la red*, anejo n.º 8 de *Normas*, 75-93.

LUQUE NADAL, Lucía, 2009: “Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?”, *Language Design* 11, 93-120.

MOLINA MARTÍNEZ, Lucía, 2006: *El otoño del pingüino: análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*, Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.

MOLINER, María, 1986: *Diccionario de uso del español*, Madrid: Gredos.

NEGRO ALOUSQUE, Isabel, y Cristina CALLE MARTÍNEZ, 2010: “La traducción de las palabras culturales” en Rosario CABALLERO RODRÍGUEZ y M.^a Jesús PINAR SANZ (coords.): *Modos y formas de la comunicación humana*, Ciudad Real: Universidad de Castilla-La Mancha, 1283-1292.

NEWMARK, Peter, 1998: *A Textbook of Translation*, New-York: Prentice Hall. Traducción de V. Moya, 1999: *Manual de traducción*, Madrid: Cátedra.

NORD, Christiane, 1996: “El error en la traducción: categorías y evaluación” en Amparo HURTADO ALBIR: *La enseñanza de la traducción*, Castellón: Publicaciones de la Universitat Jaume I, 91-108.

PALMA, Silvia, 2006: “La traducción de los elementos culturales: el caso de Astérix y Mafalda” en Manuel BRUÑA CUEVAS (coord.): *La cultura del otro: español en Francia, francés en España*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 900-909.

PONCE MÁRQUEZ, Nuria, 2006: “Metodología en la clase de traducción: dificultades pragmático-culturales en la traducción de textos turísticos”, *Tonos* 12 [<http://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/tritonos%20B-Textos%20turisticos.htm>, fecha de consulta: 26 de noviembre de 2018].

RAMOS GÓMEZ, M.^a Teresa, y Leonor PÉREZ RUIZ, 2012: “Problemas de traducción y equivalencia (español-inglés-francés) en la oferta culinaria de restaurantes de Castilla y León” en M.^a José SALINERO CASCANTE y Elena GONZÁLEZ FANDOS (coords.): *Vino y alimentación. Estudios humanísticos y científicos*, Logroño: Universidad de La Rioja, 337-353.

RODRÍGUEZ ABELLA, Rosa María, 2010: “La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía (Análisis de los folletos de Turespaña)” en Rosa María RODRÍGUEZ ABELLA: *Actas del XVI Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas* [https://cvc.cervantes.es/literatura/aih/pdf/16/aih_16_2_026.pdf, fecha de consulta: 6 de noviembre de 2018].

SANMARCO BANDE, M.^a Teresa, 2006: “Las palabras culturales en el diccionario bilingüe” en *Atti del XII Congresso internazionale di Lessicografia*, 617-622.

SIERRA SORIANO, Ascensión, 2016: “La culture au quotidien. La traduction des culturèmes de novembre en espagnol” en Fernando NAVARRO DOMÍNGUEZ: *Una vida entre libros: estudios*

traductológicos y lingüísticos en homenaje a Fernando Navarro Domínguez, Alicante: Universitat d'Alacant, 305-323.

SOTO ALMELA, Jorge, 2013: "La traducción de culturemas en el ámbito del patrimonio cultural: análisis de folletos turísticos de la Región de Murcia, *Tonos Digital* 24 [https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/39532/3/883-2858-1-PB.pdf, fecha de consulta: 26 de noviembre de 2018].

TRUJILLO GONZÁLEZ, Verónica Cristina, 2012: "Una aportación al tratamiento de los elementos culturales: el signo lingüístico cultural", *Çédille: revista de estudios franceses* 8, 298-311 [https://cedille.webs.ull.es/8/18trujillo.pdf, fecha de consulta: 26 de noviembre de 2018].

7. Anexo

Relación de los locales de restauración del corpus

Abuela: <https://www.abuela.fr>

Casa de España: <http://casa-de-espana.zenchef.com/>

Casa Paco: <http://casapaco.fr/es>

Casa Pepe: <http://casapepeparis.fr/es>

Casa San Pablo: <https://www.lafourchette.com/restaurant/casa-san-pablo/341205>

Chez Eusebio: <https://www.lafourchette.com/restaurant/chez-eusebio/29054?cc=18174-54f>

Demain c'est loin: <http://www.demaincestloin.fr/>

El Burro Blanco: <http://www.parisburroblanco.fr/?lang=es>

El Rincón Español: <http://www.elrinconespagnolparis.com/>

El Sol: <http://www.el-sol.fr/>

Farago: <http://farago-pintxoclub.com/>

Jamon Jamon: <http://paris.jamon-jamon.zenchef.com/>

La Bodega Cambronne: <http://la-bodega-cambronne.zenchef.com/>

La Paella: <http://www.restaurantlapaella.com/>

La Pirada: <http://www.pirada.com/fr>

La Rallonge: <http://larallonge.fr/>

La Table du Loup: <http://www.latableduloup.fr/>

Le Jamoncito: <http://lejamoncito.com/>

Le Népo: <http://www.lenepo.fr/>

Le Picador: <http://www.elpicador.fr/>

Le P'tit Barcelone: <http://www.leptitbarcelone.fr/?lang=es>

Le Seize-Maine : <http://le-seiz-maine.zenchef.com/>

Les caves Saint-Gilles : <http://caves-saint-gilles.fr/>

Les Tanins: <http://www.lestanins.com/>

Max y Jeremy: <http://www.maxyjeremy.com/?lang=es>

Nomad's: <http://nomadsparis.fr/>

Olé Bodega: <http://www.olebodega.com/index-2.php>

Pakito: <http://www.pakito.fr/restaurant.php?lang=fr>

Patita Negra: <https://patitanegra.com/#accueil>

Vamos: <http://bodegavamos.com/>