

CONSTRUCCIONES DISCURSIVAS Y PRÉSTAMOS INTEGRALES CONNOTATIVOS EN UN CORPUS DE GUÍAS DE VIAJE SOBRE ESPAÑA

Elena Errico

(Università di Genova, Italia)

elena.errico@unige.it

DISCOURSE CONTRUCTIONS AND CONNOTATIVE UNADAPTED LOANWORDS IN A CORPUS OF TRAVEL GUIDES ON SPAIN

Fecha de recepción: 19-5-2018 / Fecha de aceptación: 2-1-2019

RESUMEN:

A partir de un corpus de guías de viaje sobre España en inglés y sus traducciones/adaptaciones al italiano y al español, investigamos a nivel cualitativo algunos aspectos de la representación que brindan del destino turístico. Desde la perspectiva del Análisis Crítico del Género (Bhatia, 2004; 2012; 2015), reflexionamos sobre la relación entre patrones culturales, discurso sobre la lengua y uso de la lengua. En los casos analizados ponemos de manifiesto cómo, aunque en diferentes grados, las construcciones discursivas sobre España traen consigo concepciones previas y estereotipadas de lo hispánico y algunas elecciones léxicas exotizantes (los préstamos connotativos no integrados) en las versiones en italiano y en inglés a menudo no hacen sino reforzar una imagen conservadora y domesticada del destino turístico.

Palabras clave: discurso del turismo; guías de viaje; imagen de España; préstamos connotativos, traducción

ABSTRACT:

In this article a qualitative analysis is carried on the representation of Spain in a corpus of travel guides. Drawing on texts in English and their translations and/or adaptations into Italian and into Spanish, I adopt the Critical Genre Analysis perspective (Bhatia, 2004; 2012; 2015) to focus on the relationship between the discursive construction on the destination, the discourse on the local language and

use of the local language in the text. In the examples I look at how these discourse representations sometimes convey preconceived and stereotyped images of the Spanish culture and how seemingly exoticizing lexical choices (connotative loanwords) in the texts in English and in Italian often serve the opposite purpose of reinforcing a conservative and domesticated image of Spain.

Keywords: discourse of tourism, travel guides, representation of Spain, connotative unadapted loanwords, translation

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo pretende ser una reflexión sobre las construcciones discursivas que marcan un corpus de guías de viaje de España, de la serie National Geographic Traveler (NGT) y Lonely Planet (LP), partiendo de la perspectiva del Análisis Crítico del Género (Bhatia, 2004; 2012; 2015). Este planteamiento, que Calvi (2010: 3) aplica justamente al discurso turístico, se apoya en el concepto de género y práctica social para dar cuenta de la imbricación entre plano textual y espacio socio-pragmático y cultural. El análisis del discurso como género, más allá del texto, investiga no solamente cómo se construye el texto, sino también cómo se interpreta, utiliza y aprovecha en contextos concretos para lograr objetivos profesionales (Bhatia, 2015: 10). Argumenta Bhatia que este tipo de análisis es crítico en tanto que capaz de "demystify, understand, explain, and account for the kinds of professional practices in which specialist users of language are engaged in their everyday professional life" (Bhatia, 2015: 14). Un elemento muy provechoso en la investigación sobre el discurso del turismo, que se caracteriza por una gran heterogeneidad, hasta el punto de que Balboni lo define un "haz de microlenguas" (Balboni, 1989: 56-57) es "its wider conceptualisation of genres to reflect their evolution incorporating the concepts of dynamism, hybridization and innovation" (Bhatia, 2015: 16). El género "guía de viaje" se ajusta muy bien a este análisis, puesto que se caracteriza por una relación de interdiscursividad con muchos otros tipos textuales, tales como libros de viaje, descripción geográfica, etc. (Calvi, 2010: 17).

Afirma Calvi que la guía de viaje "[responde] a los intereses intelectuales del público más culto y [atiende] a las necesidades de asesoramiento del turista, guiándolo de la mano; [se aleja] de la vertiente más literaria del libro de viaje sustituyendo la mirada personal por una visión pretendidamente objetiva" (2010: 18).

Sin embargo, no hemos de olvidar que la información que se presenta como supuestamente objetiva, sin apenas marcas de valoración, en efecto es fruto de la experiencia del autor (Calvi, 2010: 18), que a partir de ella selecciona (y por tanto valora) los lugares merecedores de ser visitados y la calidad de los servicios. Evidentemente, la ausencia de marcas de subjetividad apunta a respaldar la función prescriptiva de la guía, que para este propósito debe plantearse como autorizada, además de resultar de lectura ágil y amena. Cabe también recordar que el propósito último de la guía es comercial. Por tanto, lo más probable es que, más allá de las indicaciones prácticas, la representación que brinda del destino turístico se resienta de esta finalidad persuasiva y se ajuste a estrategias de marketing antes que al propósito de informar por informar.

En esta aportación vamos a centrarnos justamente al tipo de mediación que lleva a cabo la guía con respecto a experiencia del viaje turístico, puesto que, como lo advierte Bhattacharyya al analizar la guía *Lonely Planet India*, "the guidebook [...] mediates the relationship between tourist and destination, as well as the relationship between host and guest. The guidebook provides a cognitive framework [...] for interpreting what one perceives" (1997: 372). Con respecto al filtro que proporcionan las guías de viaje, Tegelberg (2010), al analizar el discurso de *Lonely Planet Cambodia*, argumenta que estas publicaciones tienden a ser conservadoras con respecto a las imágenes emblemáticas del destino y por ello explotan y contribuyen a reproducir estereotipos, de una forma más o menos sutil, presentando sus descripciones como una realidad y no como una constructo discursivo anclado social y culturalmente.

La relatividad sociocultural del discurso de las guías se hace aún más patente al comparar los textos fuente con las ediciones en otras lenguas. La traducción de este tipo de productos plantea retos no solamente en lo que respecta a los conceptos no lexicalizados en la lengua meta (por ejemplo el dominio de la gastronomía), sino a cómo representar la alteridad a destinatarios de procedencias muy distintas y que cuentan con conocimientos previos y expectativas (reales o supuestas) sobre el destino muy diferentes respecto al público original. La mediación que lleva a cabo la guía traducida es por una parte de tipo textual (la traducción interlingüística, con la producción de un texto que mantenga una relación de equivalencia con el producto fuente), pero puede conllevar intervenciones de edición que incidan en la propia estructuración del contenido como pueden ser reducciones o agregaciones motivadas, entre otros factores, por el ajuste al espacio sociopragmático de recepción.

Por último, exploramos el papel que desempeña la lengua en esta representación de un exotismo domesticado (Thurlow y Jaworski, 2011), atendiendo a las secciones donde aparecen muestras de la lengua del país (préstamos connotativos no integrados) y su motivación discursiva así como el discurso *sobre* la lengua, es decir las secciones de contenido metalingüístico que abordan la cuestión del multilingüismo en España. Thurlow y Jaworski (2011), a propósito de los glosarios en las guías, observan que desde el punto de vista práctico dichos apartados de contenido metalingüístico tienen una utilidad nula si es que de verdad el lector quisiera aprender a usar la lengua para una finalidad comunicativa, por muy básica que fuera. Los glosarios, en cambio, cumplen una función simbólica, como contenedores de la lengua "otra" que es a su vez metonimia del lugar y que se convierte en un recurso más dentro del discurso sobre la autenticidad y el exotismo que llevan a cabo las guías.

Debido a la brevedad de este ensayo, el análisis cualitativo que se llevará a cabo no será sistemático, ni por otra parte pretendemos realizar una crítica sin más del género guía de viaje sino más bien, a partir de una perspectiva sociopragmática, intentar explicar aspectos recurrentes y divergentes del discurso de las guías bajo un prisma intra- e interlingüístico.

2. EL CORPUS

Las guías analizadas en esta aportación son *Spain* de Lonely Planet (LP-ENG) y *Spain* (NGT-ENG) de National Geographic Traveler y sus respectivas traducciones/adaptaciones al italiano (LP-ITA, NGT-ITA) y al español (NGT-SPA¹).

National Geographic Traveler (NGT) es una editorial estadounidense conocida por la calidad de sus publicaciones, en especial por su revista homónima. Dentro de la web de esta editorial destaca de entrada la insistencia en la idea del compromiso hacia un turismo sostenible y responsable, orientado al conocimiento y no al consumo.² Sin embargo, el contenido de la guía parece desmentir este talante ético de respeto a la diversidad. Ya de entrada la portada parece muy convencional: en la edición en inglés y en italiano la ocupa una bailaora de flamenco, predominan el rojo y el negro y la bailaora se enmarca en un rectángulo amarillo que es el logotipo de la editorial, pero también, junto con el rojo, forma parte de los colores de la bandera de España. La edición en español, en cambio, opta por un cuadríptico en el que figuran

¹ Al momento de redactar el presente artículo no nos consta que exista una traducción al español de LP_ING.

² <http://travel.nationalgeographic.com/travel/traveler-magazine/> [consultado el 30 de abril de 2018]

imágenes distantes de la idea de una España "de pandereta" y que en cambio apuntan a representar su diversidad a través de lugares y elementos heterogéneos: la casa Milá, una muchacha con sombrero, lo Molinos de la Mancha y barcos en el puerto de Lastre (Asturias). Esta elección de las portadas parece reflejarse también en el tipo de adaptaciones editoriales que diferencian el texto en español del inglés y del italiano (Errico y Chessa, en prensa). La guía en español, a diferencia de la traducción italiana, contiene secciones que han sido reescritas por completo, como por ejemplo la introducción, en la que el texto fuente se aventuraba en todo tipo de simplificaciones y sobre las que algo se puede intuir tan solo comparando la estructura de los párrafos, en las que las dos guías destinadas a no hispanohablantes se centran casi exclusivamente en los tópicos más tradicionales sobre el país (Errico y Chessa, en prensa):

Spain Today (NGT-ENG)	La Spagna oggi (NGT-ITA)	España actual (NGT-SPA)
<ul style="list-style-type: none"> - Festivals - Bullfighting 	<ul style="list-style-type: none"> - Feste - Corrida 	<ul style="list-style-type: none"> - Deshacer los tópicos - Los españoles de hoy - Proyección exterior y articulación interior - Vida privada y religiosidad - Demografía e inmigración - Gastronomía - Ocio y cultura

La editorial Lonely Planet (LP) también se plantea como alternativa al turismo masivo, a pesar de que en 2010 había alcanzado los 10 millones de ejemplares imprimidos.³ Aunque sus guías proporcionan información para todo tipo de presupuesto, tienden a dirigirse más a los viajeros independientes, de escasos recursos. Su supuesta objetividad se declara explícitamente en la contracubierta donde, con respecto a la valoración de los servicios, se puntaliza: "We never take freebies for positive coverage, so you can always rely on us to tell it like it is" (LP-ENG). En LP también se subraya el compromiso ético hacia un turismo sostenible,

³ <http://www.lonelyplanet.com/about/story> [consultado el 30 de abril de 2018]

reafirmado en la página que aparece la leyenda de los símbolos: "Our authors have nominated these places as demonstrating a strong commitment to sustainability - for example by supporting local communities and producers, operating in an environmentally friendly way, or supporting conservations projects" (LP-ENG: 902). Las páginas introductorias de las dos guías, sin embargo, difieren bastante en la estructura: NGT-ENG presenta una introducción sobre varios aspectos de la cultura de España (NGT-ENG: 14-50), mientras que LP-ENG identifica 25 lugares selectos que merecerían una visita, tras un par de páginas de presentación que así se condensan al principio: "passionate, sophisticated and devoted to living the good life, Spain is at once a stereotype come to life and a country more diverse than you ever imagined" (LP-ENG: 5), en línea con el discurso más trillado sobre España, identificada como el país de la fiesta, objeto de estereotipos que la propia guía admite para negar, pero que a la vez no tiene reparo en explotar. A diferencia de las guías NGT, en las LP la sección que trata de aspectos de historia, arquitectura, arte, sociología, etc. aparece al final de la publicación (LP-ENG: 808-848). Las dos secciones homólogas se equivalen en longitud, pero llama la atención que LP-ENG cuente con un número de páginas total doble con respecto a NG, siendo preponderante el espacio dedicado a contenidos prácticos.

En cuanto al tipo de itinerarios propuestos, en NGT-ENG se escogen los monumentos, los museos más conocidos y en general la cultura "alta", en contraste con la intención declarada en la portada de la guía, es decir brindar "off-the beaten path excursions". LP-ENG, en cambio, contiene un abanico de propuestas más variado y pretende exponer al viajero al contacto con la cultura local en un sentido más antropológico, para que viva igual que vive la población local. La presentación de los barrios madrileños de Malasaña y Chueca es elocuente en este sentido:

The inner-city barrios of Malasaña y Chueca are where Madrid gets up close and personal. Yes, there are rewarding museums and examples of landmark architecture sprinkled throughout. But these barrios are more about doing than seeing; more about experiencing life as it's lived by madrileños than ticking off a list of wonderful, if more static, attractions (LP-ENG: 92).

En lo que respecta a las versiones en otras lenguas, sobresale una relación distinta de equivalencia textual entre los originales y las traducciones en los dos productos, pudiendo considerarse LP-ITA un texto paralelo a LP-ENG y NGT-ITA paralelo a NGT-ENG, mientras que NGT-SPA presenta numerosas agregaciones,

eliminaciones y reescrituras de párrafos.⁴ A modo de ejemplo, tomamos las secciones sobre la historia de la Transición, un periodo de la historia reciente de España sobre el que el debate historiográfico sigue candente, y que por su complejidad difícilmente se presta a tratamientos someros que no corran el riesgo de banalizaciones. Argumentan Ruiz Morales *et al.* (2006) acerca de un corpus de guías de viaje sobre Andalucía, que estas publicaciones, aún cuando dedican espacio al análisis histórico, narran una secuencia de acontecimientos sin establecer conexiones y procesos de transición entre los distintos periodos históricos, ni cuestionan las problemáticas de índole político-económica que los marcan. Si bien es cierto que este grado de profundidad apenas se ajusta a la finalidad comunicativa de la guía, no obstante hemos identificado en nuestro corpus elementos que corroboran una tendencia no ya a la simplificación, sino a interpretaciones que proyectan una imagen negativa y muy sesgada de los hechos. Por ejemplo, el llamado Pacto del Olvido, que fue un paso fundamental para posibilitar la reconciliación y la democratización, así se describe:

[...] In order to smooth the transition to democracy after Franco's death, the truth was swept under the carpet in an unwritten agreement known as the Pacto de Olvido (sic) (Pact of Forgetting) [...] (NGT-ENG: 39).

La misma sección en NGT-ITA es equivalente, mientras que NGT-SPA la referencia no aparece siquiera. Además es significativo notar la elección de los subtítulos: "General Franco" y "After Franco" (NGT-ENG: 37-38) se sustituyen en español con "La dictadura franquista" y "La transición democrática" (NGT-SPA: 36-37), eliminando la excesiva personalización de la narración original. La insistencia en relatar la historia como si fuese el producto únicamente de la voluntad de individuos aparece patente en el contenido de los mismos párrafos:

After Franco
When Franco died in 1975, a grandson of Alfonso XIII was crowned King Juan Carlos I. Franco had chosen him partly because he thought that Juan Carlos was a malleable character. He was wrong, and the new king rapidly set about restoring democracy through his prime minister Adolfo Suárez (NGT-ENG: 39).

Al igual que Franco se identifica con el régimen, se toma al rey como el demiurgo de la Transición, quizás porque en el extranjero es un personaje conocido, que solía estar muy presente en la prensa popular de muchos países. Se trata a la vez de una simplificación ingenua y de una domesticación: el texto apela a un personaje que el público foráneo no puede no conocer. En el texto español la presencia del rey y

⁴ Para más ejemplos de inequivalencias a nivel de contenido entre NGT-ENG y su versión en español, cf. Errico y Chessa (en prensa).

su papel en la Transición resultan más matizados y, aunque de forma muy resumida, se da cuenta de este momento de la historia de España como un proceso político complejo, paulatino y problemático, que ya se había puesto en marcha antes de la muerte del dictador y en el que intervinieron muchos actores:

Muerto el dictador en 1975 y proclamado rey el nieto de Alfonso XIII, Juan Carlos I, la oposición antifranquista, aglutinada en la Coordinadora Democrática, puso cerco definitivo al régimen e inició el proceso de transición a la democracia. La designación [...] de Adolfo Suárez propició la Ley de Reforma Política que, no obstante sus limitaciones, despejó el camino a la celebración de elecciones libres en junio del año siguiente (NGT-SPA: 37).

LP-ENG también representa la Transición como producto exclusivo de la voluntad del rey, que se apoya en otra personalidad, Adolfo Suárez, del que curiosamente se comenta el aspecto físico antes que la actuación como político.

New Democracy

Juan Carlos I, aged 37, took the throne two days after Franco died. The new king's links with the dictator inspired little confidence in a Spain now clamouring for democracy, but Juan Carlos had kept his cards close to his chest and takes much of the credit for the successful transition to democracy that followed. In July 1976 he appointed Adolfo Suárez a 43-year-old former Franco apparatchik with film-star looks, as prime minister (LP-ENG: 825).

La misma diferencia de planteamiento se identifica en el discurso sobre la lengua que llevan a cabo las dos guías. Como decíamos, en las guías la presencia de la lengua "otra" puede funcionar como elemento exotizante. En el caso de España se utiliza para reforzar la idea de su diversidad cultural, como se puede apreciar a continuación en NGT-ENG:

Language is equally diverse. The language called "Spanish" is actually Castilian, from the central part of Spain. The Basque, Catalan and Galician languages are utterly distinctive, as are regional accents. Each Canary Island has its own accent, and the slurred tones of Andalusians are quite different from the crisp, machine-gun fire of Madrileños (sic), the people of Madrid (NGT-ENG: 14).

El párrafo contiene una descripción somera, una observación obvia y una valoración impresionista de cómo suenan acentos distintos. La observación sobre la distancia lingüística puede estar justificada entre el vasco y las demás lenguas romances de España, pero no es precisamente la diferenciación (por cierto relativamente reducida, al tratarse de lenguas afines y con un elevado nivel de intercomprensión) lo que motiva el multilingüismo en España, sino razones culturales y socio-históricas que en cambio ni se mencionan en el texto. El tema de la diversidad cultural y la función de la lengua como símbolo de identidad, en cambio, sí están presentes en LP, que por lo menos le brinda al lector un atisbo de la compleja situación sociolingüística de España y de sus raíces históricas:

Catalan culture has been resurrected [...]. You'll see this reflected in the near-universal use of Catalan in public. [...] As there is no sense of ethnic identity in Catalonia [...] Catalans tend to make their language the key to identity: an active or passive knowledge of Catalan is enough to make one Catalan (LP-ENG: 333).

Y con respecto al vasco: "suppressed by Franco, Basque was subsequently recognized as one of Spain's official languages, and it has become the language of choice - and of identity - among a growing number of young Basques (LP-ENG: 423)".

La perspectiva distinta que se comentaba para la narración de los hechos de la Transición se puede vislumbrar incluso el discurso sobre la lengua: NGT se ciñe a afirmaciones que podrían funcionar prácticamente en cualquier país del mundo (en un territorio hay muchas hablas diferentes), mientras que LP le señala al lector los términos esenciales de la cuestión del multilingüismo en España.

Por último, el párrafo a continuación está dedicado a la lengua "otra" no como objeto del discurso, sino como recurso de construcción discursiva. Más en concreto, comprobaremos en nuestro corpus la observación sobre los préstamos en inglés americano que hace Rodríguez González, según el cual se suelen importar elementos con un matiz peyorativo o para designar tabúes o realidades consideradas deterioradas: por ejemplo "cojones", "políticos" o "turista", que coloquialmente indica la llamada "diarrea del turista", y "siesta" (2001: 87). Se trata de un grupo de palabras que remiten a los tópicos más conocidos sobre el mundo hispanohablante, de ahí que: "fiesta y siesta [sean] algunos de los pocos términos que puede reconocer cualquier hablante de lengua inglesa. Ambos redundan precisamente en el concepto de holganza, asueto y poca afición al trabajo [...]" (Ruiz Morales *et al.* 2006: 129). En otras palabras, indagaremos si y hasta qué punto la presencia de elementos léxicos foráneos refuerza una representación discursiva simplificada y preconcebida de España.

3. LOS PRÉSTAMOS INTEGRALES

La terminología sobre las formas de incorporación de neologismos tomados de lenguas extranjeras es compleja y rebasa el propósito de este artículo. Aquí nos limitaremos a precisar que consideramos como "préstamos integrales" las palabras transferidas en su significante y en su significado, sin adaptación morfofonética alguna. Nos vamos a centrar en algunos de los préstamos motivados por razones de connotación, es decir aquellos elementos que, a pesar de tener un doblete semántico

patrimonial, se utilizan para trasladar matices de expresividad. Tal como observa Castillo Fadic,

los préstamos [...] se yerguen como indicadores de penetración cultural a través de la lengua concebida como señal de identidad de una comunidad idiomática. [...] De hecho, la actitud de los hablantes de una lengua frente al préstamo se basa esencialmente en factores culturales, extralingüísticos (2002: 487).

A partir de esta consideración, vamos a explorar la motivación discursiva por la que se han introducido dichos préstamos.⁵

En nuestro corpus remite al campo semántico de la diversión, muy prolífico de préstamos del español, tal como se apuntaba en el párrafo anterior, el uso de "caliente" en sentido de "ambientado", en italiano y en inglés (el texto fuente). En LP está presente en los siguientes ejemplos, con las traducciones correspondientes, donde parece que se juega con su doble sentido, literal y figurado:

This place gets pretty caliente⁶ (hot) at night but is pleasantly chilled in the early evening, with friendly staff (LP-ENG: 677).

Durante la notte il locale è decisamente caliente, ma all'inizio della serata si respira un'atmosfera rilassante e il personale è estremamente cortese (LP-ITA: 71).

En la guía LP de Andalucía el mismo local viene descrito de la siguiente manera⁷: "este local se ambienta bastante durante la noche, pero a media tarde permanece de lo más tranquilo, y el personal es muy amable (LPA-SPA: 67)".

El préstamo "caliente" está documentado en repertorios lexicográficos italianos como por ejemplo el *Vocabolario dei sinonimi e dei contrari Treccani*,⁸ donde se recoge como sinónimo chistoso de "impetuoso, pasional". En el ejemplo de arriba el italiano se decanta por la interpretación no literal del préstamo. El español sigue esta línea, pero sustituye el adjetivo caliente por "ambientado", eliminando el doble sentido de caliente, que abarca una gradación que va de caluroso a lujurioso (RAE).

Relacionado con la idea de la propensión a la fiesta es el préstamo "movida" que, siguiendo a Ortega Arjonilla (2011: 245), se puede clasificar como préstamo cultural contemporáneo, es decir "referido a estilos artísticos, movimientos y tendencias estéticas". La motivación original por la que el préstamo entró en el

⁵ Quedan excluidos del análisis los préstamos integrales que cuentan con dobles patrimoniales, pero que se utilizan para desempeñar la función práctica de familiarizar al lector con palabras de la lengua del país de destino que le faciliten actividades tales como entender menús, etc. Un ejemplo al respecto es descripción del Patio de los Naranjos de la Mezquita de Córdoba, donde *naranja* sirve para explicar implícitamente el origen de nombre: "Outside the Cathedral northern side, this patio was originally the courtyard of the mosque. It's planted with 66 *naranjos* (orange trees) [...]" (LP-ENG: 663). Nótese que en el mismo enunciado aparece también el préstamo del español "patio", que sin embargo, ya está incorporado en el léxico del inglés desde el siglo XVIII (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/patio>, consultado el 30 de abril de 2018) y quizás por ello no se ha destacado gráficamente.

⁶ Todas las cursivas de los ejemplos están en los originales.

⁷ Hemos comparado el texto original en inglés de la guía sobre Andalucía (LPA_ENG) y se equivale al de LP_ENG.

⁸ http://www.treccani.it/vocabolario/ricerca/caliente/Sinonimi_e_Contrari/ [consultado el 30 de abril de 2018]

italiano fue denotativa, es decir llenar un vacío semántico, para referirse al movimiento contracultural que floreció en Madrid y en las principales ciudades españolas en los años de la Transición. Esta acepción en español es una antonomasia, que procede de uno de los significados coloquiales del sustantivo "movida", el de "juerga y diversión" (RAE). En italiano (pero no en inglés) la palabra está documentada en los diccionarios, como mostramos a continuación. El portal de Treccani, en la sección denominada "Domande e Risposte", así traza el camino que ha seguido el préstamo para incorporarse de forma estable al repertorio léxico de la lengua receptora:

La parola movida, registrata dai principali dizionari della lingua italiana dell'uso, è attestata per la prima volta nell'italiano scritto nel 1990. [...] Nel linguaggio giovanile degli anni Novanta, movida ha assunto il significato generico di animazione, situazione, ambiente piacevolmente movimentati. Nella lingua comune, col tempo, si è depositata stabilmente una sola accezione estensiva, tra le tante fiorite al primo apparire del vocabolo nella nostra lingua: quella di "intensa e vivace vita artistica e culturale notturna", propria in particolare di tutti i grandi centri urbani, spagnoli e di altre nazioni.⁹

La acepción como nombre común se considera, pues, una extensión, puesto que la palabra ha entrado para designar un vacío denotativo y que solo secundariamente ha vuelto a unos de sus significados patrimoniales originales, el de "diversión nocturna". En el diccionario GDG y en el *Vocabolario Treccani*¹⁰ se recogen ambos significados en el mismo orden de penetración, mientras que el *Diccionario Garzanti*¹¹ documenta tan solo la acepción de vida nocturna muy animada.

En las guías del corpus, "movida" aparece en varias ocasiones y la motivación discursiva del préstamo parece traicionar una vez más el planteamiento domesticador o banalizante de la otredad que marca el discurso de las guías. A continuación se proporciona la presentación de Madrid en la guía de NGT:

[Madrid's] tolerant and relaxed inhabitants have a talent for nocturnal intensity and living on the edge: they were the ones who spearheaded the movida, a cathartic surge of hedonism and creativity that seized Spain in the early 1980s with the return of democracy. Sex, drugs and rock and roll boomed, in tandem with a new wave of artists, filmmakers and musicians (NGT-ENG: 16).

La traducción al italiano (NGT-ITA: 16) es equivalente al original inglés, mientras que en NGT-SPA la referencia no aparece siquiera. En el fragmento que

⁹ http://www.treccani.it/lingua_italiana/domande_e_risposte/lessico/lessico_112.html [consultado el 30 de abril de 2018]

¹⁰ <http://www.treccani.it/vocabolario/ricerca/movida/> [consultado el 30 de abril de 2018]

¹¹ <http://www.garzantilinguistica.it/ricerca/?q=movida> [consultado el 30 de abril de 2018]

acabamos de reproducir, se destaca en primer lugar y casi únicamente la dimensión hedonista de la movida (además con una expresión cristalizada "sex, drugs and rock and roll"), mientras que se hace caso omiso de su carácter de movimiento contracultural y del legado de innovación y modernización que dejó.

La descripción de LP es comparable a la anterior, pues en la sección general colocada al final de la guía, sobre la historia y la cultura de España, se afirma que "*la movida madrileña* formed the epicentre of a newly unleashed hedonism that still reverberates through Spanish life" (LP-ENG: 825). El apartado dedicado a Madrid, además, así reza:

Madrid became an icon of the new Spain as the city's young people unleashed a flood of pent-up energy. This took its most colourful form in the years of la movida, the endless party that swept up the city in a frenzy of creativity and open-minded freedom that in some ways has yet to abate (LP-ENG: 69).

Un cuadro de texto ubicado en el apartado "Madrid Entertainment" empieza declarando de forma tajante y exagerada: "anyone who went wild when they first moved out of their parents' house can identify with *la movida madrileña* (literally, the 'Madrid scene' [sic])". Sin embargo, algunas líneas más abajo se concede: "but *la movida* was not just about rediscovering the Spanish art of *salir de copas* (going out to drink). It was also accompanied by an explosion of creativity among the country's musicians, designers and film makers" (LP-ENG: 118).

La identificación de Madrid con la movida, como si esta fuera la marca de fábrica de la ciudad, es aún más patente cuando se asocia a la fundación del museo Reina Sofía, a pesar de que están relacionados por una razón débil, simplemente por ser coevos. En este sentido la presencia de la palabra "movida" parece tener una función connotativa, puesto que en lugar de designar el fenómeno cultural, funciona como elemento identificador de la ciudad, un símbolo que cumple la exigencia de dar una imagen eficaz y atractiva de Madrid y de España para el lector:

Home to Picasso's Guernica, the Reina Sofía opened in 1986 in tune with Spain's frenetic movida spirit of personal and artistic freedom (LP-ENG: 71).

Dimora di Guernica di Picasso, il Reina Sofía è stato inaugurato nel 1986, in sintonia con l'anelito alla libertà individuale e artistica della Spagna (LP-ENG: 71).

El texto italiano no menciona el préstamo, pero el sentido es el mismo. El texto español, en cambio, una vez más elimina del todo la palabra e incluso la relación implícita entre el museo y la movida: "[...] El Reina Sofía abrió en 1986 y alberga el Guernica de Picasso" (LP-ENG: 74).

Hemos visto que la contextualización discursiva del préstamo revela una distinta orientación de las dos guías, siendo LP algo más propensa a una representación más realista y menos tipificada del destino turístico, por lo menos en los apartados que hemos analizado. Un ejemplo más al respecto es la sección que LP dedica a la difícil situación económica que azota España desde 2008 y al movimiento de protesta que surgió a raíz del descontento ciudadano, lo cual desmiente la imagen risueña y despreocupada del país que se brinda al principio de la guía (cf. arriba) (LP-ENG: 808-809). Las guías NGT no hacen ninguna referencia a este aspecto, a pesar de que todas son posteriores al comienzo de la crisis e incluso al nacimiento del movimiento de los *Indignados* o del 15-M, en 2011. Quizás en LP la decisión de actualizar la guía hasta cubrir las vicisitudes más recientes de España se debe no solo a una necesidad de completitud, sino al hecho de que se trata de acontecimientos que difícilmente el lector extranjero desconoce, pues la protesta del 15-M no solo ha tenido una resonancia internacional como noticia, sino que se ha difundido a otros países, hasta el punto que *Indignados*

*fa genericamente riferimento a tutti i movimenti di protesta che a partire dalla mobilitazione popolare e spontanea del 15 maggio 2011 a Madrid hanno manifestato in centinaia di paesi per far sentire la loro voce contro il potere incontrollato della finanza mondiale e la subordinazione della politica all'economia.*¹²

Es decir, que junto con el movimiento se ha exportado también la palabra española que lo designa. Efectivamente, así se presenta la protesta ciudadana de Madrid en LP:

On May 15, 2011, the indignados (the indignant ones) took over the iconic Plaza de la Puerta del Sol in the centre of Madrid in a peaceful sit-in protest. Their popularity maintained by social media networks, they stayed for months, the forerunner to numerous movements around the world, including Occupy Wall Street and its offshoots (LP-ENG: 808).

El préstamo integral, por tanto, por su extrañeza formal (incluso en la marcación gráfica, en cursiva) remite a la lengua cultura/otra, pero a la vez ya nos es familiar y por ello se utiliza para procurar que el lector se mueva en una dimensión que está a medio camino entre lo desconocido y lo supuestamente familiar. A lo largo del párrafo aparecen también préstamos integrales ocasionales que los autores que podrían ser opacos y por ello se acompañan a la traducción al inglés y que remiten al léxico de la crisis financiera:

What began in 2008 shows no signs of abating, and it's almost impossible these days to have a conversation in Spain without reference to the crisis [...] (LP-ENG: 808).

¹² <http://www.treccani.it/enciclopedia/indignados/> [consultado el 30 de abril de 2018]

The disparity between salaries - the mileuristas (earning up to €1000) a month became a cause célèbre in the media - and still house-high prices means that Spaniards are taking even longer to move out of home (LP-ENG: 809).

4. A modo de conclusión

Los rasgos léxicos y discursivos de las dos guías que hemos reseñado las ubican ambas en el surco de las pautas típicas del género, que pretende brindarle al lector una otredad filtrada, en el intento de despertar su curiosidad sin por otra parte asustarle. Lejos de proporcionar un tratamiento sistemático de las características discursivas, hemos identificado algunos temas y algunas secciones que se prestarían mejor a un tratamiento más matizado y argumentado (la Transición, el discurso sobre el multilingüismo, etc.) y las hemos comparado. Mientras que NGT se mantiene fiel a los estereotipos más manidos sobre España y ofrece unas descripciones y explicaciones simplistas y sesgadas, LP presenta una imagen más realista y algo menos ingenua del país. Por ejemplo, introduce (aunque no argumenta) el tema del valor simbólico de las lenguas, lo cual por lo menos le da al lector una pista de que existe una realidad compleja, en la que él/ella misma podrá profundizar si lo desea. La paradoja de las guías de viaje es que por su naturaleza son un género híbrido en las funciones (informan, guían y seducen) y en el contenido (abarcan aspectos diversos de la cultura de un país) y justamente debido a esta heterogeneidad e interdiscursividad, el tratamiento que dan de muchas cuestiones resulta superficial si se compara con otros géneros con los que guardan algún tipo de relación. Sin embargo, si contextualizamos el producto dentro de su función concreta, es decir adoptando el enfoque del Análisis Crítico de Género, evitamos caer en la trampa de comparar el desarrollo de los contenidos de las guías con otras publicaciones cuyos objetivos comunicativos son distintos, como por ejemplo la divulgación histórica, y de esperarnos de ellas el mismo grado de problematización de los hechos. Por otra parte, sí cabe subrayar que el carácter relativamente periférico de ciertas secciones dentro de la estructura de las guías (por ejemplo, las páginas sobre la historia y la cultura o los glosarios) no puede ser una motivación válida para dar pie a representaciones del destino que se apoyen únicamente en tópicos. En este sentido LP, a nuestro parecer, consigue mantener un equilibrio aceptable entre congruencia con el objetivo comunicativo principal y evitación de simplificaciones y clichés.

Hemos puesto de manifiesto también que las dos guías presentan grados diferentes de equivalencia entre el texto fuente y el meta, siendo NG en español la publicación que más intervenciones de eliminación y reescritura tiene, por lo menos en

los fragmentos analizados en este ensayo. Quizás la razón sea porque la visión simplificada y monolítica que presentaba el producto original sería difícilmente digerible para una audiencia hispanohablante, que se vería objeto de una representación preconcebida nada halagadora.

Por último, hemos comentado la motivación discursiva de algunos préstamos connotativos en español presentes en las ediciones en inglés e italiano de las dos guías, y hemos argüido que tal vez están ahí para preparar el lector a un encuentro con el Otro, sin pretender apartarle demasiado de las representaciones más cautas, conservadoras y por ello tranquilizadoras del país. Es llamativo el hecho de que en algunos casos las palabras españolas ya penetradas en la lengua receptora (el inglés) no se mantengan una vez que el texto "vuelve" a la lengua donante, el español. Quizás esto sea porque muchos de dichos préstamos son producto de representaciones preconcebidas y banalizadas de España (caliente, movida) y han entrado en las lenguas receptoras al hilo de los estereotipos correspondientes sobre el país. Con su eliminación, tal vez el editor ha querido evitar perpetuar ciertas imágenes interviniendo no solo a nivel discursivo y de contenido, como hemos mostrado comparando las versiones en las distintas lenguas, sino también a un nivel inferior que incide en el discursivo, el léxico.

Bibliografía

Fuentes primarias

[LP-ENG] (2013). *Spain*, (9a ed.). Victoria: Lonely Planet Publications [formato en eBook].

[LP-ITA] (2013). *Spagna*, (9a ed.). Torino: EDT/Lonely Planet.

[LPA-ENG] (2013). *Andalucía*, (7a ed.). Victoria: Lonely Planet Publications.

[LPA-ITA] (2013). *Andalusia*, (7a ed.). Torino: EDT/Lonely Planet.

[LPA-SPA] (2013). *Andalucía*, (7a ed.). Barcelona: Planeta.

[NGT-ENG] Dunlop, F. (2012). *Spain*, (4a ed.). Washington, D.C.: The National Geographic Society.

[NGT-SPA] Dunlop, F. (2013). *España*, (4a ed.). Washington, D.C.: The National Geographic Society.

[NGT-ITA] Dunlop, F. (2015). *Spagna*, (1a ed.). Washington, D.C.: The National Geographic Society.

Fuentes secundarias

- Balboni, P. (1989). La microlingua del turismo come 'fascio di microlingue'. En P. Balboni, *Microlingue e letteratura nella scuola superiore* (pp. 56-61). Brescia: La Scuola, 56-61.
- Bhatia, V. K. (2004). *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. London: Continuum.
- Bhatia, V. K. (2012). Critical Reflections on Genre Analysis. *Ibérica*, 24, 17-28.
- Bhatia, V. K. (2015). Critical Genre Analysis: Theoretical Preliminaries. *Hermes – Journal of Language and Communication in Business*, 54, 9-19.
- Bhattacharyya, D. P. (1997). Mediating India: an Analysis of a Guidebook. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 371-389.
- Castillo Fadic, M. N. (2002). El préstamo léxico y su adaptación: un problema lingüístico y cultural. *Onomázein*, 7, 469-496. Recuperado el 10 de abril de 2018 de <http://onomazein.letras.uc.cl/Articulos/7/N6-Castillo.pdf>
- Errico, E. y Chessa, S. (en prensa). Comunicazione interculturale nel discorso del turismo: il caso di alcune guide sulla Spagna e sull'Andalusia. En T. Baumann (ed.), *Reiseführer - Sprach- und Kulturmittlung im Tourismus/Le guide turistiche - mediazione linguistica e culturale in ambito turistico*. Bern: Peter Lang.
- [GDG] Gabrielli A. (2011). *Grande dizionario italiano*. Milano: Hoepli.
- Guerrero Ramos, G. (2013). El préstamo lingüístico, uno de los principales procedimientos de creación neológica. *Quaderns de Filologia. Estudis lingüístics*, 18, 115-130.
- Ortega Arjonilla, E. (2011). El francés de las humanidades y su traducción al español: calcos, préstamos, xenismos y adaptaciones. *Anales de filología francesa*, 19, 235-253. Recuperado el 10 de abril de 2018 de <http://revistas.um.es/analesff/article/view/155631>
- [RAE] Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Real Academia Española* (2 voll.). Madrid: Espasa Calpe.
- Rodríguez González, F. (2001). Spanish Contribution to American English Word-stock: an Overview. *Atlantis: Revista de la Asociación Española de Estudios Anglo-*

Norteamericanos, 23(2), 83-90. Recuperado el 10 de abril de 2018 de <https://www.atlantisjournal.org/old/Papers/v23%20n2/v23%20n2-5.pdf>

Ruiz Morales, F. C. *et al.* (2006). *La imagen de Andalucía en las guías turísticas*. Málaga: Editorial Sarriá.

Tegelberg, M. (2010). Hidden Sights. Tourism, Representation and Lonely Planet Cambodia. *International Journal of Cultural Studies*, 13(5), 491-509.

Thurlow, C. y Jaworski, A. (2011). Tourism discourse: Languages and banal globalization. *Review of Applied Linguistics*, 2, 285-312.