

Del texto fuente a un destino irresistible:

estrategias y recursos para una traducción turística profesional

Dictado por María Victoria Lombardi

Fecha de inicio: sábado 11 de octubre

Días y horarios: sábados 11 de octubre y 18 de octubre (09:00 a 11:00 GMT-3)

Período del curso: 2 encuentros

Duración de cada clase: 2 horas

Modalidad: A distancia (clases virtuales)

Cupo máximo: 18

Herramienta para intercambiar materiales/mensajes: Correo electrónico

Plataforma para dictar las clases: Meet propio

Ofrecer la grabación de las clases: no

Idioma en que se dicta el curso: español/inglés

Par de idiomas de trabajo en el curso: inglés<>español

Destinatarios/as: profesionales recibidos, alumnos avanzados del traductorado

¿Se aceptan estudiantes?: sí (último año)

Objetivos:

- Reconocer las características y el propósito del texto turístico publicitario para reflejarlos en la traducción y asegurar que esta produzca el mismo efecto en el lector.
- Reconocer y aplicar los recursos estilísticos propios del texto turístico publicitario.
- Desarrollar un estilo positivo, sugerente, sensorial y evocador en las traducciones.
- Identificar y traducir correctamente elementos interculturales (realia), adaptándolos al público meta.
- Conocer y aplicar la normativa de mayúsculas en nombres propios según la RAE.

- Analizar y corregir la literalidad excesiva, tanto a nivel semántico como sintáctico, para lograr traducciones más naturales.
- Ejercitar una mirada crítica para evaluar distintas versiones de traducción, detectar fortalezas y debilidades y justificar elecciones de manera argumentada.
- Detectar y resolver redundancias y problemas de claridad en los textos.
- Aplicar normas y convenciones para formatos horarios y traducción de gastronomía local y platos típicos.
- Desarrollar estrategias de investigación y toma de decisiones conscientes en casos complejos de traducción.
- Integrar todos los aprendizajes en una práctica final que permita aplicar los recursos, estrategias y soluciones trabajadas durante el curso.

Contenido:

ACTIVIDAD DIAGNÓSTICA: analizamos un texto e identificamos qué lo hace “turístico”

CARACTERÍSTICAS DEL TEXTO TURÍSTICO (publicitario)

1. Abundantes recursos estilísticos

- Explicación y ejemplos.
- Consejo profesional para su uso.
- Ejercicio práctico: traducción de un fragmento que incluya un recurso estilístico.

2. Estilo positivo y sugerente

- Definición y propósito.
- Ejemplos reales.

3. Lenguaje sensorial y evocador

- Definición y propósito.
- Ejemplos reales.

4. Elementos interculturales (realia)

- Tipos de realia y ejemplos.
- Cómo abordarlos en la traducción (alternativas)
- Ejercicio práctico: traducción de un fragmento con realia.

DESAFÍOS DE LA TRADUCCIÓN DEL TEXTO TURÍSTICO (dónde suele fallar la traducción automática... y también los traductores profesionales)

1. Nombres propios (accidentes geográficos, topónimos, monumentos, sitios turísticos y patrimoniales)

- Normativa y excepciones
- Ejemplos
- Consejo
- Ejercicio práctico: traducción de varios fragmentos con nombres propios
- Cómo abordar casos complejos (con ejemplos reales, proceso de investigación, consulta en fuentes oficiales y consejo)

2. Literalidad (nivel semántico y nivel sintáctico)

- Nivel semántico: ejemplos reales y desafío de mirada crítica a distintas traducciones de un mismo segmento
- Nivel sintáctico: ejemplos reales y tres alternativas (propuestas) sintácticas para evitar la literalidad
- Ejercicio práctico (mirada crítica): comparamos dos traducciones distintas de un mismo fragmento y observamos cómo se despegan (o no) del texto fuente

3. Redundancia

- Por qué se producen y dónde se originan
- Ejercicio práctico: identificar las redundancias en texto fuente y en traducciones
- Consejo

4. Formato horario

- Normativa con ejemplos y consejos

5. Gastronomía local y platos típicos

- Normativa
- Ejemplos

6. CIERRE Y PROPUESTA PRÁCTICA FINAL OPCIONAL para entregar en un plazo de 7 días posteriores a la finalización del curso) donde deberán aplicar todo lo desarrollado en una traducción de un texto turístico (1 carilla aprox.). Se corregirá y dará una pequeña devolución escrita.

Descripción:

“Del texto fuente a un destino irresistible” es un curso que combina profesionalismo y estilo en la traducción turística. Incluye la normativa aplicable, estrategias prácticas, consejos basados en mi experiencia trabajando en el sector y, sobre todo, herramientas para afinar la mirada crítica.

Esta mirada es clave para ir más allá del simple significado de las palabras y enfocarse también en cómo está construido el texto original, en su tono, ritmo y recursos expresivos. Solo así es posible crear traducciones que no se limiten a “decir lo mismo”, sino que logren provocar en el lector el mismo efecto que el texto de partida. Una práctica final opcional permite poner en acción todo lo aprendido, con corrección y devoluciones personalizadas.

Bibliografía:

<https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/uso-de-palabras-o-cifras-en-la-escritura-de-la-hora>

<https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/transferecia-traducci%C3%B3n-e-hispanizaci%C3%B3n-de-top%C3%B3nimos>

<https://www.rae.es/buen-uso-espa%C3%B1ol/el-uso-de-la-may%C3%BAscula-en-los-top%C3%B3nimos>

<https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/lugares>

Bugnot, M.-A. (2005). *Texto turístico y traducción especializada: Estudio crítico de un corpus español-francés sobre la Costa del Sol (1960-2004)* [Tesis doctoral, Universidad de Málaga].

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/2720>

Ramírez Almansa, I. (2019). *El texto turístico: Estudio y claves para su traducción* [Capítulo de libro]. University of Córdoba. <https://www.researchgate.net/publication/361192600>

Martínez-Carrasco, R. (2021). Sobre el texto turístico promocional como unidad de significado y comunicación. *Sendebarr*, 32, 267-292. <https://doi.org/10.30827/sendebarr.v32.20068>

Fernández Amaya, L. (2012). Reseña de *La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología* (M. V. Calvi & G. Mapelli, Eds.). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4), 157-161.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.082>

<https://www.rae.es/ortograf%C3%ADa/objetos-o-productos-materiales-de-la-actividad-humana>

Minibío: Victoria Lombardi es traductora pública de inglés y correctora de textos en español. Curiosa incansable, siempre está en busca de nuevos aprendizajes y maneras de perfeccionar su oficio. Se especializa en la traducción de turismo, marketing y legal, y disfruta especialmente las traducciones que ponen a prueba su creatividad. Podés seguirla en [LinkedIn](#) (donde comparte anécdotas y reflexiones sobre su profesión) e [Instagram](#) (donde ofrece información práctica sobre traducción pública para clientes). Para saber más sobre su trabajo, visitá su [sitio web](#).

Categorías de pago

Te recordamos que confirmaremos tu vacante en cuanto hayamos corroborado tu categoría.

- 1) **Programa “Futuros Profesionales” de la AATI:** Programa para estudiantes que estén cursando el último año de las carreras de traducción e interpretación, o la residencia. Si querés saber más, podés escribir a futurosprofesionales@aati.org.ar.
- 2) **Socio/a AATI:** Deberás informar tu número de socio/a y tener la cuota al día. Para averiguar cómo asociarte, completá el formulario en <https://www.aati.org.ar/es/asociarme>.
- 3) **Convenios:** Esta categoría abarca los siguientes casos:
 - a) Miembros de Colegios de Traductores de otras provincias o países; miembros de Convenios FAT, FitLatam, Red Vértice, ACN, AAILS, UBA, ACOTIP, Asociación Creando Nexos y PLECA: Deberás presentar documentación (constancia de membresía, pago de matrícula) con los datos de la institución, tus datos y la vigencia del año corriente. Para saber si tu institución entra en esta categoría, consultá:
 - i) FAT: <http://www.fat.org.ar/>
 - ii) FIT-Latam: <http://www.fit-ift.org/members/latin-america/>
 - iii) Red Vértice: <http://www.redvertice.org/>
 - b) Estudiantes de traducción, interpretación o carreras afines: deberás presentar documentación con los datos de la institución, tus datos y la vigencia (constancia de alumno/a regular o exámenes rendidos el año en curso o en los dos últimos llamados).
*Deberás tener en cuenta que el caso de Estudiante no es el mismo que el de Futuro Profesional, que se explica en el punto “a”.
- 4) **No Socio/a:** Si no aplica ninguna de las categorías anteriores.

Medios de pago

Desde Argentina: depósito o transferencia bancaria.

Desde el exterior: consultar a cursos@aati.com.

De momento no recibimos pagos por tarjeta de crédito