

**EXPECTATIVAS Y EVALUACIÓN
EN LA TRADUCCIÓN DE FOLLETOS TURÍSTICOS:
ESTUDIO EMPÍRICO CON USUARIOS REALES**

Marie-Louise Nobs



TESIS DOCTORAL

Dirigida por la Dra. Ángela Collados Aís

UNIVERSIDAD DE GRANADA

Departamento de Traducción e Interpretación

2003

AGRADECIMIENTOS

Gracias a la Dra. Ángela Collados Aís
por su asesoramiento científico experto,
por su capacidad de centrarse en lo esencial,
por su dedicación y por su amistad.
Sin ella esta tesis no existiría.

Gracias a Alfonso Calderón Paz,
Mónica Capella Soler,
María de los Ángeles Martínez González,
Claudia Navarro Sánchez,
Dolores Ruiz Sevilla,
Ignacio Santos García,
Miguel Vega Expósito,
Marga y Paco de la Escuela Montalbán,
por pasar de manera desinteresada los cuestionarios a los sujetos.
Sin ellos este estudio no se hubiera podido realizar.

Gracias a las compañeras y los compañeros de filología alemana:
Ruth Burbat, Jens Drewitz, Linus Jung, Julia Möller,
Mirjam Rescher, Ludwig Schwarz, Karin Vilar.
Sin su colaboración hubiera faltado algo.

Gracias a Jürgen Schopp.
Sin él el acceso a la interesante bibliografía procedente de los
países nórdicos hubiera sido mucho más difícil.

Gracias a Dorothy Kelly.
Sin ella esta tesis carecería de muchas ideas interesantes.

Gracias a Marga.
Sin ella la estadística se me hubiera resistido.

Gracias a Lola y Cathy.
Sin ellas el trabajo se hubiera hecho más pesado.

Gracias a Macarena.
Sin ella esta tesis no se hubiera llegado a encuadernar.

Gracias a Lisa por animarme desde la lejanía.

Gracias a Nora por estar ahí.

Gracias a Manolo por todo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

25

PARTE I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. MARCO TEÓRICO.....	37
1.1. LA TRADUCCIÓN COMO ACCIÓN SOCIAL	38
1.2. LA TRADUCCIÓN COMO COMUNICACIÓN TRANSCULTURAL	39
1.2.1. <i>El concepto 'cultura' y la traducción.....</i>	40
1.2.2. <i>El concepto 'comunicación' y la traducción.....</i>	43
1.3. LA TRADUCCIÓN COMO ACTIVIDAD MENTAL.....	44
1.3.1. <i>Comprender un texto.....</i>	44
1.3.1.1. Comprender sobre la base de lo conocido.....	45
1.3.1.2. Darle sentido a un texto: un proceso selectivo y subjetivo	46
1.3.2. <i>La traducción como operación textual.....</i>	48
1.4. EL MARCO DE ACTUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN TRANSCULTURAL.....	49
1.4.1. <i>Las coordenadas espacio-temporales</i>	49
1.4.2. <i>Las condiciones de trabajo del traductor.....</i>	50
1.4.3. <i>Las normas de traducción.....</i>	51
1.5. LA TRADUCCIÓN EXITOSA	53
1.5.1. <i>Los lectores modelo</i>	57
1.5.2. <i>Las expectativas de los receptores</i>	58
1.6. LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE TRADUCCIONES PROFESIONALES	61
1.6.1. <i>El factor subjetivo y normativo de la evaluación</i>	61
1.6.2. <i>La evaluación realizada desde un enfoque teórico</i>	62
1.6.3. <i>La evaluación realizada desde distintas instancias.....</i>	64
1.6.4. <i>La calidad de una traducción como valor relativo.....</i>	65
1.7. PRINCIPIOS Y PARÁMETROS PARA EVALUAR LA CALIDAD DE TRADUCCIONES	68
1.7.1. <i>Principios para evaluar la calidad de traducciones profesionales</i>	68
1.7.1.1. Aceptabilidad	68
1.7.1.2. Adecuación.....	69
1.7.1.3. Eficacia.....	70
1.7.1.4. Funcionalidad más lealtad.....	71
1.7.1.5. Grado necesario de diferenciación	72
1.7.2. <i>Parámetros para evaluar la calidad de traducciones profesionales</i>	72
1.7.2.1. Parámetros de evaluación de la calidad: breve recorrido	74
1.7.2.2. Parámetros de evaluación de la calidad según los destinatarios	81
1.7.2.3. Categorización de los parámetros	87
1.7.2.4. Parámetros de evaluación de la calidad según destinatarios: una propuesta 89	
1.8. LA TRADUCCIÓN DE TEXTOS TURÍSTICOS	91
1.8.1. <i>La traducción de textos turísticos en la bibliografía traductológica.....</i>	91

1.8.2. <i>Los folletos turísticos como textos publicitarios</i>	93
2. DISEÑO Y METODOLOGÍA GENERAL	103
2.1. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA Y TRADUCTOLOGÍA: PLANTEAMIENTOS GENERALES	103
2.1.1. <i>El método experimental aplicado a la traducción</i>	105
2.1.2. <i>Dificultades de aplicación</i>	105
2.1.2.1. El control de las variables externas	107
2.1.2.2. La falta de instrumentos de medida específicos	108
2.1.2.3. La recepción subjetiva y selectiva de los sujetos del experimento	108
2.1.3. <i>Ventajas del método experimental</i>	108
2.2. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN Y OBJETIVO GENERAL	110
2.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	112
2.3.1. <i>Objetivos</i>	112
2.3.1.1. Objetivos principales de la investigación.....	112
2.3.1.2. Objetivos tangenciales.....	113
2.3.2. <i>Las hipótesis</i>	114
2.3.2.1. Planteamientos generales	114
2.3.2.2. Hipótesis de partida	115
2.3.2.3. Hipótesis relacionadas con las expectativas de los receptores	116
2.3.2.4. Hipótesis relacionadas con la evaluación de los receptores	116
2.3.2.5. Hipótesis de correlación	117
2.3.3. <i>El tipo de diseño del estudio</i>	117
2.3.4. <i>Especificación de conceptos</i>	118
2.3.4.1. Usuarios germanohablantes reales	118
2.3.4.2. Expectativas de calidad	119
2.3.4.3. Evaluación de la calidad de una traducción	119
2.3.4.4. Los parámetros de calidad barajados	120
2.3.5. <i>Delimitación del marco de aplicación del trabajo de campo</i>	120
2.3.5.1. Representatividad y muestra	120
2.4. MATERIAL UTILIZADO.....	122
2.4.1. <i>Los textos</i>	122
2.4.1.1. El texto base	122
2.4.1.2. La traducción publicada	124
2.4.1.3. La traducción manipulada	129
2.4.2. <i>Los cuestionarios</i>	130
2.4.2.1. Estructura	131
2.4.2.2. Optimización de los cuestionarios mediante el pretest	133
2.4.2.3. La administración de los cuestionarios	133
2.4.3. <i>La evaluación contrastiva de los dos textos utilizados en el experimento</i>	135
2.4.3.1. La evaluación contrastiva de los dos textos por expertos	136
2.5. EL ESTUDIO PILOTO	137
2.5.1. <i>Objetivos</i>	138
2.5.2. <i>La selección de los sujetos</i>	138
2.5.2.1. Características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos.....	140
2.5.3. <i>Modificaciones propuestas con vista a la investigación definitiva</i>	142

2.5.4. <i>Tendencias observadas</i>	143
2.6. LOS SUJETOS	144
2.6.1. <i>Los sujetos seleccionados</i>	144
2.6.2. <i>Características socioculturales y sociodemográficas</i>	145
2.6.2.1. Lengua materna	146
2.6.2.2. Nacionalidad.....	146
2.6.2.2.1. Nacionalidad por ‘Grupo’	147
2.6.2.3. Tamaño de la localidad de residencia	148
2.6.2.3.1. Tamaño de la localidad de residencia por ‘Grupo’	148
2.6.2.4. Sexo.....	150
2.6.2.4.1. Sexo por ‘Grupo’	150
2.6.2.5. Edad.....	151
2.6.2.5.1. Edad por ‘Grupo’	151
2.6.2.6. Nivel de estudios	152
2.6.2.6.1. Nivel de estudios por ‘Grupo’	153
2.6.2.7. Situación laboral.....	155
2.6.2.7.1. Situación laboral por ‘Grupo’	155
2.6.2.8. Conocimiento previo de Granada.....	156
2.6.2.8.1. Conocimiento previo de Granada por ‘Grupo’	156
2.6.2.9. Conocimiento previo de Sierra Nevada	157
2.6.2.9.1. Conocimiento previo de Sierra Nevada por ‘Grupo’	157
2.6.2.10. Afición al esquí	158
2.6.2.10.1. Afición al esquí por ‘Grupo’	158
2.6.2.11. Afición al senderismo y a las excursiones	159
2.6.2.11.1. Afición al senderismo y a las excursiones por ‘Grupo’	159
2.6.2.12. Conocimientos de español.....	160
2.6.2.12.1. Conocimientos de español por ‘Grupo’	161
3. RESULTADOS REFERIDOS A LAS EXPECTATIVAS.....	165
3.1. LOS OBJETIVOS DE UN FOLLETO TURÍSTICO	165
3.1.1. <i>Valores medios</i>	166
3.1.1.1. Valores medios por ‘Grupo’	167
3.1.1.2. Valores medios por ‘Edad’	168
3.1.1.3. Valores medios por ‘Sexo’	169
3.1.1.4. Valores medios por ‘Tamaño de localidad de residencia’	170
3.1.1.5. Valores medios por ‘Situación laboral’	170
3.1.1.6. Valores medios por ‘Nivel de estudios’	171
3.1.1.7. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’	172
3.1.1.8. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’	173
3.1.1.9. Valores medios por ‘Afición al esquí’	173
3.1.1.10. Valores medios por ‘Afición al senderismo’	174
3.1.1.11. Valores medios por ‘Conocimientos de español’	174
3.1.1.12. Valores medios por ‘Nacionalidad’	175
3.1.1.13. Valores medios por ‘Lengua materna’	176
3.1.2. <i>Discusión</i>	177

3.2.	EFFECTO DE UNA TRADUCCIÓN SOBRE LOS USUARIOS.....	178
3.2.1.	<i>Valores medios</i>	178
3.2.1.1.	Valores medios por ‘Grupo’.....	179
3.2.1.2.	Valores medios por ‘Nivel de estudios’.....	181
3.2.1.3.	Valores medios por ‘Edad’.....	183
3.2.2.	<i>Discusión</i>	184
3.3.	PARÁMETROS QUE INDUCEN A PENSAR QUE SE TRATA DE UNA TRADUCCIÓN.....	185
3.3.1.	<i>Los parámetros nombrados por los sujetos</i>	185
3.3.2.	<i>Discusión</i>	186
3.4.	RAZONES PARA NO TERMINAR DE LEER UN FOLLETO TURÍSTICO.....	186
3.4.1.	<i>Existencia de razones para no terminar de leer un folleto turístico</i>	186
3.4.1.1.	Resultados por ‘Grupo’.....	187
3.4.2.	<i>Los parámetros nombrados por los sujetos</i>	188
3.4.3.	<i>Discusión</i>	189
3.5.	LA INCIDENCIA DE LOS PARÁMETROS EN LA MERMA DE LA CALIDAD DE UN FOLLETO TURÍSTICO.....	189
3.5.1.	<i>Valores medios</i>	190
3.5.1.1.	Valores medios por ‘Grupo’.....	191
3.5.1.2.	Valores medios por ‘Nivel de Estudios’.....	192
3.5.1.3.	Otros aspectos responsables de una merma de la calidad.....	194
3.5.2.	<i>Discusión</i>	195
3.6.	ADECUACIÓN DE UNA TRADUCCIÓN A LAS EXPECTATIVAS DE LOS LECTORES.....	197
3.6.1.	<i>Resultados referidos a todos los sujetos</i>	197
3.6.1.1.	Resultados por ‘Grupo’.....	198
3.6.1.2.	Resultados por ‘Edad’.....	199
3.6.1.3.	Resultados por ‘Nivel de estudios’.....	201
3.6.2.	<i>Discusión</i>	203
3.7.	LA PERTINENCIA DE INFORMACIÓN ESPECÍFICA SOBRE SIERRA NEVADA EN EL FOLLETO PRESENTADO.....	203
3.7.1.	<i>Resultados referidos a todos los sujetos</i>	203
3.7.1.1.	Resultados por ‘Afición al esquí’.....	205
3.7.1.2.	Resultados por ‘Afición al senderismo’.....	206
3.7.1.3.	Resultados por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’.....	208
3.7.2.	<i>Discusión</i>	210
3.8.	LA PERTINENCIA DE INFORMACIONES CONCRETAS SOBRE SIERRA NEVADA.....	210
3.8.1.	<i>Resultados referidos a todos los sujetos</i>	210
3.8.1.1.	Resultados por ‘Edad’.....	212
3.8.1.2.	Resultados por ‘Afición al esquí’.....	214
3.8.1.3.	Resultados por ‘Españoles’.....	215
3.8.2.	<i>Discusión</i>	218
4.	RESULTADOS REFERIDOS A LA EVALUACIÓN DE LOS USUARIOS.....	221
4.1.	LA CALIDAD GLOBAL DE LA TRADUCCIÓN.....	221
4.1.1.	<i>Valores medios</i>	222
4.1.1.1.	Valores medios por ‘Grupo’.....	223

4.1.1.2.	Valores medios por ‘Edad’	225
4.1.1.3.	Valores medios por ‘Sexo’	227
4.1.1.4.	Valores medios por ‘Tamaño de la localidad de residencia’	229
4.1.1.5.	Valores medios por ‘Situación laboral’	231
4.1.1.6.	Valores medios por ‘Nivel de estudios’	233
4.1.1.7.	Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’	235
4.1.1.8.	Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’	237
4.1.1.9.	Valores medios por ‘Afición al esquí’	239
4.1.1.10.	Valores medios por ‘Afición al senderismo’	241
4.1.1.11.	Valores medios por ‘Conocimientos de español’	242
4.1.1.12.	Valores medios por ‘Nacionalidad’	246
4.1.2.	<i>Discusión</i>	247
4.2.	ASPECTOS POSITIVOS DEL FOLLETO	253
4.2.1.	<i>Aspectos positivos detectados</i>	254
4.2.1.1.	Lo positivo en el material verbal	254
4.2.1.2.	Lo positivo en el material visual	255
4.2.2.	<i>Discusión</i>	256
4.3.	ASPECTOS NEGATIVOS DEL FOLLETO	256
4.3.1.	<i>Aspectos negativos detectados</i>	258
4.3.1.1.	Lo negativo en el material verbal	258
4.3.1.2.	Lo negativo en el material visual	259
4.3.2.	<i>Discusión</i>	260
4.4.	LECTURA TOTAL O PARCIAL DEL FOLLETO	260
4.4.1.	<i>Resultados obtenidos</i>	261
4.4.2.	<i>Discusión</i>	262
4.5.	LA INCIDENCIA DE LOS PARÁMETROS EN LA MERMA DE LA CALIDAD DEL FOLLETO EVALUADO	263
4.5.1.	<i>Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros y valoración del grado de su incidencia en la merma de la calidad</i>	263
4.5.1.1.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Información fehaciente’	264
4.5.1.2.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Información útil y accesible’	265
4.5.1.3.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’	267
4.5.1.4.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Estilo usual’	268
4.5.1.5.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Corrección gramatical’	270
4.5.1.6.	Valores medios por no respetar el parámetro ‘Estilo usual’ y provocar el efecto no deseado de ‘Hilaridad’	272
4.5.2.	<i>Discusión</i>	274
4.6.	EL GRADO DE PROFESIONALIDAD DEL TRADUCTOR	286
4.6.1.	<i>Valores medios</i>	286
4.6.1.1.	Valores medios por ‘Grupo’	287
4.6.1.2.	Valores medios por ‘Edad’	289
4.6.1.3.	Valores medios por ‘Sexo’	291
4.6.1.4.	Valores medios por ‘Tamaño de la localidad de residencia’	292

4.6.1.5. Valores medios por ‘Situación laboral’	295
4.6.1.6. Valores medios por ‘Nivel de estudios’	297
4.6.1.7. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’	299
4.6.1.8. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’	301
4.6.1.9. Valores medios por ‘Afición al esquí’	303
4.6.1.10. Valores medios por ‘Afición al senderismo’	305
4.6.1.11. Valores medios por ‘Conocimientos de español’	306
4.6.1.12. Valores medios por ‘Nacionalidad’	309
4.6.2. <i>Discusión</i>	310
4.7. LA EVALUACIÓN DE UN TEXTO TRADUCIDO Y LA EVALUACIÓN DE UN TEXTO NO TRADUCIDO	314
4.7.1. <i>Resultados obtenidos</i>	314
4.7.2. <i>Discusión</i>	315
4.8. EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS	317
4.8.1. <i>Valores medios</i>	317
4.8.2. <i>Discusión</i>	319
4.9. COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS REFERIDOS A LA CALIDAD GLOBAL Y A LA PROFESIONALIDAD DEL TRADUCTOR	320
4.9.1. <i>Comparación de valores medios</i>	320
4.9.2. <i>Discusión</i>	321
5. COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS REFERIDOS A LAS EXPECTATIVAS Y A LA EVALUACIÓN	327
5.1. LA PONDERACIÓN DE LOS OBJETIVOS EN LAS EXPECTATIVAS Y EN LA EVALUACIÓN ..	327
5.1.1. <i>Comparación de valores medios</i>	328
5.1.2. <i>Discusión</i>	332
5.2. LECTURA TOTAL O PARCIAL DEL FOLLETO	338
5.2.1. <i>Comparación de valores</i>	338
5.2.2. <i>Discusión</i>	341
5.3. LA INCIDENCIA DE LOS PARÁMETROS EN LA MERMA DE LA CALIDAD	341
5.3.1. <i>Comparación de valores</i>	342
5.3.1.1. ‘Información fehaciente’	342
5.3.1.2. ‘Información de interés y accesible’	343
5.3.1.3. ‘Claridad y comprensibilidad’	345
5.3.1.4. ‘Estilo usual’	347
5.3.1.5. ‘Hilaridad’	348
5.3.1.6. ‘Corrección gramatical’	349
5.3.2. <i>Discusión</i>	351
5.4. LA INCIDENCIA DE LOS ELEMENTOS VISUALES EN LA MERMA DE LA CALIDAD	357
5.4.1. <i>Comparación de valores</i>	358
5.4.1.1. ‘Presentación visual y gráfica atractiva’	358
5.4.1.2. ‘Concordancia entre material verbal y visual’	359
5.4.2. <i>Discusión</i>	361
5.5. LA PROFESIONALIDAD DEL TRADUCTOR EN EXPECTATIVAS Y EVALUACIÓN	361
5.5.1. <i>Comparación de valores y discusión</i>	362

6. DISCUSIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES	367
6.1. DISCUSIÓN GENERAL.....	367
6.2. CONCLUSIONES	384
6.2.1. Conclusiones referidas a las expectativas de los usuarios	385
6.2.2. Conclusiones referidas a la evaluación de los usuarios.....	387
6.2.3. Conclusiones referidas a la correlación entre expectativas y evaluación.....	389
6.2.4. Conclusiones de tipo metodológico.....	390
6.2.5. Conclusiones referidas al papel del traductor o de la traductora de folletos turísticos.....	391
BIBLIOGRAFÍA	395
APÉNDICES	

APÉNDICE I: TEXTOS:

- A: Texto publicado en español (texto base)
- B: Texto publicado en alemán (Tradpubl)
- C: Texto manipulado en alemán (Tradpubl)

APÉNDICE II: CUESTIONARIOS:

- E: Cuestionario 1 (en alemán)
- F: Cuestionario 2 (en alemán)
- G: Cuestionario 1 (en español)
- H: Cuestionario 2 (en español)

APÉNDICE III: RESULTADOS EXPERTOS

- I: Transcripción de entrevistas
- K: Datos recabados

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1—1: Categorías y parámetros para evaluar la calidad concreta de una traducción.....	89
Tabla 1—2: Parámetros para evaluar la calidad concreta: una propuesta.....	90
Tabla 2—1: Expertos: Evaluación de la calidad global de la Tradpubl y la Tradmanipul....	137
Tabla 2—2: Lengua materna por ‘Grupo’.....	146
Tabla 2—3: Nacionalidad.....	147
Tabla 2—4: Nacionalidad por ‘Grupo’.....	147
Tabla 2—5: Tamaño de la localidad de residencia.....	148
Tabla 2—6: Tamaño de localidades de residencia por ‘Grupo’.....	149
Tabla 2—7: Sexo.....	150
Tabla 2—8: Sexo por ‘Grupo’.....	150
Tabla 2—9: Edad.....	151
Tabla 2—10: Edad por ‘Grupo’.....	152
Tabla 2—11: Nivel de estudios.....	153
Tabla 2—12: Nivel de estudios por ‘Grupo’.....	154
Tabla 2—13: Situación laboral.....	155
Tabla 2—14: Situación laboral por ‘Grupo’.....	156
Tabla 2—15: Conocimiento previo de Granada.....	156
Tabla 2—16: Conocimiento previo de Granada por ‘Grupo’.....	157
Tabla 2—17: Conocimiento previo de Sierra Nevada.....	157
Tabla 2—18: Conocimiento previo de Sierra Nevada por ‘Grupo’.....	158
Tabla 2—19: Afición al esquí.....	158
Tabla 2—20: Afición al esquí por ‘Grupo’.....	159
Tabla 2—21: Afición al senderismo y a las excursiones.....	159
Tabla 2—22: Afición al senderismo y a las excursiones por ‘Grupo’.....	160
Tabla 2—23: Conocimientos de español.....	160
Tabla 2—24: Conocimientos de español por ‘Grupo’.....	161
Tabla 3—1: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios.....	166
Tabla 3—2: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Grupo’.....	167
Tabla 3—3: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Edad’.....	169
Tabla 3—4: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Sexo’.....	169
Tabla 3—5: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Tamaño de la localidad de residencia’.....	170
Tabla 3—6: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Situación laboral’.....	171
Tabla 3—7: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Nivel de estudios’.....	172
Tabla 3—8: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’.....	172
Tabla 3—9: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’.....	173
Tabla 3—10: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’...	174
Tabla 3—11: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Aficionado al senderismo’.....	174
Tabla 3—12: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimientos de español’.....	175
Tabla 3—13: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Nacionalidad’.....	176
Tabla 3—14: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Lengua materna’.....	177

Tabla 3—15: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción?	178
Tabla 3—16: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Grupo'	180
Tabla 3—17: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Españoles'	181
Tabla 3—18: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Estudios'	182
Tabla 3—19: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Edad'	183
Tabla 3—20: ¿Qué le hace pensar que se trata de una traducción?	185
Tabla 3—21: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico?	186
Tabla 3—22: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico? Resultados por 'Grupo'	187
Tabla 3—23: ¿Qué razones le inducen a no terminar de leer un folleto turístico?	188
Tabla 3—24: La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico. Valores medios	190
Tabla 3—25: La incidencia de los parámetros relacionados con el contenido en la merma de la calidad de un folleto turístico. Valores medios por 'Grupo'	192
Tabla 3—26: La incidencia de los parámetros relacionados con la forma en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Grupo'	192
Tabla 3—27: La incidencia de los parámetros relacionados con el contenido en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Nivel de estudios'	193
Tabla 3—28: La incidencia de los parámetros relacionados con la forma en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Nivel de estudios'	193
Tabla 3—29: Otros aspectos responsables de una merma de la calidad originada por la falta de respeto de los parámetros de calidad barajados	194
Tabla 3—30: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados referidos a todos los sujetos	197
Tabla 3—31: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por 'Grupo'	198
Tabla 3—32: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por 'Edad'	200
Tabla 3—33: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por 'Nivel de estudios'	202
Tabla 3—34: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados referidos a todos los sujetos	204
Tabla 3—35: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Aficionado al esquí'	205
Tabla 3—36: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Aficionado al senderismo'	207
Tabla 3—37: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Conocimiento previo de Sierra Nevada'	209
Tabla 3—38: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados referidos a todos los sujetos	211

Tabla 3—39: ¿Considera indispensables las siguientes informaciones sobre SN? Resultados por ‘Edad’	213
Tabla 3—40: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por ‘Afición al esquí’	215
Tabla 3—41: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por ‘Españoles’	216
Tabla 4—1: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul.....	222
Tabla 4—2: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Grupo’	224
Tabla 4—3: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Edad’	226
Tabla 4—4: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Sexo’	228
Tabla 4—5: Evaluación global: Valores medios por ‘Tamaño localidad residencia’	230
Tabla 4—6: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Situación laboral’	233
Tabla 4—7: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nivel de estudios’	234
Tabla 4—8: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Granada’	236
Tabla 4—9: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Sierra Nevada’	238
Tabla 4—10: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’	240
Tabla 4—11: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al senderismo’	241
Tabla 4—12: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Conocimientos de español’	244
Tabla 4—13: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nacionalidad’	246
Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad	249
Tabla 4—15: ¿Algo le ha llamado la atención de modo positivo en el folleto?.....	253
Tabla 4—16: ¿Qué le ha llamado la atención de modo positivo en el material verbal del folleto?.....	255
Tabla 4—17: ¿Algo le ha llamado la atención de modo negativo en el folleto?.....	257
Tabla 4—18: ¿Qué le ha llamado la atención de modo negativo en el material verbal del folleto?.....	259
Tabla 4—19: ¿Habría terminado de leer el folleto?	261
Tabla 4—20: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Información fehaciente’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	264
Tabla 4—21: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Información útil y accesible’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	266
Tabla 4—22: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	267
Tabla 4—23: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	269

Tabla 4—24: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Corrección gramatical’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	271
Tabla 4—25: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ en forma del efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto.....	273
Tabla 4—26: Segmentos que no respetan determinados parámetros y su incidencia en la merma de la calidad. Valores medios y diferencias entre valores medios.....	275
Tabla 4—27: Tradpubl: Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros de calidad y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad.....	280
Tabla 4—28: Tradmanipul: Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros de calidad y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad.....	281
Tabla 4—29: Grupo ‘Expertos’ Tradpubl: Detección de segmentos y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad.....	281
Tabla 4—30: Grupo ‘Expertos’ Tradmanipul: Detección de segmentos y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad.....	282
Tabla 4—31: El grado de profesionalidad del traductor.....	286
Tabla 4—32: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Grupo’.....	288
Tabla 4—33: Grado de profesionalidad por ‘Edad’.....	290
Tabla 4—34: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Sexo’.....	292
Tabla 4—35: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Tamaño de la localidad de residencia’.....	294
Tabla 4—36: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Situación laboral’.....	296
Tabla 4—37: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Nivel de estudios’.....	298
Tabla 4—38: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimientos previos de Granada’.....	300
Tabla 4—39: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’.....	302
Tabla 4—40: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Afición al esquí’.....	304
Tabla 4—41: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Afición al senderismo’.....	305
Tabla 4—42: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimientos de español’.....	308
Tabla 4—43: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Nacionalidad’.....	309
Tabla 4—44: ¿Evalúa de modo distinto un texto traducido y un texto no traducido?.....	315
Tabla 4—45: Razones para no evaluar igual un texto traducido y un texto no traducido.....	316
Tabla 4—46: El grado de cumplimiento de los objetivos.....	318
Tabla 4—47: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor.....	320
Tabla 4—48: Expertos: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor.....	324
Tabla 5—1: Ponderación de objetivos en expectativas y evaluación.....	330
Tabla 5—2: Grupo ‘Expertos’: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación.....	337
Tabla 5—3: Expectativas: ¿Existen razones para no terminar de leer un folleto turístico?.....	339
Tabla 5—4: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Información fehaciente’.....	343
Tabla 5—5: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Información de interés’.....	344
Tabla 5—6: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’.....	346
Tabla 5—7: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Estilo usual’.....	347
Tabla 5—8: Incidencia de la falta de respeto del efecto no deseado que provoca ‘Hilaridad’.....	349
Tabla 5—9: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Corrección gramatical’.....	350

Tabla 5—10: Tradpubl: Parámetros de calidad y su incidencia en la merma de la calidad en expectativas y evaluación	353
Tabla 5—11: Tradmanipul: Parámetros de calidad y su incidencia en la merma de la calidad en expectativas y evaluación	354
Tabla 5—12: Ponderación de ‘Presentación gráfica y visual poco atractiva’	359
Tabla 5—13: Ponderación de ‘Concordancia entre elementos verbales y visuales’	360
Tabla 5—14: Incidencia de la percepción del texto como texto traducido	362
Tabla 5—15: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad	363

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2—1: Expertos: Evaluación de la calidad global de la Tradpubl y de la Tradmanipul	137
Gráfico 3—1: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios	166
Gráfico 3—2: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Grupo’	168
Gráfico 3—3: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción?	179
Gráfico 3—4: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por ‘Grupo’	180
Gráfico 3—5: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por ‘Españoles’	181
Gráfico 3—6: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por ‘Estudios’	182
Gráfico 3—7: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por ‘Edad’	184
Gráfico 3—8: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico?	187
Gráfico 3—9: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico? Resultados por ‘Grupo’	188
Gráfico 3—10: Incidencia de los parámetros en la merma de la calidad. Valores medios. ...	191
Gráfico 3—11: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados referidos a todos los sujetos	197
Gráfico 3—12: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por ‘Grupo’	199
Gráfico 3—13: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por ‘Edad’	201
Gráfico 3—14: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por ‘Nivel de estudios’	202
Gráfico 3—15: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados referidos a todos los sujetos	204
Gráfico 3—16: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por ‘Aficionado al esquí’	206
Gráfico 3—17: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por ‘Aficionado al senderismo’	208
Gráfico 3—18: ¿Espera en un folleto turístico con el título La Granada monumental información sobre Sierra Nevada? Resultados por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’	209
Gráfico 3—19: ¿Considera indispensables en un folleto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados referidos a todos los sujetos	211
Gráfico 3—20: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por ‘Españoles’	217
Gráfico 3—21: Resultados referidos a todos los sujetos	217
Gráfico 4—1: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul (media aritmética)	223
Gráfico 4—2: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul (mediana).	223
Gráfico 4—3: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Grupo’	225
Gráfico 4—4: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Edad’	227

Gráfico 4—5: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Sexo’	228
Gráfico 4—6: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Tamaño localidad residencia’	231
Gráfico 4—7: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Situación laboral’	232
Gráfico 4—8: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nivel de estudios’	235
Gráfico 4—9: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Granada’	237
Gráfico 4—10: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Sierra Nevada’	239
Gráfico 4—11: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’	240
Gráfico 4—12: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al senderismo’	242
Gráfico 4—13: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos de español’	245
Gráfico 4—14: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nacionalidad’	247
Gráfico 4—15: ¿Algo le ha llamado la atención de modo positivo en el folleto?	254
Gráfico 4—16: ¿Algo le ha llamado la atención de modo negativo en el folleto?	257
Gráfico 4—17: ¿Habría terminado de leer el folleto?	262
Gráfico 4—18: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Información fehaciente’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	265
Gráfico 4—19: No respeto ‘Información útil y accesible’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	266
Gráfico 4—20: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	268
Gráfico 4—21: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	270
Gráfico 4—22: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Corrección gramatical’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	272
Gráfico 4—23: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ en forma del efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto	274
Gráfico 4—24: El grado de profesionalidad del traductor	287
Gráfico 4—25: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Grupo’	289
Gráfico 4—26: Grado de profesionalidad por ‘Edad’	291
Gráfico 4—27: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Sexo’	292
Gráfico 4—28: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Tamaño de la localidad de residencia’	295
Gráfico 4—29: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Situación laboral’	297
Gráfico 4—30: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Nivel de estudios’	299
Gráfico 4—31: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimientos previos de Granada’	301
Gráfico 4—32: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimiento previo de Sierra	

Nevada?	303
Gráfico 4—33: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Afición al esquí’	304
Gráfico 4—34: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Afición al senderismo’	306
Gráfico 4—35: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimientos de español’	307
Gráfico 4—36: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Nacionalidad’	310
Gráfico 4—37: ¿Evalúa de modo distinto un texto traducido y un texto no traducido?	315
Gráfico 4—38: El grado de cumplimiento de los objetivos	319
Gráfico 4—39: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor	321
Gráfico 4—40: Expertos: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor	324
Gráfico 5—1: Ponderación de los objetivos en las expectativas	331
Gráfico 5—2: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación concreta	331
Gráfico 5—3: Ponderación de objetivos en expectativas y evaluación concreta	332
Gráfico 5—4: TRADPUBL: Ponderación de los objetivos en expectativas y evaluación	333
Gráfico 5—5: TRADMANIPUL: Ponderación de los objetivos en expectativas y evaluación	333
Gráfico 5—6: Ponderación del objetivo ‘Informar’ en expectativas y evaluación	335
Gráfico 5—7: Ponderación del objetivo ‘Publicitar servicios’ en expectativas y evaluación	335
Gráfico 5—8: Grupo ‘Expertos’: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación	337
Gráfico 5—9: Expectativas: ¿Existen razones para no terminar de leer un folleto turístico?	340
Gráfico 5—10: Evaluación: ¿Habría terminado de leer el texto?	340
Gráfico 5—11: Incidencia del parámetro ‘Información fehaciente’	343
Gráfico 5—12: Incidencia del parámetro ‘Información de interés’	345
Gráfico 5—13: Incidencia del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’	346
Gráfico 5—14: Incidencia del parámetro ‘Estilo usual’	348
Gráfico 5—15: Incidencia del parámetro ‘Hilaridad’	349
Gráfico 5—16: Incidencia del parámetro ‘Corrección gramatical’	351
Gráfico 5—17: Ponderación de ‘Presentación gráfica y visual poco atractiva’	359
Gráfico 5—18: Ponderación de ‘Concordancia entre elementos verbales y visuales’	360
Gráfico 5—19: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad	364

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Origen de la investigación

La traducción de folletos turísticos constituye desde hace tiempo un tema de nuestro interés. Al principio se debía sólo al hecho de que éramos usuarias de este tipo de texto, convirtiéndose con los años en un interés basado en nuestra condición de traductora y profesora universitaria de traducción que se estaba concienciando del importante papel que desempeña la traducción del material promocional en el marco de una estrategia turística concreta. Pudimos observar que en una región como Andalucía, en la que el turismo es un factor económico de primer orden, la Junta de Andalucía, como ente competente en materia de turismo, estaba realizando en los últimos años un gran esfuerzo por incrementar la calidad de las publicaciones de tipo turístico lo que se manifiesta en un grado de profesionalidad cada vez más elevado, especialmente desde un punto de vista publicitario y de la presentación visual que, a su vez, se refleja en un diseño gráfico cada vez más atractivo. Sin embargo, con frecuencia las traducciones de determinados folletos turísticos en su versión alemana siguen provocando en las lectoras* de los mismos un efecto no deseado, tal como pudimos comprobar en la reacción de alumnas de intercambio a las que presentamos en el mes de abril de 1999 la versión alemana de un folleto turístico editado por el Patronato Provincial de Turismo de Granada y tal como se confirmó en un estudio piloto llevado a cabo en julio y septiembre de 1999 (Nobs, 2001), en el que recabamos mediante cuestionarios las opiniones que usuarias reales germanohablantes expresaron referidas a este mismo folleto que a su vez iba a ser el folleto utilizado en la investigación objeto de esta tesis doctoral. Son estos efectos no intencionados los que nos llevaron a plantear una investigación estructurada, enfocando parámetros que posiblemente influyesen en la percepción de la calidad de un folleto traducido al alemán y planteando la pregunta de si

* Para denominar a las personas implicadas en la operación traductora, los autores traductológicos y los sujetos de nuestro estudio, utilizaremos en la introducción de modo exclusivo las formas femeninas, entendiendo que éstas incluyen a todas las personas con independencia de su género. En el resto del texto de este trabajo aplicaremos la norma mayoritariamente aceptada que entiende que las formas masculinas incluyen a las mujeres.

las expectativas formuladas por las usuarias germanohablantes encuestadas en relación con un determinado folleto turístico son efectivamente tenidas en cuenta a la hora de evaluar la calidad de un texto concreto o no. Pensamos que un estudio empírico de este tipo que pretende conocer las expectativas de usuarias reales respecto a un tipo de folleto turístico concreto recabando la opinión de las mismas mediante encuesta y enfocando su recepción en una situación comunicativa real, no sólo arrojaría luz sobre algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de traducir y de enseñar a traducir, sino que también podría aportar datos importantes para otras especialistas implicadas en la elaboración de proyectos turísticos eficaces, ya que el alto grado de profesionalidad que caracteriza la planificación y realización de las estrategias turísticas choca con la poca importancia que se le presta normalmente a la traducción de los textos de promoción turística, mermando de este modo en la última fase de la realización de proyectos muy valiosos la eficacia de los mismos. Pensamos, asimismo, que ello se debe, en gran medida, a un desconocimiento generalizado de la complejidad de la operación traductora como actividad de comunicación transcultural y de la incidencia de parámetros de tipo pragmático, cultural y visual a la hora de evaluar la calidad de folletos turísticos traducidos. Parece que las responsables de desarrollar y llevar a cabo proyectos turísticos aún no han tomado conciencia de que el descontento con el material promocional que, según Latiesa (2000:414) es más alto entre las turistas extranjeras que entre las españolas, se podría deber a la poca atención que se le presta a la traducción del mismo.

Antecedentes

Nuestra investigación se basa, por un lado, en los estudios empíricos procedentes del campo de la traslación oral que enfocan el punto de vista de las destinatarias de determinadas interpretaciones (Bühler, 1986; Gile, 1990 y 1995; Collados, 1998, e.o.). Por otro lado recoge el testigo de las pocas aportaciones que centran su interés en las respuestas de las lectoras de una traducción escrita y en conocer su efecto sobre distintas audiencias y su funcionamiento en un contexto cultural determinado (Vehmas-Leito, 1987; Kemppinen, 1989; Rydning, 1991; Jänis & Priiki, 1993; Leppihalme, 1997;

González Álvarez, 1998, e.o.).

Carácter interdisciplinar de la investigación

El área principal en que se inserta nuestra investigación es la de la Traductología en su vertiente aplicada, concretamente la Crítica de la Traducción y la Evaluación de la Traducción. No obstante, la complejidad del objeto de estudio aconseja acercarse a él desde distintos puntos de vista, dado que “las pinceladas desde las diversas vertientes nos acercan al objeto de estudio en mayor medida que el monismo de la profundización en una sola” (Latiesa, 2000: 12). En consecuencia, basaremos este estudio en los presupuestos teóricos de la Traductología, sirviéndonos para la recogida y el tratamiento de los datos empíricos de la metodología de las Ciencias Sociales y aprovechando los conocimientos procedentes de otros campos como la Economía (estrategias de marketing), las Ciencias de la Información (publicidad), la Psicología cognitiva (procesos mentales que subyacen a la comprensión de un texto), y la Lingüística de texto (criterios de textualidad y aceptabilidad). Este modo de acercarse a las expectativas y a la evaluación de la calidad comparte una característica común a todo enfoque interdisciplinar: se ajusta mejor a la complejidad del objeto de estudio pero las brechas que abre en las áreas afines son necesariamente escasas.

Enfoque traductológico

Aunque nos sirvamos de las aportaciones de varios campos del saber, no cabe duda, de que es la Traductología la que constituye el marco teórico de referencia que posibilitó idear la investigación planteada (cf. Kalverkämper, 1999). Partimos de un enfoque funcional basado, entre otros, en Reiss (1971, 1972; 1976, 1990), Höning & Kussmaul (1982), Holz-Mänttari (1984), Reiss & Vermeer (1984), Nord (1988, 1993, 1997). Este enfoque nos lleva a enfocar el por qué, para qué, para quién y dónde se traduce, entendiendo que la traducción profesional se manifiesta en un acto de comunicación transcultural intencionado con un determinado propósito que se realiza a instancias de terceros en un marco de actuación concreto en el que cada actora y cada factor implicado puede ser estudiado. Partimos de la base de que una traducción no es buena o mala, sino buena o mala en función de unos principios o parámetros

previamente establecidos (Beaugrande & Dressler, 1981; Sager, 1989; Hermans, 1991; Nord, 1993; Chesterman, 1994; Larose, 1994; Hönig, 1995; Prunč, 1997; Brunette, 2000, e.o.). En el establecimiento de los parámetros de calidad utilizados en nuestro estudio nos basamos en las propuestas de un gran número de autoras, entre las que destacan, además de las ya nombradas, las investigadoras de la interpretación (Bühler, 1986; Gile, 1990 y 1995; Collados, 1998, e.o.), las investigadoras de la traducción escrita que realizaron estudios empíricos relacionados con el tema de la percepción de la calidad de las traducciones (Vehmas-Leito, 1989; Rydning, 1991; Jänis & Priiki, 1993, e.o.), las teóricas de la traducción que centran su interés en la evaluación de las traducciones (McAlester, 1992; Stolze, 1997; Gerzymisch-Arbogast, 1997; Waddington, 1999; Lauscher, 2000, e.o.) y las normas de traducción (Prunč, 1997; DIN, 1998; Schäffner, 1999).

Objetivos

Son varios los objetivos de nuestra investigación, siendo el objetivo más inmediato el de disponer de datos empíricos que nos permitan dar respuesta a una serie de preguntas que como traductora y profesora de traducción nos venimos planteando desde hace tiempo y que giran en su mayoría alrededor de una hipótesis no probada, según la cual una traducción sólo sería percibida por parte de usuarias reales de la misma como un texto aceptable si tiene en cuenta las expectativas de las destinatarias, no sólo en relación con la corrección lingüística formal, sino también con el contenido, su presentación visual y la interrelación entre ellos. Para validar esta hipótesis de partida, que hasta el momento sólo se fundamentaba en determinadas reflexiones teóricas (cf. *Enfoque traductológico*) y en nuestra intuición derivada de nuestra práctica profesional, diseñamos una investigación en la que nos marcamos siete objetivos concretos, cada uno basado en una hipótesis concreta. De modo muy resumido se podría decir que mediante nuestro estudio pretendemos conocer las expectativas que determinantes audiencias tienen en relación con determinados folletos turísticos y los factores que influyen en la percepción de la calidad de los mismos. Intentamos averiguar, entre otros, si las expectativas de calidad de las usuarias reales consultadas

respecto a un texto concreto traducido del español al alemán muestran una clara tendencia o si es imposible llegar a observar rasgos comunes. Asimismo nos interesamos por saber si las características sociodemográficas y socioculturales de las informantes (pertenencia a una determinada franja de edad, nivel de estudios, nacionalidad, conocimiento previo del tema, etc.) afectan a las expectativas formuladas y a la evaluación realizada. Otro objetivo que pretendemos conseguir mediante el diseño del estudio propuesto, consiste en conocer cómo las usuarias encuestadas ponderan los parámetros de calidad barajados, en determinar su interdependencia y una posible jerarquía entre ellos. Finalmente es nuestro propósito averiguar si los sujetos germanohablantes del estudio establecen una correlación entre la calidad global del folleto turístico evaluado y el grado de profesionalidad de la persona que lo ha traducido. Un objetivo tangencial consiste en analizar los datos recabados con vistas a contribuir a la definición del papel que le incumbe desempeñar a la traductora como una actora más dentro de un complicado proceso de producción de textos funcionales de uso.

Metodología

Para conseguir los objetivos marcados hemos optado por el método inductivo que se basa en la observación estructurada de datos empíricos. El diseño de la parte empírica de nuestra investigación se basa en las aportaciones metodológicas de las Ciencias Sociales aplicadas (Sierra Bravo, 1994; Diekmann, 1998; Schnell et al., 1999). El tipo de estudio que presentamos es un estudio seccional en el que los sujetos fueron consultados una sola vez. Los datos se recabaron mediante encuesta por administración de cuestionarios a 180 usuarias germanohablantes reales de una traducción de un folleto turístico sobre Sierra Nevada. El diseño propuesto corresponde a un cuasi-experimento, teniendo en cuenta la falta de aleatoriedad a la hora de seleccionar la muestra. El estudio consta de una primera parte claramente descriptiva y una segunda parte experimental. La parte descriptiva se refiere a las expectativas de las usuarias reales de folletos turísticos y la parte experimental se centra en la evaluación que éstas realizan respecto a dos textos traducidos concretos, una traducción publicada y una traducción manipulada,

ambas elaboradas sobre la base del mismo texto original. Como datos complementarios de referencia nos hemos servido de las opiniones de un grupo de expertas y la encuesta de 60 sujetos hispanohablantes.

Estructura

El trabajo que presentamos consta de dos partes. La primera parte está dedicada a la explicación del marco teórico que nos sirvió de base para elaborar el estudio empírico y la segunda parte abarca el planteamiento y la realización del trabajo empírico, así como la presentación, el análisis y la discusión de los datos obtenidos. El trabajo termina con la presentación de las conclusiones y la bibliografía citada. En los *Apéndices* se incluye el material utilizado en la parte experimental del estudio, es decir los distintos textos y los cuestionarios, así como resultados referidos al grupo de referencia de las expertas. La primera parte (*Parte I*) consta de un sólo capítulo, mientras que la segunda parte (*Parte II*) integra cinco capítulos, quedando la estructura básica de la tesis como sigue:

PARTE I: Fundamentos teóricos

CAPÍTULO 1: Marco teórico

PARTE II: Investigación empírica

CAPÍTULO 2: Diseño y metodología general

CAPÍTULO 3: Resultados referidos a las expectativas

CAPÍTULO 4: Resultados referidos a la evaluación

CAPÍTULO 5: Comparación de los resultados referidos a expectativas y evaluación

CAPÍTULO 6: Discusión general y conclusiones

Para facilitar la lectura concluiremos esta introducción con un breve resumen por capítulos.

En el *CAPÍTULO 1* aclaramos conceptos claves, entre los que se encuentran los siguientes: la traducción como comunicación transcultural exitosa, la colaboración de

las destinatarias en la comprensión de una traducción, las normas de traducción, la interacción entre medios verbales y no verbales, la dependencia cultural de los elementos verbales y no verbales, la aceptabilidad y el grado de elaboración de una traducción y distinguiremos entre principios y parámetros para evaluar la calidad de traducciones profesionales. Asimismo presentamos algunos estudios empíricos realizados hasta el momento en el campo de la traductología, especialmente los que consideramos relevantes para el diseño de nuestra propia investigación por enfocar las respuestas de usuarias reales de una determinada traducción y la evaluación de la misma. Proponemos una categorización de los parámetros de calidad barajados por distintas autoras, presentando aquellos parámetros que barajaremos en nuestro propio estudio. Concluimos el capítulo dedicado al marco teórico con un apartado en el que caracterizamos los textos turísticos como textos publicitarios y en el que pasaremos revista a la bibliografía traductológica en busca de trabajos específicos relacionados con la traducción de material promocional procedente del campo del turismo.

El *CAPÍTULO 2* comienza con la justificación de nuestra opción por emprender una investigación empírica, resaltando sus principales ventajas y desventajas. En segundo lugar presentamos el diseño detallado del estudio empírico que se concreta en la formulación de siete objetivos y siete hipótesis, en la especificación de conceptos y en la delimitación del marco de aplicación del trabajo de campo. A continuación presentamos el material que utilizamos para recabar los datos referidos a las expectativas y a la evaluación concreta, que incluye los textos y los cuestionarios utilizados. Relacionado con los primeros incidimos en sus características específicas relacionándolas con los parámetros de calidad y explicamos en qué ha consistido la manipulación del texto publicado. Referido a los cuestionarios resaltamos su importancia para recabar datos de interés, destacando la realización de un *pretest* para garantizar su funcionalidad. Concluye este capítulo dedicado a la clarificación de los aspectos metodológicos con la explicación de la selección de los sujetos del estudio y la presentación de los mismos, teniendo en cuenta sus características socioculturales y sociodemográficas.

Los tres siguientes capítulos, es decir los *CAPÍTULOS 3, 4 y 5* están dedicados a

la presentación y a la discusión de los resultados obtenidos. Cada uno de estos capítulos incluye breves discusiones puntuales reservándose la discusión general y las conclusiones para el último capítulo.

En el *CAPÍTULO 3* presentamos los datos referidos a las expectativas de las usuarias encuestadas suministrando en primer lugar información en relación con los objetivos de un folleto turístico y el efecto que tiene sobre ellas, vertiendo los demás datos, entre otros, sobre las siguientes cuestiones: parámetros que inducen a los sujetos a pensar que se trata de una traducción, razones para no terminar de leer un folleto turístico, incidencia de los parámetros en la merma de la calidad y adecuación de una traducción a las expectativas de las lectoras.

El *CAPÍTULO 4* consta de la presentación de los datos referidos a la evaluación concreta que las informantes realizaron sobre la base de los dos textos utilizados. Los resultados presentan, entre otros, información respecto a la evaluación de los siguientes aspectos: calidad global de la traducción, aspectos positivos y negativos detectados, lectura parcial o completa del folleto, incidencia de los parámetros en la merma de la calidad del folleto, el grado de profesionalidad de la traductora y el grado de cumplimiento de los objetivos. Concluimos el capítulo comparando las últimas dos cuestiones que acabamos de nombrar.

El *CAPÍTULO 5* está dedicado al análisis comparativo de los resultados referidos a las expectativas y a la evaluación concreta que los sujetos realizaron. La observación de que efectivamente existan determinadas diferencias entre expectativas y evaluación es de especial interés de cara a la validación o el rechazo de las hipótesis establecidas.

En el *CAPÍTULO 6* con el que concluimos nuestra exposición formulamos la discusión general y las conclusiones atribuyéndolas a los cinco siguientes tipos:

- Conclusiones referidas a las expectativas de las usuarias
- Conclusiones referidas a la evaluación de las usuarias
- Conclusiones referidas a la correlación entre expectativas y evaluación
- Conclusiones de tipo metodológico
- Conclusiones referidas al papel de la traductora

PARTE I:
FUNDAMENTOS TEÓRICOS

CAPÍTULO 1:
MARCO TEÓRICO

1. MARCO TEÓRICO

Comenzaremos esta primera parte de nuestra tesis por la presentación de los presupuestos teóricos claves en los que se basa nuestra investigación. En el centro de nuestro interés se encuentra el concepto ‘traducción exitosa’ debido a que constituye el objetivo de cualquier traducción profesional¹. Profundizar en lo que entendemos por traducción exitosa implica optar por un enfoque centrado en el texto traducido y su funcionamiento en la nueva situación comunicativa, en la acogida de la traducción por sus usuarios y en el papel activo de éstos en la actualización o comprensión de un texto al que sólo tendrán acceso en su forma traducida. Consideraremos la traducción como proceso, dado que el tema de nuestra investigación así lo requiere, teniendo en cuenta que la evaluación y la crítica de la traducción como acción compleja no han de detenerse en el estudio de la relación que existe entre el texto origen (TO) y el texto meta (TM) como producto. De este modo evitamos que el TO, como punto de partida material del proceso de traducción, se convierta en única y exclusiva medida a la hora de evaluar este mismo proceso y su resultado, máxime tomando en consideración que la traducción profesional se requiere precisamente cuando usuarios y clientes necesitan una traducción por no poder acceder al TO si no fuera mediante la labor experta de un traductor. Una vez aclarados los conceptos teóricos más relevantes propondremos los parámetros que en la parte empírica de nuestra tesis nos servirán para determinar la calidad concreta de las traducciones que en ella utilizaremos. Concluiremos esta parte teórica con la caracterización de los textos turísticos con vistas a su traducción, incidiendo en su función apelativa y su pertenencia a los textos publicitarios.

Siendo conscientes de que el fenómeno traductor se puede observar desde distintos puntos de vista, nosotros, por motivos de coherencia y aplicabilidad práctica,

Utilizamos el término ‘traducción profesional’ en el sentido de Delisle que la contrapone al término de . ‘traducción pedagógica’ (Delisle, 1984:41ss).

optamos por un enfoque multidisciplinar y funcional, basado en la teoría de la acción, en la teoría de la comunicación y en la lingüística cognitiva. En la descripción de lo que entendemos por traducción exitosa nos basaremos en el principio de cooperación de Grice (1975), en reflexiones hermenéuticas sobre la traducción, en aportaciones de la semiótica, más concretamente en el concepto de ‘lector modelo’ y el de ‘cooperación textual’ de Umberto Eco (1981:73ss.) así como en aportaciones inspiradas en las ciencias de la cognición como el concepto de ‘estructura de expectativa’ (Lörscher, 1991:268ss.).

1.1. La traducción como acción social

Lo que van Dijk (1997:2) afirma en relación con el discurso, lo hacemos extensivo a la operación traductora: partimos de la base de que traducir, al igual que la actividad discursiva, es un fenómeno práctico, social y cultural, es decir una acción² social con la peculiaridad de que se desarrolla entre dos contextos culturales y entre dos contextos sociales concretos. Entendemos por acción un comportamiento con un determinado propósito. El resultado de una acción es un cambio intencionado de un estado de cosas a otro estado de cosas, que en el caso de traducir se puede manifestar en un texto meta que a su vez formará la base para otras acciones dentro de un sistema de acciones (véase el desarrollo del concepto ‘*Handlungsgefüge*’ en Holz-Mänttari, 1984:29ss). Enfocar la traducción como acción social conlleva asumir los siguientes puntos en los que profundizaremos a continuación:

- a. Toda acción traslativa³ tiene uno o varios propósitos, fines o funciones⁴. Risku (1998:150) mantiene que la coexistencia de distintos fines no es

² El concepto ‘acción’ proviene del ámbito de la filosofía, más concretamente de la *theory of action*, desarrollada en los años 50 y 60 por el Funcionalismo estadounidense y los representantes de la Filosofía analítica. Con posterioridad fue adoptado por la Psicología de la acción (Wilss, 1988:28).

³ Aplicando la propuesta terminológica hecha por la Escuela de Leipzig (Kade, 1963:91 y 1968:33; Jäger, 1965:242) utilizaremos el término ‘traducción’ y ‘acción traductora’ para referirnos a la modalidad escrita de la traducción, reservando los términos ‘traslación’ y ‘acción traslativa’ para los casos en los que se incluye además de la traducción escrita también la modalidad oral de la misma que es la interpretación. Para referirnos al conjunto de las reflexiones teóricas sobre el fenómeno de la traslación, sin embargo, utilizaremos el término genérico y acuñado de ‘Traductología’, resaltando, si hiciera falta, las referencias específicas a una de las dos modalidades.

⁴ Para una diferenciación entre los términos propósito, fin, función e intención ver Nord (1997:28). Para Reiss & Vermeer (1984) el término *skopos* englobaba aún todos estos conceptos, sin hacer una clara delimitación entre ellos. Esta indeterminación terminológica es objeto de críticas por parte de varios autores, entre ellos Pöchhacker (1994:241) y Risku (1998:124-127).

ninguna excepción en la acción traslativa, sino lo usual. Ella la denomina *Polytelie*.

- b. Toda acción traslativa requiere para su culminación la colaboración de los receptores del texto meta. Por ello ha de orientarse en los receptores del producto de cada acción traductora concreta teniendo en cuenta su situación particular en cuanto a conocimientos previos, escalas de valores, expectativas y normas, ya sean éstas explícitas o implícitas.
- c. Toda acción traslativa se lleva a cabo en unas condiciones concretas en relación con el tiempo y el lugar en el que se desarrolla. Estas coordenadas espacio-temporales habrán de tenerse en cuenta por la persona responsable de la acción traslativa y de la que se dispone a evaluarla.
- d. Toda acción traslativa se sustenta en unos procesos mentales llevados a cabo por las personas implicadas en ella. Al ser el resultado de tomas de decisiones de personas determinadas incluye inexorablemente aspectos subjetivos. No excluimos la traducción automática, teniendo en cuenta que el programa en el que se basa es el resultado de una acción previa de un sujeto pensante y sus decisiones para realizar o excluir mediante el TM determinadas funciones o propósitos.
- e. Toda acción traslativa es susceptible de ser modificada según el o los objetivos que se le asignen.
- f. Toda acción traslativa es criticable, existiendo variedad en los parámetros de evaluación dependiendo del concepto general de traslación de los actores implicados, de lo que éstos esperan de un TM y de su relación con el TO y de la función asignada al TM.

1.2. La traducción como comunicación transcultural

Con vistas a la traducción nos interesan las acciones interpersonales o interacciones, especialmente aquellas que sirven para establecer la comunicación entre personas procedentes de distintas culturas que necesitan un experto en comunicación transcultural para superar las barreras que esta pertenencia a distintas culturas (y con ello a distintas comunidades lingüísticas) implica. Es frecuente la utilización del término comunicación intercultural para referirse a la actividad traductora. Sirva como ejemplo el tomo que recoge las aportaciones del primer congreso de la *EST*, la *European Society for Translation Studies*, que se celebró en el año 1995 en Praga y que

fue editado por Snell-Hornby, Jettmarova y Kaindl (1997) con el título genérico de *Translation as Intercultural Communication*. Nosotros preferimos al igual que Vermeer (1990:75) hablar de proceso de comunicación transcultural, al considerar que la complejidad de la acción traductora hace necesario tener en cuenta todos los factores que conforman el marco de actuación en el que se elabora una traducción y entre los que se encuentran, además de los aspectos relacionados con las propias diferencias interculturales, también aquellos que son consustanciales a la comunicación exitosa en general, con independencia de que ésta se desarrolle entre dos culturas distintas o no. El término '*cross-cultural communication*' utilizado por Hatim & Mason (1997:127) resalta esta misma reflexión enfocando "the communicative nature of the translating task" (Hatim & Mason, 1997:14) y las presuposiciones necesarias en relación con los textos, sus usuarios y el contexto en el que aparecen.

Antes de enfocar las condiciones necesarias para conseguir una comunicación exitosa, se imponen algunas reflexiones sobre los conceptos 'cultura' y 'comunicación' y su relación con la traducción.

1.2.1. El concepto 'cultura' y la traducción

A partir de los años 80 los estudiosos de la traductología inciden cada vez más en la vertiente multidisciplinar del fenómeno traductor, demostrando un interés creciente por las cuestiones culturales y su incidencia en la traducción (cf. Reiss & Vermeer, 1984; Snell-Hornby, 1986, 1988 y 1989; Vermeer, 1986 y 1990; Witte, 2000, entre otros). Tal como apunta Leppihalme (1997:2) ello responde, por un lado, a una creciente demanda de traducciones, incluso de lenguas de menor difusión, y, por otro, a un interés emergente en el fenómeno intercultural por parte de la psicología y de la pragmática. Este giro en las reflexiones teóricas sobre la traducción pone en evidencia que tanto la traductología como la actividad traductora tienen que ver con un mundo entre disciplinas, lenguas y culturas. Las reflexiones traductológicas realizadas desde un enfoque cultural no se limitan a ver en el TO y en el TM simples ejemplos de material lingüístico, contemplando que todo texto (independientemente de ser TO o TM) se da en una situación espacio-temporal concreta, en una cultura y, por tanto, lengua concreta, y que cada texto tiene una función y unos receptores determinados que, sobre la base de sus conocimientos, su estructura cognitiva, sus valores, sus normas y sus convenciones, procederán a procesarlo y a entenderlo. Una consecuencia de este nuevo enfoque es la

de conceder mayor importancia a la pregunta siguiente que está en el origen de toda nuestra investigación: ¿cómo conseguir que un texto meta funcione en la cultura de sus receptores?

El marco de este estudio desaconseja extendernos en diversas acepciones del término 'cultura', por instructivo que pudiera resultar. Para nuestros fines nos basamos en la conocida definición de Göhring⁵:

Kultur ist all das, was man wissen, beherrschen und empfinden können muss, um beurteilen zu können, wo sich Einheimische in ihren Rollen erwartungskonform oder abweichend verhalten, und um sich selbst in der betreffenden Gesellschaft erwartungskonform verhalten zu können, sofern man dies will und nicht etwa bereit ist, die jeweils aus erwartungswidrigem Verhalten entstehenden Konsequenzen zu ziehen. (Göhring, 1977:10)

De acuerdo con Snell-Hornby (1989:21) consideramos que esta definición resalta algunos aspectos que cobran especial relevancia en relación con nuestro enfoque traductológico. Entre ellos se encuentran los siguientes:

- a. La cultura engloba conocimientos, destrezas y percepciones.
- b. El concepto clave es el de comportamiento.
- c. La cultura implica dependencia de determinadas normas o convenciones.

En cuanto al papel de la lengua en una cultura nos limitaremos a afirmar que la lengua, siendo el medio de comunicación y de pensamiento convencional de una cultura (Reiss & Vermeer 1984:26), es el elemento cultural por excelencia. Sin embargo, nos parece importante no olvidar que la lengua es una herramienta o un instrumento para posibilitar la comunicación y no un fin en sí mismo. La lengua no crea la realidad "ya que ésta, como representación mental, siempre va por delante de la lengua" (Jung, 2000:14) o en palabras de Vidal Claramonte (1998:15): "Parafraseando a Lacan, se diría que es el lenguaje el que crea la realidad, y no a la inversa".

A la hora de traducir, el aspecto cultural recobra especial importancia en relación con los fenómenos culturales específicos que se dan sólo en una de las dos culturas implicadas y a los que Nord (1997:34) define de este modo: "A cultural-specific phenomenon is thus one that is found to exist in a particular form or function in only one of the two cultures being compared". En este sentido nos parece imprescindible que al traducir tengamos en mente que para reconocer, percibir e interpretar los fenómenos

⁵ El mismo autor desarrolla 21 años más tarde esta definición con vistas a la traducción como comunicación intercultural (Göhring, 1998:112ss.).

culturales específicos de un texto que se origina en una cultura y lengua que no es la nuestra propia, solemos recurrir a una comparación con esta última, aspecto en el que profundiza de modo ejemplar Witte en su libro dedicado a la competencia cultural del traductor (Witte, 2000), reivindicando en relación con la competencia traductora una definición de cultura que adopta la perspectiva de la cultura ajena [ale. *kulturfremde Perspektive*]. En palabras de la autora:

Für die hier auszuarbeitende *Kulturkompetenz des Translators* erscheint der Ausgangspunkt daher aus der *kulturfremden* Perspektive heraus definierter Kulturbegriff sinnvoll. (Witte, 2000:50)

Coincidimos con la misma autora cuando afirma que la visión de otra cultura siempre se fundamenta en la “cultura primaria propia” [ale. *Primärkultur des Individuums*] (Witte, 2000:61ss), convirtiéndola en la medida para evaluar lo distinto, y bien es posible que incluso el concepto de lo que se considera en una determinada cultura una traducción adecuada pudiera considerarse como fenómeno cultural específico que no tiene correspondencia directa en una cultura distinta. Siendo la comparación entre la cultura del TO y la cultura del TM fundamental para emprender una traducción, consideramos acertada la afirmación de Stolze (1994:200) de que la comparación de culturas es para un traductor únicamente una herramienta para superar diferencias culturales previamente identificadas, y no constituye nunca un fin en sí: “Übersetzen ist nicht Kulturvergleich, sondern es ist ein Überbrücken vergleichend festgestellter Unterschiede.” Nord (1997:34) y Witte (2000:61ss) afirman que no existe un punto neutral desde el que comparar los fenómenos culturales. Ello implica asumir que traducir como acción transcultural no es en ningún momento un acto de re-escritura inocente y que con facilidad el traductor se convierte en transmisor de una visión etnocéntrica. En relación con la traducción de textos no literarios o de textos cuyos autores quedan con frecuencia en el anonimato, como es el caso de la mayoría de los textos de divulgación turística, las reflexiones basadas en los *Cultural Studies* parecen, a primera vista, carecer de la importancia que les confieren autores como Venuti (1995) en *The Translator's Invisibility* y Vidal Claramonte (1998:59ss.) en una de sus

publicaciones más recientes⁶. El concepto ‘cultura’ en relación con la traducción es también fundamental para los investigadores de los *Descriptive Translation Studies*, conocidos como *Manipulation-School*. Gideon Toury, uno de sus más destacados representantes, fue pionero en resaltar la importancia de las ‘normas’ en el proceso transcultural de la traducción (Toury, 1980), concepto en el que profundizaremos más adelante cuando nos ocupemos del marco de actuación de una determinada traducción y de las condiciones necesarias para poder hablar de una traducción exitosa.

1.2.2. El concepto ‘comunicación’ y la traducción

De modo deliberado renunciamos aquí a la presentación de distintos modelos de comunicación establecidos a lo largo del siglo pasado en áreas tan distintas como las telecomunicaciones, la lingüística, la psicología cognitiva, la semiótica y la propia traductología⁷. Partimos de la base de que no es posible no comunicar (cf. Watzlawick et al., 1981:49- 52; Göhring, 1998:113) dado que incluso lo no dicho o no escrito tiene valor comunicativo. En relación con la comunicación escrita partimos de la base de que el valor comunicativo no se limita a los signos lingüísticos teniendo en cuenta que la presentación visual en general y especialmente la tipografía y la maquetación responsable de integrar los elementos gráficos y pictóricos en el mensaje objeto de la comunicación, tienen una carga comunicativa muy importante. Asimismo no perdemos de vista que la comunicación se establece únicamente mediante la actuación y cooperación de la parte receptora que interpreta y comprende lo comunicado sobre la base de sus propios comportamientos y experiencias, sus escalas de valores, sus conocimientos del mundo en general, las normas vigentes y las expectativas que tiene en relación con lo comunicado. La comunicación depende, por tanto, de la actividad mental de todos los implicados en el acto de comunicación.

Comentario [h1]: 1.Página: 7
ver Schopp 2000 ¿? Y Rumiko
Oyama “Visual Communication
across Cultures
<http://www.immi.se/intercultural/nr3/ovama.htm> (29.07. 2000)

⁶ Véase el interesante artículo de Schäffner (2000:205-216) en el que compara la aportación de Venuti, especialmente los conceptos de ‘*foreignisation*’ y ‘*domestication*’ con las reivindicaciones románticas de Schleiermacher, Goethe y Humboldt. Schäffner llega a la conclusión de que Venuti tiene en común con aquellos que el referente para ambos es la traducción literaria o de obras de autores consagrados, ignorando los textos efímeros y de autor desconocido que caracterizan el actual mercado de las traducciones en Europa.

⁷ Para distintos modelos de comunicación (monolingüe y bilingüe) y algunas reflexiones críticas sobre su aplicación a la traducción, cf. Shannon & Waver, 1949:34; Kade, 1968:7; Göpferich, 1998:13-27; Horn-Helf, 1999:43-100, entre otros.

1.3. La traducción como actividad mental

Comprender un texto es algo más que recibir un texto⁸. Existen conocidos modelos de la traducción que dividen el proceso de la traducción en varias fases. Bien es sabido que tal fragmentación sólo tiene sentido, asumiendo que se trata de una idealización que en la realidad nunca se da, puesto que en ningún momento puede reflejar los complejos mecanismos mentales en los que se fundamenta la acción traslativa. Lo que es indiscutible es el hecho de que sobre el traductor recaen al mismo tiempo distintos papeles, entre los que destacan el de recibir y comprender un determinado TO y el de producir y emitir un TM adecuado. Ello implica considerar la operación traductora como actividad eminentemente mental, en palabras de Sandrini (1996:17): “Der Übersetzer rezipiert den AT (Ausgangstext), verarbeitet ihn mental und formuliert den Inhalt funktionsgerecht in der Zielsprache”. Siendo indudable el interés por conocer el funcionamiento de este ‘tratamiento mental’, hay que admitir que en el momento actual de las investigaciones llevadas a cabo de forma interdisciplinar por la psicología, la lingüística cognitiva y los estudios de la traducción, entre otros, los resultados son aún modestos y sólo aplicables con mucha precaución al campo de la traducción. Hechas estas advertencias, nos detendremos en algunas reflexiones en relación con la comprensión y su incuestionada importancia en toda actividad traductora que en el marco de esta investigación nos parecen pertinentes.

1.3.1. Comprender un texto

Numerosos autores traductológicos definen la traducción con ayuda del concepto de ‘comprensión’. Para Wilss (1988:9) la traducción es una “Verständigungshandlung”, una acción que contribuye a la comprensión o a la comunicación. Delisle (1984:92) considera que traducir consiste en “comprendre et faire comprendre” por lo que llega a formular el siguiente axioma: “On ne traduit bien que ce que l’on comprend bien. C’est un axiome”. Reiss (1995:20) gusta hacer referencia a la siguiente definición de traducción de Klöpfer: “Unbekanntes durch Bekanntes verstehbar machen”, contribuir a la comprensión de lo desconocido mediante lo conocido.

⁸ Para una definición de ‘texto’ cf. 3.2. *La traducción como operación textual*.

1.3.1.1. Comprender sobre la base de lo conocido

Hoy en día ya nadie pone en duda que comprender un texto va más allá de lo puramente lingüístico y que la comprensión sólo es posible sobre la base de conocimientos previos, tanto lingüísticos como no lingüísticos. “Verstehen braucht Wissen”, dice Nord (1993:220) y Wilss apunta en relación con la labor del traductor:

Das Verstehen von Texten ist nicht ohne vom Übersetzer mitgebrachte Wissenshorizonte und (antizipatorische) Werthorizonte, Erwartungshaltungen und Sehweisen vorstellbar. (Wilss, 1988:15)

Esta idea de que la comprensión sólo es posible sobre la base de conocimientos, valores, expectativas y visiones compartidas es común a distintos enfoques traductológicos tan diferenciados como el enfoque funcional basado en la teoría de la acción⁹, el enfoque hermenéutico¹⁰, el enfoque pragmático de la lingüística de texto¹¹, el enfoque cognitivo¹², las reflexiones teóricas sobre relevancia y traducción¹³ así como la teoría interpretativa de la traducción¹⁴ desarrollada en la *ESIT* de París. Todos ellos resaltan la importancia de los usuarios de los textos, tanto en su función de receptores como de productores de textos a la hora de establecer la coherencia de un texto y actualizar su sentido¹⁵, lo que desde la perspectiva de la lingüística del texto es resumido por Beaugrande y Dressler de la siguiente manera:

Wenn eigenes Wissen hinzugefügt wird, um eine Textwelt zusammenzufügen, sprechen wir von INFERENZZIEHUNG (engl. „inferencing“). (...) Ein Text gibt nicht von selbst Sinn, sondern eher durch die Interaktion von TEXTWISSEN mit GESPEICHERTEM WELTWISSEN der jeweiligen Sprachverwender. Folglich müssen Textlinguisten schon bei einer Grundfrage wie dem Sinn eines Textes mit Psychologen zusammenarbeiten. (...) Verschiedene Sprachverwender können leicht voneinander abweichende Sinnschattierungen finden, aber es gibt einen gemeinsamen Kern möglicher Operationen und einen von allen Verwendern durchlaufend gefundenen gemeinsamen Inhalt, so dass der Begriff „Textsinn“ nicht allzu unscharf wird. (Beaugrande & Dressler, 1981:8)

⁹ Cf. Reiss & Vermeer, 1984; Holz-Mänttari, 1984; Nord, 1988 y 1993; Höning, 1995; Kussmaul, 1995 y 1996; Witte, 2000.

¹⁰ Cf. Stolze, 1994; Ladmiral, 1993.

¹¹ Cf. Beaugrande & Dressler, 1981; Neubert, 1998.

¹² Cf. Wilss, 1988; Schwarz, 1992; Risku, 1998.

¹³ Cf. Gutt, 1991.

¹⁴ Cf. Seleskovitch, 1992; Delisle, 1984.

¹⁵ Para diferenciar entre *significado* [engl. meaning] y *sentido* [engl. sense] nos basamos en la distinción establecida por Beaugrande & Dressler (1981:8) que definen *significado* como expresiones lingüísticas (u otros signos) que pueden significar algo en potencia y *sentido* como conocimientos efectivamente actualizados mediante expresiones textuales

1.3.1.2. Darle sentido a un texto: un proceso selectivo y subjetivo

Esta cita escogida de Beaugrande y Dressler nos parece especialmente interesante porque, a la vez que resalta el papel activo de los usuarios de la lengua, admite que a la hora de establecer el sentido de un texto existen matices diferenciados, lo que significa que el concepto ‘sentido’ no es algo objetivable y que la incidencia de factores subjetivos es un hecho ineludible. Comprender un texto se convierte así en un proceso selectivo y subjetivo (Hönig, 1989:124). Para Hönig se trata de un proceso que depende del interés por comprender un texto por parte de la persona que lo recibe. Afirma que es el lector el que mediante sus propias operaciones mentales determina lo que comprende, teniendo en cuenta su propio interés por comprender y la situación comunicativa en la que la comunicación se enmarca. En consecuencia Hönig afirma que todo texto, toda oración e incluso toda palabra que se presentan desligados de este trasfondo son carentes de sentido, aun en el caso de ser portadores de un supuesto significado:

Verstehen ist also ein **Sinngebungsprozess**, der grundsätzlich graduell fortschreitet und dessen Ende niemals objektiv, sondern immer nur subjektiv, nämlich aus dem Verstehensinteresse der rezipierenden Person, definiert werden kann. Der Hörer/Leser bestimmt, wann und was er verstanden hat, und er kann dies nur tun, weil der die Kommunikationssituation und sein Erkenntnisinteresse in seine Sinngebungshandlung integriert. Texte, Sätze oder gar Wörter, die von diesem Hintergrund getrennt angeboten werden, haben allenfalls Bedeutungen, aber sie sind sinn-los. (Hönig, 1989:126)

El sentido de un texto se convierte así en algo dinámico, no estático. Hatim & Mason (1995:86) hablan de una entidad negociada por el productor y el receptor de un texto. Es evidente que tales reflexiones implican que el traductor se convierte en un actor que media entre las obligaciones del TO y las necesidades, intereses y expectativas de los destinatarios del TM (Hönig & Kussmaul, 1982:29) y se aleja de la idea de que su función se limita a reproducir de modo aséptico el TO, idea que Hermans (1985:9) califica como “utopian conception of translation as reproducing the original, the whole original and nothing but the original”. En esta línea, Neubert (1990b) enfoca en uno de sus artículos la traducción como supresión del texto origen, dándole el título inconfundible de “Übersetzen als Aufhebung des Ausgangstextes” y abogando por lo adecuado de un TM que aparentemente apenas se parece al TO al superar la literalidad a favor de la representación de los valores comunicativos¹⁶ reconocidos en el TO

¹⁶ El concepto ‘valor comunicativo’ es desarrollado ante todo en los autores de la Escuela traductológica de Leipzig. Véase Jung (2000:32).

exclusivamente mediante los medios completamente distintos de la lengua meta y de las convenciones que rigen en la comunidad lingüística del TM:

Die adäquate Übersetzung, die die Wörtlichkeit weit hinter sich lässt, ist deshalb nicht weiter oder gar zu weit vom Original entfernt, weil sie ihr äusserlich kaum mehr ähnlich ist. Sie hebt vielmehr den QS-Text in dem Sinne auf, dass sie dessen Distinktionen, die fest auf dem Boden der QS basierenden Bedeutungen, als kommunikative Werte voll anerkennt, jedoch ausschliesslich mit den ganz anderen Mitteln der ZS und den Konventionen der ZS-Kommunikationsgemeinschaft wiedererstellen lässt. (Neubert, 1990b:38)

Para nuestros fines resaltamos una de las consecuencias de este enfoque: la acción traductora ya no es vista como operación de transcodificación entre lenguas, sino “como operación mental de toma de decisiones que las aproximaciones estructurales no alcanzan a explicar” (Muñoz Martín, 1995:120). Coincidimos con Muñoz Martín (1995:120) cuando afirma que “lo que el TO comunica a los destinatarios originales y lo que el TT comunica a sus destinatarios es próximo pero distinto”. Ello es debido al hecho de que “lo inferible o situacionalmente evocado para el lector del TO puede no serlo para el lector de la versión”¹⁷ (Hatim & Mason, 1995:123). Tal enfoque concede al receptor del TO y del TM un papel muy activo y significa que el peso del TM aumenta en relación con el del TO. En traductología, a pesar de que muchos autores apoyen esta idea, pocos estudios se han elaborado hasta el momento en los que los receptores de un TO o un TM constituyan el principal objeto de estudio. Por ello sigue, en parte, siendo válido lo que Santoyo (1988:103) escribió hace ya algunos años, cuando se quejaba de que con frecuencia la traductología no le concede el lugar que le pertenece al destinatario de una traducción:

(...) extreme symptoms of a prevailing attitude in the world of translation that, underestimating the importance of the reader, just disregards him and leaves him aside. Theory itself has very often dispensed with the addressee, giving him from time to time but one or two pages as a sort of consolation prize. (Santoyo, 1988:103)

Bien es cierto que desde que se escribió esta cita se vienen elaborando cada vez más estudios cuyo interés se centra en el esclarecimiento de los procesos mentales de los traductores mediante los protocolos en voz alta¹⁸, lo que equivale a un creciente interés en un tipo muy peculiar de receptor: el traductor en su doble papel de receptor y productor de texto. Sin embargo, y lo veremos más adelante, siguen siendo pocos los

¹⁷ Cita textual en inglés: “The important point here, from the point of view of translations studies, is that what is inferrable or situationally evoked for a ST reader may not be so for a TT reader.”(Hatim & Mason, 1990:93)

estudios que se centran en los receptores de los textos originales o de los textos traducidos y sus expectativas relacionadas con un texto traducido y su evaluación.

Somos conscientes de que partir de la base de que la comprensión no constituye un proceso estático, que no se desarrolla en todas las personas exactamente igual y que no tiene en todas las personas el mismo resultado¹⁹, hace de la actividad traductora una entidad relativa, no objetivable en el sentido de las ciencias exactas. Aun conociendo las dificultades que ello origina a la hora de querer esclarecer el fenómeno traductor, preferimos tenerlas en cuenta, antes de apuntarnos a una visión de la actividad traductora simplificadora basada en presupuestos positivistas y deterministas que en principio podrían considerarse más acordes a las exigencias del trabajo científico. Coincidimos plenamente con Vidal Claramonte (1998:55) cuando afirma que traducir implica siempre interpretar y que por ello “no puede ser un acto objetivo sino que, por el contrario, las teorías más deshonestas son aquéllas que afirman poder llegar a la objetividad”.

1.3.2. La traducción como operación textual

El punto de partida material de cualquier traducción y el punto de llegada material suelen ser textos que nos interesan en su calidad de TO y TM. Pero ¿qué es lo que entendemos por texto? Sin entrar en planteamientos teóricos complejos y teniendo en cuenta las limitaciones de este estudio utilizaremos el término texto en un sentido amplio, entendiendo que un texto sólo se convierte en tal mediante su actualización por un receptor concreto en una situación determinada (ver Reiss & Vermeer, 1984:90) y que un texto es, por tanto, más que la suma de los elementos verbales y/o no verbales que lo constituyen (Snell-Hornby, 1996b:55). Siguiendo a Reiss & Vermeer (1984) vemos en el texto, tanto en el TO como en el TM, una “oferta de información”, en palabras de los dos autores:

Translation ist ein Informationsangebot in einer Zielkultur und deren Sprache über ein Informationsangebot aus einer Ausgangskultur und deren Sprache. (Reiss & Vermeer, 1984:105)

¹⁸ Cf. Krings, 1986; Lörscher, 1991; Jääskeläinen, 1993; Dancette, 1994; Kiraly, 1995; Roiss, 1998; Lorenzo, 1999a; Orozco, 2000, e.o.

¹⁹ Véase la propuesta de la psicolingüística y la semántica de explicar el proceso de comprensión mediante los “scenes and frames” activados en procedimientos “top-down” y “bottom-up” (cf. Vannerem & Snell-Hornby, 1986; Neubert, 1990b; Vermeer, 1992 y 1992; Kussmaul, 1995; Snell-Hornby, 1996b).

De acuerdo con una idea comúnmente aceptada partimos de un concepto de texto que incluye elementos figurativos o pictóricos que entran en interacción con los demás elementos a tener en cuenta en todo acto comunicativo. Holz-Mänttari (1984) denomina los textos con buen criterio “portadores de mensajes”, que no suelen aparecer de modo aislado sino en general combinados con otros portadores de mensajes [ale. *Botschaftsträger im Verbund*], siendo los signos lingüísticos sólo uno de los posibles componentes de los mismos. Con vistas a la integración de los elementos no verbales de un texto nos parece pertinente la siguiente definición de Schmitt:

Ein Text ist ein thematisch und/oder funktional orientierter, kohärenter Komplex aus verbalen und/oder nonverbalen Zeichen, der eine für den Adressaten erkennbare kommunikative Funktion erfüllt und eine inhaltlich funktional abgeschlossenen Einheit bildet. (Schmitt, 1998a:147)

1.4. El marco de actuación de la comunicación transcultural

Al enfocar la vertiente social, cultural y mental del proceso de traducción se impone detenernos en el marco de actuación de este acto (trans)social y (trans)cultural. Forman parte del marco de actuación todos los actores implicados con sus respectivas intenciones, propósitos o intereses, las coordenadas espacio-temporales, las convenciones y normas vigentes en relación con el papel del traductor y las condiciones de trabajo del traductor. Sobre la base de estos factores se concretarán en cada caso los objetivos o *skopoi* (Reiss & Vermeer, 1984) que el TM habrá de cumplir.

Para denominar a los actores de la acción traductora nos basaremos en la terminología de Nord (1988:8ss. y 1997:20ss.). Es evidente que el peso de estos actores varía en función de los demás factores que constituyen el marco de actuación y asimismo del encargo de traducción (en caso de existir de modo explícito), del tipo de texto del TO y del TM, y especialmente de las condiciones en las que se elabora la traducción, en cuanto a tiempo disponible, remuneración, disponibilidad de herramientas técnicas de trabajo, etc.

1.4.1. Las coordenadas espacio-temporales

La importancia de la situación comunicativa en toda interacción es patente. En el caso de la acción traductora su peso es aún mayor, en el sentido de que habitualmente el TO es recibido en un lugar y en un momento distinto que el TM. En determinados tipos de traducciones, p. ej. en el caso de la traducción de folletos turísticos, este hecho requiere especial atención por parte del traductor, ya que el traductor habrá de tener en

cuenta que la referencia a muchos lugares, a muchos acontecimientos históricos y a muchas alusiones culturales requerirá un tratamiento especial según la función que él mismo les asigne a estos elementos dentro del TM, teniendo en cuenta no sólo la transmisión de un supuesto significado de determinadas palabras o expresiones sino el efecto de las mismas sobre los destinatarios de la traducción y las posibilidades que éstos tendrán para actualizar el texto o lo que es lo mismo, para darle sentido, infiriendo lo no dicho de modo explícito. El creciente interés por los estudios que enfocan el efecto de textos publicitarios en culturas distintas es una prueba de la toma de conciencia por parte de los especialistas en comunicación publicitaria de que la reproducción de los mismos contenidos y las mismas formas no garantizan automáticamente el mismo efecto en receptores pertenecientes a culturas distintas. Entre los ejemplos de este tipo de estudios que enfocan la recepción de lectores procedentes de distintas culturas y con vistas a nuestro estudio, nos parece de especial interés el de Müller (1997) dado que basa su estudio con el título “Publicidad intercultural” [ale. *Interkulturelle Werbung*] en una hipótesis compartida por la mayoría de los investigadores con un enfoque intercultural según la cual los procesos cognitivos son universales en todas las culturas, mientras que los contenidos en los que éstos se basan, varían de cultura a cultura. En palabras de Müller:

Die Annahme, dass kognitive Prozesse universell sind, die zugrundegelegten Inhalte jedoch kulturell variieren, wird von fast allen interkulturell arbeitenden Forschern geteilt. (Müller, 1997:30)

1.4.2. Las condiciones de trabajo del traductor

Al enfocar en la presente investigación la traducción profesional y no la traducción como medio didáctico para aumentar la competencia traductora, se impone incluir en el marco de actuación las condiciones concretas en la que la prestación de servicio de un traductor se lleva a cabo. Incluimos en estas condiciones en primer lugar el tiempo disponible para elaborar una traducción, ya que del tiempo disponible dependerá, en gran medida, el grado de elaboración del TM que, por otra parte, constituye un parámetro importante a la hora de evaluar una traducción. En segundo lugar nombramos la disponibilidad de herramientas técnicas y documentales que a su vez serán fundamentales a la hora de la evaluación del producto elaborado por el traductor. En tercer lugar, y no por ello menos importante, señalamos la remuneración del traductor por el trabajo realizado. Si definimos al traductor profesional en el sentido

de Holz-Mänttari (1984 y 1993) como una persona que traduce a requerimiento de otra(s) para posibilitar y guiar la cooperación intencionada entre distintos actores que acuden a un experto en comunicación transcultural para poder superar barreras culturales, es evidente que la prestación de este servicio podrá efectuarse en distintos grados de elaboración, o en distintos niveles de calidad según, entre otros, la remuneración dedicada al traductor. La idea de que suele existir una relación directa entre la calidad de un producto o de una prestación de servicio y su precio parece ser asumida por los consumidores en general. Sin embargo, parece que a la mayoría de usuarios de traducciones les sigue costando entender que esta relación entre calidad y precio también es aplicable a la traducción. Prunč (1997:119) habla de esta misma temática expresando la idea de que el cliente de una traducción que pretende pagar por una prestación de servicio de un experto un precio de saldo tendrá que asumir que la calidad de la misma no podrá ser otra que una calidad de saldo:

Ebenso kann auf dem Markt von Translationsleistungen implizit davon ausgegangen werden, dass die Qualität eines Translats in Relation zu ihrem Preis steht. Wenn Translation als Dienstleistung gilt, so gelten dafür auch dieselben Kriterien von Qualitätsrelationen und Gewährleistungspflichten. Wer einen Billigurlaub bucht oder beim Discounter kauft, muss wissen, dass er dafür auch nur die Qualität und die Gewährleistung eines Massenreisebüros oder eines Diskonters erhält. Wer Translation zum Dreigroschentarif einkaufen will, muss in Kauf nehmen, Qualität und Gewährleistung eines Dreigroschentranslators zu erhalten. (Prunč, 1997:119)

1.4.3. Las normas de traducción

Las normas o convenciones de traducción inciden sobre el resultado de la acción traductora y tienen gran importancia en la evaluación de la calidad del producto de la misma. Son estas convenciones las que de manera implícita le asignan un papel concreto al traductor, estableciendo lo que en una comunidad concreta se espera de la labor del traductor y del producto de su trabajo. Entendemos por normas de traducción los modelos de comportamiento que regulan las expectativas respecto a la labor traductora y a su resultado, en palabras de Schäffner:

Norms function in a community as standards or models of correct or appropriate behaviour and of correct or appropriate behavioural products. (Schäffner, 1999a:5)

En adelante usaremos indistintamente los términos ‘normas de traducción’ y ‘convenciones de traducción’, admitiendo que se distinguen por el grado de obligatoriedad y el grado de rechazo que una posible transgresión podría acarrear. Normas y convenciones reflejan valores y están sujetas a cambios continuos dependiendo del lugar y del momento en el que se producen. No son válidas para

siempre e implican expectativas por parte de los lectores. Hablar de normas de traducción a la hora de desgranar los elementos que constituyen el marco de actuación de la actividad traductora significa admitir que traducir implica siempre valoración y evaluación por parte del traductor en su doble vertiente de receptor y productor de textos. Significa también partir de un concepto de ‘traducción’ que acepta el papel activo del traductor como productor de un TM que no siempre habrá de ser el reflejo de la estructura morfológica, sintáctica, semántica y pragmática del TO, asumiendo que el actual mercado de las traducciones está ampliando el abanico de las actividades de los traductores incluyendo la elaboración de textos meta que no obligatoriamente reflejen el TO en su totalidad, como en el caso de los resúmenes [ingl. *abstractings*], las adaptaciones de determinados textos de uso a las convenciones de una comunidad concreta como en el caso de la localización de *software*, o como en el caso de la redacción técnica bilingüe [ingl. *technical writing*]. A tal evolución del perfil del experto en traslación hace referencia el documento en el que la Sociedad Alemana para la Investigación de la Traducción e Interpretación (DGÜD) expone sus planteamientos generales:

Texte werden immer weniger in ihrer Gesamtheit übersetzt bzw. gedolmetscht, vielmehr nimmt der/die ÜbersetzerIn und DolmetscherIn zunehmend Einfluss auf die Quantität und Qualität bei der Textgestaltung in Form von Zusammenfassungen (*abstracting*), Textadaptationen (z.B. bei Bedienungsanleitungen), dem (bilingualen) *technical writing* oder der multilingualen Textgenerierung (einmal ganz abgesehen von den Bemühungen um automatische Übersetzung und automatisches Dolmetschen)-um nur einige Einflussbereiche der neuen Technologien zu nennen. (Deutsche Gesellschaft für Übersetzungs- und Dolmetschwissenschaft (DGÜD), 1999:311)

En todos estos casos se le pide al experto en traducción un papel de productor de texto (meta) muy activo que no excluye su intervención sobre aspectos cuantitativos y cualitativos relacionados con la elaboración de textos. Parafraseando a Reiss & Vermeer (1984:119) podríamos decir que el TO se convierte en oferta de información sobre la base de la cual es elaborado un TM que por su parte será otra oferta de información.

De cara a nuestra investigación nos parece de especial interés la distinción que Pym (1995) establece entre una “visión exterior” y una “visión interior” sobre el fenómeno traductor. La visión exterior sería la llevada a cabo por los usuarios de una traducción que suelen creer en lo que Prunč (1997:191ss.) llama la “ilusión del mero calco” [ale. *Illusion des blossen Abbildes*] o la “ilusión de la imitación sin transmisión de valores” [ale. *Illusion von der interessenslosen Imitation*]. La visión interna sería la de los profesionales de la traducción que tienen conciencia de la complejidad del fenómeno traductor. Para denominar el concepto general de traducción aceptado por una

determinada comunidad y cultura Prunč (1997) utiliza el término “cultura de traducción” [ale. *Übersetzungskultur*] que define como subsistema de una determinada cultura, desarrollado históricamente en una determinada sociedad y formado por las normas, convenciones, expectativas y valores que sus miembros como usuarios y productores de traducciones tienen en relación con el proceso de la traducción. En palabras de Prunč:

Unter Translationskultur sei das historisch gewachsene Subsystem einer Kultur verstanden, das sich auf das Handlungsfeld Translation bezieht und das aus einem Set von gesellschaftlich etablierten, gesteuerten und steuerbaren Normen, Konventionen, Erwartungshaltungen und Wertvorstellungen aller in dieser Kultur aktuell oder potentiell an Translationprozessen beteiligten Handlungspartnern besteht. (Prunč, 1997:107)

De especial utilidad para nuestros fines son las reflexiones que Prunč desarrolla en su interesante artículo en relación con el concepto de la “suboptimalidad” [ale. *Suboptimalität*] (Prunč, 2000). Reivindica la suboptimalidad de una traducción como grado de elaboración muchas veces suficiente y hasta preferible a la traducción en su grado de elaboración óptimo que, en determinadas situaciones comunicativas concretas, incluso puede considerarse una traducción disfuncional. La suboptimalidad se convierte así en un parámetro de calidad a tener en cuenta a la hora de evaluar un determinado TM, un parámetro cuya incidencia variará según la ‘cultura de traducción’ vigente. Es probable que la decisión por parte del traductor de elaborar una traducción subóptima requiera en la mayoría de los casos una explicación por su parte, lo que el mismo autor denomina una “declaración explícita de skopos” [ale. *explizite Skoposdeklaration*] (Prunč, 1997:117ss.). El conocimiento de las normas de traducción que se manifiestan en una determinada cultura de traducción ayudaría al traductor a la hora de tomar sus decisiones, y al crítico de traducciones a la hora de comprender cuál es la relación entre TO y TM que el traductor quiso conseguir. Investigaciones descriptivas en este campo serían de gran valor.

1.5. La traducción exitosa

Según Schmitt (1998b) una traducción exitosa presupone la comprensión del TM por parte de los receptores. Como hemos podido apreciar en el capítulo anterior, recibir un texto no implica automáticamente la comprensión y con ella el éxito de la traducción. En palabras de Schmitt (1998b:155): “Textrezeption ist auch nicht mit Textverstehen (bzw. geglückter Kommunikation) gleichzusetzen”. Coincidimos con Hartig (1997:79) cuando afirma que establecer el éxito o el fracaso de una determinada

acción social no es tarea fácil. El mismo autor apunta que a la hora de establecer procesos de comunicación y a la hora de controlar el grado de su éxito es fundamental enfocar la perspectiva que adoptan los actores implicados en ella. Hartig, que se acerca al tema de la comunicación exitosa como lingüista y no como traductólogo, llega a postular como condición para toda comunicación exitosa el establecimiento de una ‘lógica de comunicación’ orientada en ambos interlocutores y una ‘predisposición’ para fomentar y apoyar los propósitos/fines de la acción de la otra parte, siempre que sean compatibles con los presupuestos éticos de todos los interlocutores:

Bei der Gestaltung von kommunikativen Prozessen wie auch bei der Kontrolle ihres Erfolges spielt die *Handlungsperspektive der Kommunikationspartner* eine entscheidende Rolle. Damit ist nicht allein die Austauschbarkeit der Perspektiven des Handelns gemeint, also die Äquivalenz der Vorstellungen von den Zielen des Partners, sondern sehr viel weitergehend die *Bereitschaft der Förderung und Unterstützung der Handlungsziele des Partners*, soweit diese natürlich mit den ethischen Grundsätzen der Partner verträglich sind. (Hartig, 1997:16-17)

Para Beaugrande & Dressler (1981) la comunicación textual eficiente o exitosa es aquella que se sustenta en su propuesta de los siete criterios de textualidad: intencionalidad, cohesión, coherencia, aceptabilidad, informatividad, situacionalidad e intertextualidad. Estos criterios son descritos como ‘principios constitutivos de la comunicación textual’, por lo que se consideran absolutamente imprescindibles. De especial interés nos parecen las reflexiones de Beaugrande & Dressler cuando afirman que existen, dentro de sus criterios, elementos que dominan sobre otros, de modo que no tienen la misma incidencia de cara a una comunicación exitosa concediéndole, por ejemplo, dentro del criterio de la aceptabilidad un peso mayor a la adecuación [ale. *Angemessenheit*, ingl. *appropriateness*] que a la gramaticalidad (cf. Beaugrande & Dressler, 1981:xiii). De este modo queda patente que la comunicación exitosa, al igual que la comprensión de un texto, no es un valor absoluto por lo que Beaugrande & Dressler (1981:8) no tienen inconveniente en afirmar que sus teorías y métodos se basan en la probabilidad antes que en el determinismo. Otra aportación muy valiosa de los dos autores veteranos es, aparte de los principios constitutivos de la comunicación textual, la descripción de tres principios reguladores de la misma. Nos referimos a los principios de eficiencia, efectividad y adecuación. El ‘principio de eficiencia’ es el que ha de garantizar un grado mínimo de esfuerzo por parte de las partes implicadas en la comunicación. El ‘principio de efectividad’ garantizará una impresión fuerte en los interlocutores, con el fin de crear las condiciones para conseguir el propósito de la comunicación. El ‘principio de adecuación’ es el responsable de tener en cuenta de

manera adecuada el contexto, el papel de los interlocutores y sus expectativas. El equilibrio entre estos tres principios sería, sin duda, otro parámetro a tener en cuenta.

El concepto ‘traducción exitosa’ es tratado por un gran número de teóricos de la traducción. Para nuestros fines resaltamos sólo algunas reflexiones que nos parecen de especial relevancia. Hatim & Mason (1995:123ss.) recogen la propuesta de Beaugrande & Dressler aplicando el principio de efectividad y el de eficiencia a la traducción. Para Reiss & Vermeer (1984:99) una acción traductora es considerada exitosa cuando existe adecuación a la situación comunicativa, es decir cuando se le puede dotar de sentido: “Eine Handlung ist dann geglückt, wenn sie als situationsadäquat (sinnvoll) erklärt werden kann”. Los mismos autores relacionan el éxito de una traducción también con la coherencia que el mismo receptor de un TM tiene que establecer entre éste y la situación en la que lo recibe: “Die vom Translator produzierte Nachricht (das Translat) muss mit der Zielrezipientensituation kohärent interpretierbar sein” (Reiss & Vermeer, 1984:112). Según Nord (1993:18) una traducción exitosa se caracteriza por la coincidencia entre la intención del emisor y la función que le concede el receptor. Esta afirmación presupone que es posible establecer la intención del emisor y la función que el receptor le da al TM. Neubert señala como otro factor determinante que una traducción exitosa consiga que el original se inserte completamente en el mundo lingüístico-comunicativo de sus receptores formando parte de la cultura meta:

Mit dem Übersetzen wird das Original in die sprachlich-kommunikative Welt der Zielsprachlichen Sprecher eingebracht. Er gehört nunmehr –ist die Übersetzung gelungen- zu seiner geistigen Kultur. (Neubert, 1987:21)

Beaugrande & Dressler hablan en este caso de la “tolerancia por parte de los usuarios de textos” a la hora de establecer la cohesión y la coherencia de textos deficientes. En palabras de los dos autores:

Textverwender üben jedoch normalerweise TOLERANZ gegenüber Erzeugnissen, denen es ihre Produktionsbedingungen schwer machen, Kohäsion und Kohärenz aufrecht zu erhalten (...). (Beaugrande & Dressler, 1981:9)

Otra reflexión en relación con el éxito de una traducción es la desarrollada, entre otros, por Spillner (1996), quien afirma que el uso de los medios comunicativos no verbales, como por ejemplo las tablas, los gráficos, las figuras y demás representaciones visuales, suele variar de cultura a cultura, por lo que su adecuado tratamiento a la hora de traducir tendrá repercusiones sobre la aceptabilidad del TM, lo que equivale a decir que el tratamiento adecuado de los medios no verbales se convierte en parámetro para evaluar la calidad de una traducción. En este sentido tendremos asimismo en cuenta las

aportaciones de Schopp (1996) que incide en la importancia de la tipografía y el diseño visual de un TM y establece distintos grados de elaboración de un TM que a su vez podrán servir de parámetros a la hora de criticar una determinada traducción. El mismo autor, en su proyecto de tesis doctoral (Schopp, 2003), observa sobre la base del análisis de un corpus de textos turísticos alemanes y finlandeses que las convenciones relacionadas con el diseño visual de los mismos se distinguen de modo apreciable. Sin embargo, el análisis de un corpus de textos turísticos traducidos del finés al alemán le permite afirmar que en los textos traducidos se suelen reproducir las convenciones que rigen en la cultura del TO, lo que, en opinión de Schopp, acarrea un efecto no deseado que, por un lado, suele dificultar la comprensión del contenido y, por otro, se manifiesta en ocasiones en un diseño visual que no corresponde a los parámetros estéticos usuales y aceptados. En palabras del autor:

Hier zeigte sich deutlich, dass es bei der Herstellung einer zielsprachlichen Drucksache in der Ausgangskultur fast die Regel ist, ausgangskulturelle Gestaltungs-/Visualisierungskonventionen in den Zieltext zu übernehmen, was in gewissem Grade zu einem Verfremdungseffekt führt, der die Informationsaufnahme zwar nicht gerade verhindert, aber doch erschwert und u.U. die Ästhetik des Textbildes beeinträchtigt. (Schopp, 2003:138)

El tema de la dependencia cultural de la comunicación visual es tratado por un número creciente de investigadores interesados en la comunicación intercultural, como por ejemplo Oyama que presenta un estudio muy interesante en el que describe como dos culturas diferentes, la británica y la japonesa, hacen un uso diferenciado de los recursos visuales de acuerdo con las respectivas normas vigentes (cf. Oyama, 2000). Otra aportación muy interesante en este sentido procede de Aderkas (2000) al tratar el tema de la especificidad del uso de los elementos visuales en textos alemanes y españoles especializados procedentes del campo de la metalurgia y al enfocar su estudio hacia la relevancia de la observada dependencia cultural de los elementos no verbales en el proceso de la traducción. Al igual que Aderkas retomamos en nuestro propio estudio la idea de que los elementos visuales de un texto son comparables con el lenguaje corporal en la comunicación oral, afirmación que a su vez se basa en Kalverkämper (1993), quien la formuló de la siguiente manera: “Aus semiotischer Sicht lassen sich die Abbildungen in den schriftlichen Texten gleichsam als die Körpersprache der mündlichen Texte auffassen.” (Kalverkämper, 1993:219). Otro estudio muy valioso que enfoca la dependencia cultural de los elementos visuales es el de Müller (1997) al que aludimos al principio de este apartado. Desde un punto de vista traductológico la importancia de los elementos no verbales en una traducción exitosa ha sido enfocada de

modo muy elocuente y exhaustivo por Nord (1988:128ss.) que insiste en el hecho de que los elementos no verbales pueden variar de cultura a cultura y en la necesidad de que, al igual que los elementos verbales, han de “traducirse”. En palabras de Nord:

Nonverbale Informationsträger sind ebenso wie die verbalen kulturspezifisch. Der Translator muss also im Rahmen seiner übersetzungsrelevanten Ausgangstextanalyse auch die nonverbalen Elemente des Textes daraufhin untersuchen, ob und in wie weit sie ausgangskulturspezifisch sind und daher für den Zieltextrezipienten nicht unverändert übernommen werden können. Dieser Gedanke klingt trivial: Was aber bei sprachlichen Textelementen eine allen bekannte Selbstverständlichkeit ist (dass sie „übersetzt“ werden müssen), ist es erfahrungsgemäss für die nonverbalen Textelemente häufig nicht. Dabei kann es sich auch als notwendig erweisen, nonverbale Textelemente durch verbale zu „übersetzen“ oder umgekehrt. (Nord, 1988:128-29)

Lo que todos los autores, traductólogos o no, tienen claro es que la comunicación, y por tanto la traducción, sólo será exitosa si todos los participantes de la comunicación se guían por un básico ‘principio de cooperación’ (cf. Grice, 1975; Schwarz, 1992:171; Prunč, 1997:111, e. O.).

1.5.1. Los lectores modelo

Insistir en el papel activo del lector en la generación de un texto no es mérito exclusivo de la traductología. Sirvan como prueba las siguientes citas de Umberto Eco, procedentes de su interesante artículo *Lector in fabula*:

(...) un texto (...) está plagado de elementos *no dichos*. ‘No dicho’ significa no manifiesto en la superficie, en el plano de la expresión: pero precisamente son estos elementos no dichos los que deben actualizarse en la etapa de la actualización del contenido. Para ello, un texto (...) requiere ciertos movimientos cooperativos, activos y conscientes, por parte del lector. (Eco, 1981:74)

Un texto quiere que alguien le ayude a funcionar. (Eco, 1981:76)

Generar un texto significa aplicar una estrategia que incluye las previsiones de los movimientos del otro; como ocurre, por lo demás, en toda estrategia. (Eco, 1981:79)

Al igual que Eco, nosotros reivindicamos con vistas a la producción de una traducción exitosa, que el traductor se base en una especie de ‘lector modelo’, lo que implica que tenga en cuenta, además de los conocimientos del mundo de los destinatarios de la traducción, también sus expectativas en cuanto a un texto traducido en general, y en cuanto a la traducción de un determinado tipo de texto en particular. Esta idea del lector modelo se basa en la opinión de que “un texto se emite para que alguien lo actualice; incluso cuando se espera (o no se desea) que ese alguien exista concreta y empíricamente” (Eco, 1981:77). Aplicar el concepto de ‘lector modelo’ a la acción traductora no nos impedirá estar atentos a las advertencias de Leppihalme (1997:23ss.) en cuanto a la extrema vaguedad del concepto ‘lector medio’, que usado en

singular podría sugerir que existe una uniformidad generalizada entre todos los lectores de un determinado texto traducido. Por ello preferimos utilizar el término ‘lectores modelos’ antes de lector modelo, tal como propone Eco. Esta precisión terminológica nos parece pertinente, máxime teniendo en cuenta que es necesario el establecimiento de subgrupos para poder averiguar si dentro de los mismos es posible, o no, describir algunas coincidencias y, si estos subgrupos se distinguen entre sí, o no.

1.5.2. Las expectativas de los receptores

Las bases para el éxito comunicativo de un texto traducido se establecen en el momento de comprender el TO y de reformular lo comprendido en forma de TM. Ello implica que la actuación del traductor como lector del TO y como redactor del TM es determinante. Sin embargo, tal actuación por parte del experto en traducción sólo fructifica si hay colaboración por parte del usuario de la traducción a la hora de comprenderla. Para que ésta se pueda llevar a cabo en las mejores condiciones, es necesario que el traductor, además de tener en cuenta el marco de actuación de la comunicación transcultural, sea capaz de anticipar las expectativas de los usuarios de un determinado TM y el esfuerzo cognitivo necesario para comprenderlo (Risku, 1998:66, que habla de “Verständigungshandlung”). Tal como se puede deducir de estudios psicolingüísticos, es fundamental que el esfuerzo cognitivo se mantenga limitado, ya que un esfuerzo excesivo sería contraproducente a la hora de comunicar de modo eficiente. Aludimos aquí a lo que Krings (1986:50ss.) denomina *principio minimax*, según el cual existe una relación directa entre el grado de carga cognitiva y el del éxito de un acto de comunicación. Desde un punto de vista cognitivo, la percepción, el uso del lenguaje y los procesos mentales en los que se basan se caracterizan por su dependencia de las expectativas de las partes implicadas. En palabras de Schwarz (1992:159): “Wahrnehmung und Sprachverarbeitung sind erwartungsgeleitete Vorgänge”. En consecuencia, el traductor habrá de anticipar una “estructura de expectativa”²⁰, formada por los conocimientos del mundo y las *scenes* de los destinatarios del TM y condicionada por el objetivo de la acción traductora y el marco de la actuación, teniendo en cuenta cada uno de los factores que la componen.

Siendo cierto que el interés en traductología por conocer las expectativas de los destinatarios de una translación ha aumentado especialmente en los últimos años, no podemos pasar por alto el hecho de que Kade (1973) se detuviere en resaltar lo esencial del concepto incluso en sus primeras aportaciones traductológicas. Es cierto que entonces entendió que el esclarecimiento de las expectativas no era de la incumbencia de la traductología entendida por este autor como una “disciplina linguo-semiótica”, al incluir factores que (en aquel momento) se consideraban fuera del ámbito de la lingüística en la que englobaba las reflexiones teóricas sobre la translación. En palabras del padre de la llamada ‘Escuela traductológica de Leipzig’:

Wir können es uns nicht mehr leisten, auf gut Glück zu übersetzen und abzuwarten, welchen Wert die Übersetzung für den Auftraggeber hat. In der Praxis wird in zunehmendem Masse mit der Übertragung eine Bearbeitung einhergehen müssen, die von der Informationserwartung des Empfängers ausgeht. Auf diese u. ä. Fragen kann die Translationswissenschaft keine Antwort geben, weil hierfür [...] Faktoren relevant sind, die nichts mit Sprache und Wirken der Sprache in der zweisprachigen Kommunikation zu tun haben und deshalb auch nicht als linguistisch-semiotisch beschreibbar sind. (Kade, 1973:184)

Hoy en día, incluso los enfoques lingüísticos de la translación, especialmente la pragmática, la lingüística del texto, la psicolingüística y la lingüística cognitiva, conceden al estudio de factores como el destinatario y el cliente de una translación mayor atención. Nosotros, abogando por una visión holística y multidisciplinar de la traducción, no podemos sino insistir en la importancia del papel de las audiencias²¹ y de su necesaria cooperación en el proceso de la traducción. Abogamos por concederles a los lectores y a sus expectativas el papel determinante que según Leppihalme (1997:21) les pertenece: “The ethically laudable fidelity to the ST may inadvertently lead to a disregard of the expectations, and one may tempted to say the rights of the TT readership”. Consideramos de especial interés los estudios cuyo objetivo consiste en suministrar una base empírica a este tipo de apreciaciones teóricas. Chesterman &

²⁰ Lörcher (1991:267) utiliza el término ‘estructura de expectativa’ en relación con el análisis de los protocolos en voz alta llevados a cabo para conocer distintas estrategias de traducción usadas por los sujetos consultados en su estudio.

²¹ El término ‘audiencia’ es utilizado últimamente por un número creciente de autores que se ocupan del fenómeno de la translación (cf. Marrone, 1993:35; Muñoz Martín, 1995:177; Collados 1998:38 y Mason, 2000; e. o.). Sin embargo, no todos los autores denominan con el término lo mismo, dando pie a la confusión entre términos como *destinatarios* [al.: *Adressaten*; ingl.: *addressees*] y *receptores* [al.: *Rezipienten*; ingl.: *receivers*]. El uso terminológico nuestro parte de la base de que el término ‘audiencia’ en singular es un término general que incluye distintos subgrupos de audiencias posibles. Para referirnos específicamente a una de estas posibles ‘audiencias’ a la que un determinado texto va dirigido de modo intencionado, preferimos utilizar el término *destinatarios*.

Arrojo (2000:157) hablarían de “hipótesis interpretativas” o “hipótesis predictivas”, según las cuales la labor traductora requiere un gran esfuerzo de anticipación por parte del traductor en cuanto a las expectativas de los destinatarios del TM, anticipación que se basa según Eco (1981:95) en las “huellas textuales” y que posibilitará la “cooperación interpretativa” necesaria.

Es indiscutible que el estudio de las expectativas de determinadas audiencias de una traslación ha sido impulsado recientemente ante todo en el ámbito de la interpretación como modalidad oral de la traslación. Sin equiparar el proceso de la interpretación con el de la traducción²², opinamos que estos estudios llevados a cabo por diversos investigadores de la interpretación son valiosos, especialmente en el ámbito metodológico, al mostrar posibles vías para una sólida y fundada investigación empírica. Collados (1998), en la fundamentación teórica de su investigación empírica y experimental, insiste en la importancia de no confundir conceptos como expectativas, evaluación, calidad y éxito de una traslación. Sobre la base del análisis de distintos estudios empíricos llega incluso a postular que el estudio de las expectativas y de la evaluación de una determinada interpretación se lleve a cabo de modo separado. En la base de esta reivindicación están, entre otras, las siguientes apreciaciones: las expectativas que formulan usuarios reales en relación con una determinada interpretación hacen referencia a las características que una determinada audiencia exige a una traslación concreta. El cumplimiento de estas expectativas sería generalmente percibido por los usuarios como una interpretación de calidad, por lo que Collados establece una relación directa entre expectativas y calidad. Afirma la misma autora que al igual que existe una relación directa entre el cumplimiento de las expectativas y la calidad de la interpretación, se puede trazar una línea entre la evaluación de una traslación y el grado de éxito de la misma. Sin embargo niega tajantemente que exista una relación causa efecto entre el éxito y la calidad concreta de una interpretación:

A todos nos gustaría que el éxito o el fracaso de la interpretación fuese un concepto intrínsecamente relacionado con la calidad de la interpretación, pero debemos ser conscientes de que la realidad en numerosas ocasiones desmiente esta vinculación, de forma que fracaso no equivale necesariamente a deficiente calidad, ni éxito a constatada calidad. (Collados, 1998:25)

²² Para un análisis de las diferencias y concordancias entre las modalidades de la traslación cf. Harris (1981) y Martín & Padilla (1992), entre otros.

Respecto a la poca incidencia del concepto *evaluación* para establecer la calidad de una traslación, la investigadora granadina no es menos explícita:

[Las evaluaciones realizadas por parte de los usuarios de una interpretación] son fundamentalmente el reflejo del éxito de la interpretación, pero no de la calidad, porque habitualmente excluyen el control de algunos de los parámetros en juego. Su cooperación en el concepto de calidad no puede ser por menos que calificada de pobre (Collados, 1998:26).

Sobre la relación existente entre calidad y evaluación de una traslación volveremos más adelante.

1.6. La evaluación de la calidad de traducciones profesionales

Dado el tema que nos ocupa, nos ceñimos a la evaluación de traducciones profesionales, excluyendo la evaluación didáctica, llevada a cabo durante el período formativo²³. Ello implica considerar la actividad traductora como producto de una prestación de servicio, y, como tal susceptible a la evaluación de su calidad. En palabras de Sager:

In order to discuss meaningfully the quality of translator's work we have to consider the process of Translation as an industrial process, subject to considerations of time and effort by which any work is measured. (Sager, 1989:91)

1.6.1. El factor subjetivo y normativo de la evaluación

Partimos de la base de que toda evaluación implica un elemento subjetivo por lo que estimamos de vital importancia que se aclare el “carácter subjetivo de la valoración por parte de los receptores” (Collados, 1998:34). Consideramos apropiado admitir que un cierto grado de subjetividad está presente en cualquier proceso de evaluación, debido al mero hecho de que los criterios de evaluación los seleccionan y aplican (de manera consciente o inconsciente) sujetos guiados por su manera de entender la traducción, por las expectativas que relacionan con ella, por el grado de acceso a los parámetros de evaluación, y, por el papel que desempeñan dentro del mismo proceso de la traducción o de forma ajena a éste. Negar el aspecto subjetivo y a la vez normativo de la actividad evaluadora no nos parece indicado y estimamos más coherente descubrir y describir

²³ La evaluación de las traducciones como medio didáctico a lo largo de la formación es objeto de numerosas aportaciones, entre las que se encuentran las de Nord, 1988, 1994, 1996; Hurtado Albir, 1995; Hansen, 1996; Roiss, 1998; Elena, 1999; Schmitt, 2000; Waddington, 1999, e. o.

mediante estudios empíricos, cuáles son las normas²⁴ en la que se basa la evaluación (en lugar de ignorarlas) y si se pueden observar regularidades entre las valoraciones subjetivas de distintos grupos de receptores o no. Por ello no renunciamos a un enfoque esencialmente descriptivo de la traducción, dado que tal como lo ven Chesterman & Arrojo, siendo las normas por definición prescriptivas, las reflexiones acerca de ellas siguen siendo descriptivas:

Norms are by definition prescriptive, that is, exert prescriptive force. People can either conform to such prescriptions or resist them. But *statements* of norms are not in themselves prescriptive but descriptive: they simply say what the norms in question appear to be. (Chesterman & Arrojo, 2000:156-157)

1.6.2. La evaluación realizada desde un enfoque teórico

Hacemos nuestras las palabras con las que House (1997:1) comienza su obra revisada sobre la evaluación de la calidad de traducciones y en las que afirma que toda evaluación de la calidad de una traducción se fundamenta en un determinado enfoque teórico de la actividad traductora: “Evaluating the quality of a translation presupposes a theory of translation”. House es sólo una autora entre muchos otros autores²⁵ para los que no cabe duda de que todo tipo de evaluación se basa en unos conceptos teóricos concretos. Tal afirmación podría parecer imposibilitar, de antemano, todos aquellos estudios que pretenden conocer la evaluación de una traducción por sus usuarios reales, al considerar que éstos suelen carecer de conocimientos teóricos específicos sobre el fenómeno traductor por lo que sería imposible que fundamentaran su evaluación en un enfoque teórico concreto. Pensamos, sin embargo, que esta idea parte de unas premisas equivocadas, teniendo en cuenta que todos los usuarios de traducciones, y prácticamente todas las personas lo somos en algún momento de nuestras vidas, tenemos interiorizado un determinado concepto de traducción, en la mayoría de los casos sin habernos parado a reflexionar deliberadamente acerca de él²⁶. Este concepto suele reflejar las ‘normas de traducción’ (cf. Hermans, 1991; Vidal Claramonte, 1998; Schäffner, 1999a) vigentes, de

²⁴ Varios autores resaltan el lado prescriptivo y normativo de los procesos de evaluación. Véase, entre otros, Chesterman, 1994 y Lauscher, 2000. Esta última aboga por hacer visible la labor compleja de los traductores mediante la revelación de las valoraciones prescriptivas de los evaluadores.

²⁵ Cf. Reiss, 1989: 74; Ammann, 1993:433; Bühler, 1993; Hönl, 1995:174, entre otros.

²⁶ Hönl (1995) considera que el concepto de traducción de muchos usuarios de traducciones está plagado de malentendidos y tiene poco que ver con las últimas aportaciones de la traductología, por lo que intenta, entre otros, desmontar estos malentendidos, dirigiéndose a todos los implicados en el proceso de la traducción, incluidos los usuarios.

modo que es posible afirmar que a la hora de evaluar una traducción, ningún lector de una traducción puede considerarse una *tabula rasa* y que todos los usuarios de traducciones basan su evaluación, de modo consciente o inconsciente, en una ‘cultura de traducción’ (cf. Prunč, 1997) determinada y socialmente aceptada. Opinamos que es importante resaltar que el hecho de que un lector considere que la traducción evaluada esté en concordancia con la cultura de traducción con la que la mide, no permite sacar ningunas conclusiones acerca de la calidad de la traducción, sino únicamente acerca de la percepción de esta calidad por un usuario concreto y sobre el grado de éxito que el TM ha logrado. Consideramos indispensable que cualquier enfoque traductológico incluya en sus reflexiones conceptos como ‘evaluación’ o ‘calidad’, al considerar que son consustanciales al hecho traductor. En el año 1977, Wilss lamentaba que las reflexiones teóricas sobre la traducción carecían de este “punto de Arquímedes” consistente en una fundamentación teórica sistemática y una metodología rigurosa, indispensable para emprender toda investigación relacionada con la crítica²⁷ de la traducción. En palabras del traductólogo emérito:

Das Fehlen eines systematischen, methodisch stringenten übersetzungskritischen Fundierungshorizonts ist in der einschlägigen Literatur augenfällig; sie ist grösstenteils anekdotisch, arbeitet weitgehend mit Mutmassungen; es fehlt ein „archimedischer Punkt“, von dem aus übersetzungskritische Analysen in Gang gesetzt werden können. (Wilss, 1977:279)

Desde entonces las contribuciones relacionadas con la evaluación de las traducciones han aumentado, sin embargo, y a pesar de constituir según Ammann (1993:433) una “Schaltstelle zwischen Theorie und Praxis”, una bisagra o una interfaz entre teoría y práctica, siguen siendo minoritarias²⁸. Como arriba mencionamos, las aportaciones que provienen de la investigación de la interpretación como modalidad traslativa oral, marcan un camino interesante con sus investigaciones empíricas, relacionadas con la descripción de la evaluación y las expectativas por parte de los destinatarios de determinadas interpretaciones. Asimismo constituyen un ejemplo que demuestra que este tipo de investigaciones aplicadas pueden impulsar las reflexiones

²⁷ Según Holmes (1988:78) la *crítica de la traducción* constituye una rama dentro de la investigación aplicada de la traducción, siendo la *evaluación concreta de la calidad de una traducción* una de las posibles expresiones de la crítica. Brunette (2000:173) utiliza como sinónimos los términos ‘*translation quality assessment*’, ‘*translation evaluation*’ y ‘*quality evaluation*’. Lauscher (2000:150) equipara los términos ‘*translation evaluation*’ y ‘*quality assessment*’.

teóricas sobre la traslación, estableciéndose una fructífera relación mutua entre la investigación teórica y la aplicada en el campo de la traslación. En este sentido nos parecen muy interesantes las reflexiones que Collados (1998) hace en la fundamentación teórica de su estudio empírico cuando distingue entre dos conceptos de calidad, acuñando para ello los términos ‘calidad general’ y ‘calidad concreta’ de una traslación. En palabras de la autora:

Un *concepto general* de calidad haría referencia a la interpretación perfecta que hipotéticamente puede existir (Altman,1994) y que, en todo caso, sería nuestra medida de base. Estaría integrado por todos aquellos parámetros que afectan a la misma, independiente de la evaluación concreta a que pudiesen someterse y a las condiciones específicas de los distintos actos interpretativos. (Collados, 1998:22)

Es evidente que el concepto de ‘calidad general’ definido de esta manera sólo se puede basar en la ‘interpretación ideal’ como constructo abstracto y que las interpretaciones concretas necesitan de un concepto de ‘calidad concreta’ que se desarrolla a partir de la pregunta siguiente: ¿qué calidad para quién y para qué? Según Collados se trataría de

(...) una calidad concreta referida a un acto concreto de interpretación, en una situación concreta que determinaría la ponderación que de una forma genérica se estableció, en el concepto general, de los distintos parámetros de calidad. (Collados, 1998:239)

Consideramos que la distinción entre ‘calidad general’ y ‘calidad concreta’ es igualmente válida para la traslación escrita que nos ocupa. Pensamos, sin embargo, que ‘la calidad general’ como constructo teórico sólo se podrá llenar de contenido mediante los resultados contrastados de estudios empíricos enfocando aspectos relacionados con la ‘calidad concreta’ de determinadas traslaciones.

1.6.3. La evaluación realizada desde distintas instancias

Coincidimos plenamente con Collados cuando afirma que al existir distintas instancias de valoración de la calidad de una traslación (Pöchhacker, 1994) habría que hablar de “distintas evaluaciones de calidad que, entre otros factores, dependen de la capacidad de acceso al control de determinados parámetros de calidad” (Collados, 1998:22). La evaluación prototípica no existe, teniendo en cuenta que, en la práctica, la evaluación de la calidad de una traslación se lleva a cabo desde distintas perspectivas,

²⁸ Basta con revisar los programas o las actas de los últimos congresos, a excepción de los pocos congresos con el tema monográfico de la calidad en traducción o interpretación, para comprobar que sigue habiendo pocas aportaciones sobre el tema.

con distintos propósitos y por distintos actores, implicados o no, en el proceso de la traslación. Muy interesantes en este sentido son las reflexiones de Hönig (1998:28ss.) planteando distintos “evaluation scenarios”, en los que los criterios de la evaluación varían y a veces se solapan. Brunette (2000) desarrolla esta misma idea en su artículo con el subtítulo “A Comparison of Translation Quality Assessment Practices” en el que compara distintas prácticas para evaluar la calidad de una traducción. Lo más interesante de su aportación consiste en la clasificación en cinco procedimientos de evaluación diferenciados de los que suministra definiciones de cada uno atendiendo a los parámetros siguientes: estatus del TM, extensión del segmento evaluado, ponderación de las inadecuaciones (sí/no), receptores de la evaluación, explicaciones suministradas con la evaluación (sí/no), propósito de la evaluación y comparación del TO con el TT (sí/no). Con vistas a nuestro estudio resaltamos la práctica de evaluación que Brunette denomina “*Fresh Look*” y que define como sigue:

Reading of the target text as an independent text to ensure it complies with current writing standards and the explicit or implicit requirements of the initiator. The person reviewing a text according to this procedure plays the role of the first reader. (Brunette, 2000:173)

1.6.4. La calidad de una traducción como valor relativo

Al margen de admitir el aspecto subjetivo y normativo de todo proceso de evaluación, suele haber coincidencia respecto a la afirmación de que la calidad de una traducción no es un valor absoluto. Sager (1989:91), por ejemplo, comienza su interesante artículo con la tajante afirmación: “There are no absolute standards of Translation quality but only more or less appropriate translations for the purpose for which they are intended.” Hacemos nuestra esta afirmación considerando al igual que otros autores²⁹ que el factor más importante a la hora de determinar la calidad de una traducción es el grado de cumplimiento del propósito previamente establecido entre las partes implicadas en la acción comunicativa transcultural.

Larose (1998) resalta en la misma oración el factor relativo y subjetivo del concepto ‘calidad’, lo que le lleva a reivindicar un nivel de “calidad suficiente” conforme a lo que llama “especificaciones iniciales”. Dice literalmente:

²⁹ Cf. Horguelin, 1985; Reiss, 1971, 1989:74; Gouadec, 1989a, 1989b; Bühler, 1993:101; Kussmaul, 1995:127-153 y Prunč, 1997, entre otros.

Quant à la qualité d'une traduction elle semble une notion relative et en partie subjective. Relative parce qu'elle dépend du client, du texte à traduire, de sa destination, du traducteur etc.; subjective, en raison de la confusion entre une bonne et une belle traduction. À notre avis, il faudrait viser un niveau "suffisant", c'est à dire conforme à la spécification de départ. Il ne s'agit pas d'une concession laxiste, mais d'une position réaliste et pragmatique. (Larose, 1998:184)

Larose habla aquí desde el punto de vista de un teórico de la traducción que dispone de unos conocimientos extraordinarios del mundo práctico de la profesión. Un mundo en el que la calidad óptima es sólo una de las distintas calidades demandadas. Consideramos con Larose que el producto de la actividad traductora es una prestación de servicio, y, está, por tanto, sujeta al control de calidad como cualquier otra actividad económica. Tal apreciación no sorprende en un mundo en el que el control de calidad se ha convertido en una palabra mágica en todos los ámbitos de la vida, incluido el de la traducción donde la gestión de la calidad de las traducciones se ha convertido en los últimos tiempos en una preocupación creciente, tal y como se desprende, por ejemplo, de un artículo firmado por el presidente de la Unión Europea de Asociaciones de Agencias de Traducción, *EUATC (European Union of Associations of Translation Companies)* introducido con las siguientes palabras:

At a time when translation quality evaluation is one of the hottest topics of the moment the European Union of Associations of Translation Companies is irritated that its own quality initiative has been virtually ignored by the European Commission and other authorities. (Reijns, 2000:22)

Resulta lógico que el control de la calidad ha de hacerse sobre la base de lo que previamente se haya definido como un producto o un servicio de calidad. Sin embargo, en relación con el establecimiento de la calidad de una traducción, esta lógica es con frecuencia ignorada, especialmente por parte de aquellos "críticos" que basan su evaluación en lo que de modo intuitivo entienden por una "buena traducción", sin preocuparse por hacerla transparente, basándola en parámetros explícitos. Coincidimos con Gerzymisch-Arbogast (1994:14) que exige a toda crítica de traducción que merezca ser llamada así, que sea comprensible para terceros, que deje de ser una valoración puramente subjetiva, que no se limite a fallar un veredicto inapelable y que se convierta en lo que Kemuri (1995:3) denomina "intersubjektiv nachvollziehbare, transparente und faire Übersetzungskritik". Una crítica de estas características presupone que una traducción no es "buena" o "mala" en sí, sino "buena" o "mala" en relación con un determinado criterio previamente establecido conforme al objetivo concreto de una determinada traducción. Es exactamente el mismo planteamiento que se plasma en la norma ISO 9000, al definir el término 'calidad' haciendo referencia a la totalidad de

características de un producto o de una prestación de servicios necesarias para cumplir con las exigencias previamente establecidas o presupuestas³⁰. En la misma línea se ha de interpretar la publicación de la norma DIN 2345 (DIN 2345, 1998), en la que se establece por primera vez el marco normativo al que tendrá que ajustarse un encargo de traducción cuyo cumplimiento garantizará la calidad requerida y previamente acordada en forma de exigencias concretas entre el traductor y el que le encarga la traducción. Resulta muy interesante constatar que esta norma refleja una concepción funcional de la traducción al incluir como exigencia la obligación de acordar entre cliente y traductor el propósito que la traducción tendrá que cumplir. Detrás de esta exigencia está, entre otras, la apreciación teórica según la cual ni la traducción ni la evaluación prototípica existen, que traducir y evaluar son actividades orientadas siempre hacia un determinado fin, que no existe una sola manera de traducir ni una sola manera de evaluar, que traducir implica tomar decisiones por las partes implicadas en el proceso, por lo que la calidad de una traducción no puede ser otra cosa que un valor relativo.

La calidad de una traducción también es considerada un valor relativo por los exponentes de los *Descriptive Translation Studies*, al considerar que todas las instancias que toman decisiones en el proceso traslativo están guiadas por ciertas normas que pueden variar en el trascurso del tiempo y de una cultura a otra. Para esta Escuela el traductor siempre actúa conforme a determinadas normas. El papel del evaluador de una traducción consistiría, según este enfoque, en describir las normas que subyacen al proceso de producir y recibir una traducción y en describir la relación traslativa que existe entre el TO y el TM. El concepto fundamental en la definición de la calidad de una traducción no se centraría en una hipotética equivalencia entre el TO y el TM, sino en la descripción de la relación traslativa entre ambos, enfocando el TM desde una doble perspectiva: como un texto con una relación adecuada con respecto al TO y como un texto con un determinado grado de aceptabilidad dentro del sistema de la cultura meta. Para los que ven en la traducción y en su evaluación ante todo una actividad guiada por determinadas normas, la calidad de una traducción ha de ser por definición un valor relativo y el concepto de la 'traducción correcta', por supuesto, también. En palabras de Hermans:

³⁰ Véase la interesante aportación de Schmitt en el *Handbuch Translation* (1998c:394-399) donde habla del tema más amplio de la gestión de la calidad [*Qualitätsmanagement*].

The 'correct' translation therefore is the one that fits the correctness notions prevailing in a particular system, i.e. that adopts the solutions regarded as correct for a given communicative situation, as a result of which it is accepted as correct. In other words: when translators do what is expected of them, they will be seen to have done well. (Hermans, 1991:166)

1.7. Principios y parámetros para evaluar la calidad de traducciones

Concebir la calidad de una traducción como valor relativo no implica que cualquier resultado de una acción traductora sea aceptable. Para determinar la calidad de una traducción proponemos distinguir entre principios de evaluación y parámetros de evaluación. El criterio que nos guía para distinguir entre dos conceptos diferenciados, es su distinto grado de concreción. Consideramos que los principios, al ser más generales que los parámetros, son aplicables a toda evaluación de una traducción profesional por lo que constituyen una especie de 'máximas' de evaluación, mientras que los parámetros o variables sólo son aplicables a una práctica evaluadora concreta, una vez determinada la finalidad de una traducción concreta y analizadas las exigencias planteadas por las partes implicadas en el proceso de comunicación transcultural a requerimiento de terceros.

1.7.1. Principios para evaluar la calidad de traducciones profesionales

Entendemos por principio de evaluación de una traducción las máximas que se han de tener en cuenta a la hora de evaluar cualquier traducción profesional, y entre las que destacamos por orden alfabético las siguientes: aceptabilidad, adecuación, eficacia, funcionalidad más lealtad, grado necesario de diferenciación.

1.7.1.1. Aceptabilidad

El principio de 'aceptabilidad' es citado por distintos autores, entre los que nombramos más arriba a Beaugrande & Dressler (1981) que lo incluyen en sus siete criterios de textualidad. Otras autoras que lo barajan son Tirkkonen-Condit (1989) que lo sitúa dentro del enfoque de los *Descriptive Translation Studies* y Nord (1993) que lo relaciona con la predisposición de los receptores de un texto concreto para considerar que un texto sea coherente con la situación en la que se recibe. Es un principio que se centra en los receptores de una traducción y en sus expectativas con respecto a la misma. Medir el grado de aceptabilidad requiere el conocimiento de estas expectativas. El conocimiento de las expectativas se podría lograr, teóricamente, mediante estudios

empíricos cuyo objetivo sería el de obtener datos sobre las expectativas reales de distintas audiencias. Otro método para conocer las expectativas es el que se basa en el estudio de las características de textos paralelos (no traducidos), convirtiendo estas características en instrumentos con los que medir y cuantificar el grado de aceptabilidad de un determinado TM (cf. Chesterman, 1994), al presuponer que las expectativas de una determinada audiencia se ven reflejadas en las convenciones de texto que se pueden conocer a través del análisis de los textos paralelos. Este enfoque se centra en las normas de la cultura meta, cuyo conocimiento se convierte en indispensable a la hora de evaluar el grado de aceptabilidad conseguido. Determinar el grado de ‘aceptabilidad’ implica siempre comparación, dado que sólo se puede considerar algo aceptable sobre la base de un *tertium comparationis*, formado en el caso de la evaluación de una traducción profesional por las expectativas de los actores implicados en el proceso de la traducción que se pueden manifestar en las exigencias previamente acordadas entre las partes o en las “normas profesionales” y las “normas de expectación” vigentes, utilizando la terminología de Chesterman que dice literalmente:

(...) translations can be assessed with respect to professional norms, and this includes the attainment of an appropriate relationship between target text and source text. But ultimately translations must be assessed with respect to expectancy norms- the relation with target-language parallel texts from which the readers derive their expectations. (Chesterman, 1993:18)

La reflexión de Chesterman nos parece acertada pero nos queda alguna duda sobre la pertinencia de la equiparación que Chesterman establece entre las expectativas de los destinatarios y la plasmación de las mismas en los textos paralelos, por no basarse en datos empíricamente recabados. Sin embargo está fuera de dudas que la determinación del grado de aceptabilidad conseguido sólo será posible sobre la base del establecimiento de parámetros más concretos y de su ponderación. Al igual que todos los demás principios de evaluación barajados, tanto la ‘aceptabilidad’ como la ‘adecuación’ que es el principio que nos ocupará a continuación, son principios relativos, no prescriptivos que se concretarán en cada traducción de acuerdo con su finalidad y la situación en la que se produzca y reciba.

1.7.1.2. Adecuación

Incluimos la ‘adecuación’ en las máximas de la evaluación porque consideramos que toda traducción refleja una determinada “relación traslativa” (Hermans, 1991:158) entre el TO y el TM que no se debe descuidar a la hora de evaluar la calidad de una

traducción. Al descartar una relación de identidad entre TO y TM³¹ partimos de la base de que existen diversas relaciones traslativas posibles, todas ellas entroncadas en una determinada norma o “cultura de traducción” (cf. Prunč, 1997). Estas distintas culturas de traducción se diferencian por el papel más o menos activo y/o visible que atribuyen al traductor. Se basan fundamentalmente en la consideración de que traducir es una actividad que siempre incluye un cierto grado de adaptación o tratamiento que sólo en casos excepcionales puede ser nulo (Nord, 1989:104).³² Esclarecer cuál es la relación traslativa entre TO y TM permite fijar el grado de adecuación de una determinada traducción con el TO en que se basa. Consideramos importante no perder de vista la relación de adecuación entre TO y TM, considerando que una de las características constitutivas de la acción traductora es precisamente el hecho de que siempre se basa en un texto origen. Coincidimos, sin embargo, con McAlester (1999:174) que insiste en que el TO no es obligatoriamente la medida con la que todo TM ha de ser medido: “She will not, however, necessarily assume that the ST is the functional standard by which the TT must be measured”.

1.7.1.3. Eficacia

Los conceptos ‘eficiencia’ y ‘efectividad’ constituyen según Beaugrande & Dressler (1981) junto con el de ‘adecuación’ los tres principios reguladores de la comunicación textual (cf. 5. *La traducción exitosa*). Desde el punto de vista de un gran conocedor de la traducción profesional, Larose reivindica que una traducción profesional ha de ser ante todo “eficaz”, es decir conforme a lo previamente acordado, lo que Larose (1994:364) expresa de la siguiente manera:

Une traduction n'est pas tenue d'être «bonne» ou «mauvaise»- mots naïfs s'il en est, teintés d'impressionisme esthétique-, mais d'être efficace, c'est à dire conforme aux dispositions du contrat d'énonciation, et donc appropriée à une situation. (Larose, 1994:364)

³¹ Stolze (1987:107) dice al respecto que el TM no es lo mismo que el TO, sino lo NO DIFERENTE. [alem.: "Der ZT ist nicht das gleiche wie der AT. Er ist das NICHT-ANDERE."].

³² Todas las contribuciones consultadas que se ocupan de la evaluación de traducciones profesionales coinciden en el concepto de la traslación como actividad con un determinado fin, propósito, objetivo o *skopos*. A continuación nombraremos sólo autores cuyas aportaciones se basan en una labor profesional propia, publicaciones de asociaciones profesionales y de organismos normativos oficiales: Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer, 1986; DIN Deutsches Institut für Normung, 1998; Fédération Internationale des Traducteurs, 1995; Graham, 1980; Horguelin, 1985; Kingscott, 1996; Samuelsson-Brown, 1996; Weschke, 1996.

Es cierto que la ‘eficacia’ como criterio de calidad barajado por Larose no coincide en su totalidad con los conceptos de ‘eficiencia’ y ‘efectividad’ utilizados por Beaugrande & Dressler. El concepto de Larose es tan general que sólo será operativo si las personas encargadas de la evaluación lo concretan analizando todos los factores determinantes para una comunicación exitosa. Según Larose, esta concretización tiene que verse reflejada en lo que contractualmente se acuerde, concediéndole a los acuerdos previos, que reflejan las necesidades y las expectativas del cliente de la traducción, un peso determinante. Larose aboga por formular estas variables de la manera más precisa posible en un “cahier de charges”, al considerar que sin estas especificaciones por escrito, el factor subjetivo predominaría sobre los demás y que la concreción del concepto ‘calidad’ sería imposible: “En l’absence de critères clairement énoncés, aucune définition de la qualité de quoi ce soit n’est possible” (Larose, 1994:364). Deducir de esta reflexión que bastaría con aplicar a toda traducción la misma lista de unos supuestos parámetros universales de calidad, significaría ignorar que para Larose y todos aquellos autores que ven en la traducción una actividad orientada hacia un determinado fin, la calidad de un TM sólo se puede determinar en función de su finalidad concreta. En palabras de Larose:

Juger d’une traduction, c’est d’abord et avant tout évaluer l’adéquation des résultats obtenus aux objectifs visés en s’appuyant sur le principe selon lequel il n’existe pas d’idéal de traduction hors d’un rapport de finalité. (Larose, 1998:164)

1.7.1.4. Funcionalidad más lealtad

Para Nord, el principio primordial que decide sobre la calidad de una traducción concreta es su funcionalidad acompañada del respeto por los intereses de los tres actores implicados en el proceso de la traducción: el autor del TO, el iniciador del TM y el receptor del TM (Nord, 1993:292). La propuesta de Prunč (1997:112) de añadirle a esta triple lealtad una cuarta, que obligaría al traductor a la lealtad consigo mismo, nos parece muy acertada, dado que así se reconoce la labor primordial del traductor como experto en comunicación transcultural y, al mismo tiempo, se le dota de un instrumento que le permite rechazar un determinado encargo de traducción en caso de considerar que esté reñido con su ética profesional. El principio propuesto por Nord y ampliado por Prunč es un principio muy general que sólo será operativo mediante el análisis exhaustivo de los factores implicados en el proceso de la traducción. A tal fin Nord (1988:39) desarrolló su modelo circular del proceso de la traducción que es la base para

el análisis exhaustivo del encargo de traducción, de los elementos textuales y extratextuales del TO y del TM, concediéndole un peso específico a las expectativas de los actores implicados. Hönig, a grandes rasgos, comparte la propuesta de Nord, añadiendo que a la hora de conseguir un TM que logre cumplir con la función atribuida, es primordial que previamente se determine con precisión el grupo de destinatarios al que la traducción irá dirigida. En palabras de Hönig (1995:137): “Es kann nur einen Massstab für übersetzerisches Handeln geben: Einen Text abzuliefern, der für die (zuvor präzise definierte) Gruppe von Adressaten funktionsfähig ist”.

1.7.1.5. Grado necesario de diferenciación

Hönig y Kussmaul (²1984:62) aportan otro principio general fundamental, proponiendo que “el grado necesario de diferenciación” [ale. *der notwendige Grad der Differenzierung*] sea el que guíe al traductor, a la hora de tomar decisiones, y al evaluador, a la hora de valorar un determinado TM. Consideramos que se trata de un principio en el que toda evaluación ha de basarse. La concreción del mismo variará, sin embargo, al igual que en el caso de la ‘eficacia’, en cada acto traductor o evaluador, de acuerdo con la finalidad de la traducción. El principio propuesto por Hönig y Kussmaul evidencia además que evaluar significa siempre y al mismo tiempo ponderar, o dicho de otro modo, y, recurriendo al término utilizado por los dos autores alemanes, evaluar siempre es una cuestión de grados.

1.7.2. Parámetros para evaluar la calidad de traducciones profesionales

Entendemos por parámetros los factores variables que determinan la calidad concreta de una traducción. Coincidimos con Brunette (2000:174) que pide que los parámetros sean fácilmente comprensibles, prácticos, limitados en su número y verificables. En palabras de la autora canadiense:

Assessment criteria, also called ‘assessment parameters’ or ‘evaluation standards’, should be easy to understand, practical, limited in number, and verifiable, i.e. based on successful use of an assessment procedure. (Brunette, 2000:174)

Existen propuestas para realizar la evaluación mediante parámetros concretos que son interesantes pero tan complejas que en la práctica sólo son aplicables con una inversión de tiempo y de esfuerzo desproporcionada en relación con el resultado obtenido. Entre estas propuestas no practicables en la evaluación de traducciones profesionales se encuentran, a nuestro modo de ver, el método propuesto por House

(1981 y 1997) y algunos de los métodos utilizados en los últimos años por la Oficina de Traducción de Canadá. En relación con estos últimos, Larose (1998:174), el teórico pragmático, afirma de modo bastante cínico que se caracterizan por el hecho de que su valor teórico suele ser inversamente proporcional a su sencillez de aplicación práctica.

Desde un enfoque comunicativo de la traducción, ni la calidad ni las variables concretas para describirla y medirla, pueden ser valores absolutos. Las variables no son valores válidos de por sí, sino únicamente en función de la finalidad de un TM concreto y de la finalidad de la propia evaluación. Dependiendo de esta última se utilizan distintas prácticas de evaluación (cf. Brunette, 2000) que a su vez enfocan distintos factores, variables o parámetros de evaluación. En relación con estas distintas prácticas o métodos de evaluación nos parece especialmente interesante distinguir entre ‘evaluación analítica’ y ‘evaluación holística’, entendiendo por evaluación analítica la que se centra en el nivel microtextual de un TM desde una perspectiva *bottom-up*, y, por evaluación holística, la que enfoca el TM en su globalidad, adoptando una perspectiva *top-down*.

Antes de pasar revista a las aportaciones de distintos autores en relación con parámetros concretos de evaluación nos detendremos brevemente en la siguiente pregunta planteada por Larose: “¿Qué se puede evaluar en un texto traducido?” La respuesta dada por el mismo Larose (1998:171) es tajante: “Sólo se puede evaluar lo que se puede percibir”³³. Partimos de la base de que el usuario de un texto traducido, especialmente si se trata de un texto de tipo pragmático, como por ejemplo los folletos turísticos, no suele tener acceso al TO, por desconocer la lengua en la que está redactado o no dominarla suficientemente o simplemente porque, debido a la situación de comunicación concreta, sólo le es suministrado un texto en su versión traducida. Asumimos, por consiguiente, que el usuario real de una traducción no suele tener la posibilidad de remitirse en la evaluación del TM al TO que desconoce. Ello significa que en la mayoría de los casos, la evaluación realizada por los usuarios reales no hará referencia al TO, ni a la relación existente entre TO y TM. Según Sager (1989:95) el interés de los lectores de una traducción por el TO sólo se activa en el caso en el que detecten en el TM segmentos con informaciones claramente falsas o contrarias a la

³³ Cita textual (Larose 1998:171): “Ce qui peut être évalué dans un texte, c’est ce qui peut être perçu”.

lógica. En palabras de Sager (1989:95): “The reader is then not interested in the original, except when he or she finds fault with the new text.” Estas palabras casan con el papel que Reiss & Vermeer (1984:115) le conceden al TM, al afirmar que el TM ha de concebirse como un texto por derecho propio dentro de la cultura meta, idea que es recogida especialmente por los investigadores de la interpretación³⁴, al caracterizarse ésta precisamente por la peculiaridad de que los receptores de una interpretación simultánea, debido a los imperativos de la situación comunicativa en la que se desarrolla, suelen carecer de la posibilidad de comparar la interpretación con el discurso original. Nosotros mantenemos que se trata, en la mayoría de los casos, también de una peculiaridad que se produce en la recepción de textos escritos y, de modo especial, en la recepción de folletos turísticos, por las razones que más arriba enumeramos.

La orientación de nuestro interés hacia el TM, es una opción que se basa en la selección del diseño de nuestro estudio (cf. 2.3. *Diseño de la investigación*) y no significa que ignoremos la importancia de la relación traslativa (cf. Hermans 1991:157-158) que existe siempre entre el TO y el TM. En este sentido resulta, sin embargo, interesante constatar que varios estudios empíricos llevados a cabo con traductores profesionales o estudiantes avanzados de traducción han demostrado que a la hora de pedirles que revisen una traducción antes de considerarla terminada para su entrega al cliente, la comparación con el TO era una práctica a la que casi no se recurría³⁵. En este sentido nos parecen de especial interés los puntos recogidos en el apartado 7 de la norma DIN 2345 (DIN, 1998:14) sobre los que volveremos más adelante.

1.7.2.1. Parámetros de evaluación de la calidad: breve recorrido

La presentación de las siguientes propuestas no pretende ser exhaustiva, considerando sólo aquellos autores que, a nuestro modo de ver, aportan parámetros relevantes para nuestra investigación concreta. Seguiremos un orden cronológico reservando las aportaciones basadas en la evaluación de una traducción por sus usuarios para el subapartado dedicado íntegramente a ella.

Es obligado comenzar este recorrido bibliográfico por las reflexiones de **Katharina Reiss**, una de las grandes precursoras de la crítica de la traducción, teniendo

³⁴ Cf. Pöchhacker, 1994, entre otros.

en cuenta que su libro con el título *Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungskritik* [Posibilidades y limitaciones de la crítica de la traducción] se publicó por primera vez en el año 1971, estando disponible treinta años después en tercera edición en alemán y desde el año 2000 también en una versión traducida al inglés publicada por la editorial británica *St. Jerome* (Reiss, 2000). El gran mérito de la obra de Reiss consiste en ser uno de los primeros intentos de acercarse a la crítica de la traducción de modo sistemático, reivindicando que la crítica de la traducción se base en categorías objetivables acordes a los objetivos de una determinada traducción. Reiss (³1986:11) define la traducción como “un proceso bipolar que culmina en la creación de un TM caracterizado por su continua referencia a un TO”³⁶. Reivindica, en aquel momento, una ‘equivalencia óptima’ entre TO y TM que se consigue teniendo en cuenta “el contexto lingüístico y situacional, el nivel lingüístico y estilístico y la intención del autor”. Asimismo el TM y las unidades del TM tendrán que tener el mismo ‘valor’ que las unidades textuales en lengua origen”³⁷ (Reiss, ³1986:12). La propuesta de Reiss concede a la persona que traduce, y a sus decisiones, una importancia hasta entonces inusual. Su afán de elaborar categorías que permitan una crítica no arbitraria de la traducción no implica que ignore la vertiente subjetiva de toda evaluación o crítica. Es por ello que concluye su libro con la alusión explícita a este hecho, resaltando que las influencias subjetivas son consustanciales a la actividad traductora y evaluadora, al ser tanto el proceso de la traducción como el de la evaluación de una traducción, procesos hermenéuticos que dependen, entre otros, de la estructura de la personalidad de cada traductor, y, por consiguiente, de cada evaluador. Es por ello que opta por incluir en su propuesta lo que ella denomina “condicionamientos subjetivos” a los que hace referencia en el punto cuatro de sus conclusiones:

4. Jede sachgerechte (textadäquate bzw. zieladäquate) Übersetzungskritik ist demgemäss nur solange und insoweit objektiv, als sie diese subjektiven Bedingtheiten in Rechnung stellt. (Reiss, ³1986:115)

³⁵ Cf. Jensen (1999:111)

³⁶ Cita textual (Reiss, ³1986:11): “Jeder Übersetzungsprozess ist ein bipolarer Vorgang, der sich in der Gestaltung eines zielsprachlichen Textes unter ständiger Rückbindung an einen ausgangssprachlichen Text erfüllt.”

³⁷ Cita textual (Reiss, ³1986:12): “(...) die zielsprachliche „Entsprechung“ ist als optimal äquivalent zu betrachten, wenn sie nach Massgabe des sprachlichen und situationellen Kontextes, der Sprach- und Stilebene, der Intention des Autors etc. ausgewählt ist und im Sprachsystem der Zielsprache die gleiche „Wertigkeit“ besitzt wie die ausgangssprachliche Einheit in der Ausgangssprache.”

Reiss baraja como parámetros de toda crítica de la traducción la “adecuación textual”, por un lado, y la “adecuación al propósito de la traducción” por otro. Considera que hay adecuación textual si el traductor traduce utilizando el método de traducción que la pertenencia del TO a un determinado tipo de texto impone (cf. Reiss 1971;1973), siempre sobre la base del análisis de las “instrucciones lingüísticas inmanentes al texto” [ale. *textimmanente innersprachliche Instruktionen*] y de las “determinantes extralingüísticas” [ale. *aussersprachliche Determinanten*]. Resaltando la primacía de la “adecuación pragmática”, Reiss postula la “equivalencia semántica”, la “adecuación a las convenciones de los géneros de texto”, la “correspondencia estilística” y la “corrección gramatical”. Aun siendo estos parámetros bastante generales, no podemos perder de vista que sirvieron a muchos autores, sobre todo del ámbito germanohablante, como base para posteriores aportaciones, entre las que se encuentran, sin duda, los estudios empíricos desarrollados por investigadores de la interpretación como modalidad traslativa oral. Reiss desarrolla y modifica, en parte, lo desarrollado en su libro del 1971. Agudizando su enfoque funcional a lo largo de los años, llega a matizar el concepto de la ‘equivalencia’, lo que no pudo ser de otra manera al definir en 1984 el TO como una oferta de información sobre la base de la cual el traductor produce otra oferta de información en forma del TM (Reiss & Vermeer 1984:119)

Daniel Gile (1995:34), fundamentalmente desde el ámbito de la interpretación, baraja los siguientes parámetros: “claridad de las ideas” [ingl. *ideational clarity*], “aceptabilidad lingüística” [ingl. *linguistic acceptability*], “adecuación terminológica” [ingl. *terminological accuracy*], “fidelidad” [ingl. *fidelity*] y “comportamiento profesional” [ingl. *professional behaviour*].

Juan Carlos Sager (1989:98) destaca que la evaluación de la calidad de una traducción puede ser una evaluación cualitativa o cuantitativa y que con frecuencia se presenta en forma de una combinación de las dos. Sager baraja como macroparámetro el de la “appropriateness” que constaría de “adecuación” [ingl. *accuracy*], “comprensibilidad” [ingl. *intelligibility*] y “presentación formal” [ingl. *formal presentation*]. Lo peculiar de su propuesta consiste en que todos estos parámetros son aplicables también a textos no traducidos. Lo que varía entre un texto traducido y otro no traducido es algo tan fundamental como que en el caso del texto traducido todos estos criterios han de aplicarse adoptando la perspectiva del iniciador de la traducción

que es el que con ayuda del traductor fija de modo explícito o implícito la función de la traducción, el tiempo disponible para realizarla, el grado de elaboración o el nivel de calidad requerido y el precio que está dispuesto a pagar por ella. En la propuesta de Sager resaltamos especialmente el parámetro de la “presentación formal”, al considerar que ésta influye de modo determinante en la percepción de la calidad de prospectos turísticos traducidos.

Algunos autores intentan convertir determinados efectos negativos de una traducción en parámetros para determinar su calidad o merma de calidad. Es el caso de **Gerard McAlester** (1992:294) que exige a una traducción que no contenga efectos cómicos no intencionados ni abuse sin razón de la paciencia de sus lectores. Estas dos variables, la de “no contener efectos cómicos intencionados” y la de “no abusar indebidamente de la paciencia de los lectores” son decisivos, según el autor afincado en Finlandia, para determinar si un TM se puede considerar una “traducción competente” o no, definiéndola de la siguiente manera:

A competent translation is one that transmits the intended message in a language which is clear and sufficiently correct not to contain unintended comic effect or strain the reader's patience unduly. (McAlester, 1992:294)

La propuesta de **Peter A. Schmitt** (2000a:25) al considerar aquellos errores de traducción de extrema gravedad que implican que el emisor del texto se tenga que avergonzar de ellos [ale. *Fehler, die für den Textsender blamabel sind*], apunta en la misma dirección, enfocando reacciones no deseadas que causan una merma de la calidad.

Bernd Spillner (1996:116) habla de la necesidad de emprender trabajos comparativos para detectar los “contrastes estilísticos interlingüales” [ale. *interlinguale Stilkontraste*] en textos especializados. El desconocimiento o la falta de respeto de estos contrastes estilísticos a la hora de redactar un TM podría manifestarse en una calidad mermada, al causar en los lectores una sensación no intencionada, que les hace percibir la traducción como algo “extraño” [ale. *befremdlich*], “desviado” [ale. *abweichend*] o “ridículo” [ale. *lächerlich*].

Radegundis Stolze (1987) reivindica desde su enfoque hermenéutico de la traducción unos criterios de evaluación que no están orientados hacia una equivalencia entre el TO y el TM, considerando que tal equivalencia no puede nunca ser el objetivo de la actividad traductora que por definición es considerada como prototipo de una actividad interpretativa. En concordancia con este planteamiento prefiere hablar de

criterios para determinar el grado de éxito de una determinada traducción. Para ello establece parejas de criterios que contemplan polos opuestos, entre los que destacamos los siguientes: “adecuación/falta de adecuación [ale. *Angemessenheit/ Verfehltheit*], “identidad/diferencia” [ale. *Identität/Differenz*] y “exceso en la oferta de signos/deficiencia en la oferta de signos” [ale. *Überangebot/Unterangebot der Zeichen*]. La propuesta de Stolze no es prescriptiva, ya que el traductor habrá de decidir, en cada caso, en qué lugar de la escala delimitada por los dos extremos situará la estrategia para traducir un texto concreto y lo mismo es válido para el que critica una traducción. Diez años más tarde la misma autora (Stolze, 1997:593ss.) establece en un perfil de exigencias los criterios que, según ella, deciden sobre el éxito de una traducción y entre los que nombramos los siguientes:

- Adecuación del diseño visual a lo previamente establecido.
- Coherencia de la traducción que garantiza una comprensión sin problemas al carecer de cortes lógicos y de errores ortográficos y gramaticales.
- Precisión y armonización terminológica a lo largo de todo el TM.
- Uso de convenciones estilísticas funcionales y acordes con el género de texto.
- Facilitación de la lectura mediante la depuración de elementos distorsionantes y el respeto de estilos específicos requeridos y conforme a una determinada *Corporate Identity*.

De la propuesta de Stolze resaltamos que la adecuación del diseño visual aparezca en primer lugar y que insiste en la necesidad de evitar elementos distorsionantes y el respeto a estilos específicos requeridos.

Hans Hönig & Paul Kussmaul defendían ya en el año 1982 que el criterio de calidad por excelencia de una traducción lo forma el efecto que un TM consigue en el destinatario (³1991:12)³⁸. Desde la perspectiva que nos dan algunos estudios recientes, y, basándonos en **Ángela Collados** (1998) preferimos, sin embargo, hablar del efecto de un TM como ‘criterio de éxito de una traducción’ y no como criterio de calidad de una traducción a secas. Conocer los efectos que una determinada traducción tiene sobre un determinado grupo de destinatarios no permitirá, por tanto, extraer conclusiones sobre la calidad de esta traducción, sino sobre la calidad percibida o la percepción del éxito o del

³⁸ Cita textual (Hönig & Kussmaul, ³1991:12): “Qualitätskriterium ist die Wirkung, die ein ZT beim Rezipienten erreicht.”

fracaso comunicativo que ésta origina. Damos la razón a **Christopher Waddington** (1999:69) cuando, a pesar de presentar las reticencias de algunos autores para admitir la posibilidad de conocer el efecto de una determinada traducción, llega a afirmar lo siguiente:

En cuanto al efecto sobre el destinatario, negar la posibilidad de analizarlo es como negar la posibilidad de traducir. Si el buen traductor es incapaz de calcular el efecto de su traducción sobre sus posibles lectores, difícilmente podrá hacer bien su trabajo. Además de la misma manera que esta capacidad es necesaria para el traductor, también lo es para el evaluador. (Waddington, 1999:69)

Es cierto que el concepto ‘efecto’ necesita ser precisado en el sentido en el que Chesterman (1994:153) sugiere³⁹, por lo que es necesario contestar con claridad a la pregunta siguiente: ¿el efecto sobre quién? Tenemos conciencia de que no existe coincidencia entre todos los autores respecto a la pertinencia de considerar el efecto de una traducción como parámetro esencial para evaluar una traducción. Admitimos que existe un problema de índole metodológico relacionado con la medición de los efectos sobre los destinatarios, tal como lo plantea Salevsky (1998:57): “Wie aber ist Wirkung zu messen, um sie bewerten zu können? Die Frage bleibt offen”. Opinamos que sólo pueden ser fructíferos aquellos estudios sobre los efectos de un determinado TM orientados hacia las posibles diferencias entre distintos subgrupos de destinatarios (cf. Kurz, 1993), al considerar que, tal como más arriba desarrollamos, es más ajustado partir del concepto de ‘lectores modelo’ que del concepto de ‘lector modelo’ (cf. 1.5.1. *Los lectores modelos*). Asimismo no partimos de la base de que el ideal de toda traducción consiste, tal como lo plantea Nida (1964), en conseguir el mismo efecto en los destinatarios del TO y del TM.

Andrew Chesterman (1993) baraja como parámetros de calidad por un lado las “normas profesionales”, y por otro, las “normas de expectación”:

(...) translations can be assessed with respect to professional norms, and this includes the attainment of an appropriate relationship between target text and source text. But ultimately translations must be assessed with respect to expectancy norms: the relation with target language parallel and background texts from which the readers derive their expectations. (Chesterman, 1993:18)

Este autor presupone que las expectativas de los destinatarios de una traducción se pueden derivar directamente de las convenciones textuales que se manifiestan en

³⁹ Cita textual (Chesterman, 1994:153): “A problem with Nida’s criterion of “same effect” is the difficulty of defining “effect”, and indeed “effect of whom” – intended readers? actual readers? typical readers? native or non-native readers?”

textos paralelos auténticos. El trabajo con textos paralelos nos parece muy fructífero, tanto a la hora de realizar como de evaluar una traducción. Por ello todos los esfuerzos por sistematizar el conocimiento sobre las convenciones textuales en una determinada cultura y lengua y la posterior comparación intercultural de las mismas nos parecen necesarios y útiles. Sin embargo nos queda la duda sobre la pertinencia de equiparar expectativas de los destinatarios y convenciones textuales, hasta que esta hipotética equiparación no sea validada mediante datos empíricos.

Dentro de las aportaciones, sin duda más significativas, en relación con los parámetros para evaluar la calidad de una traducción profesional no puede faltar una mención explícita a la **norma DIN 2345** (DIN, 1998) que en su apartado 7 hace referencia a los puntos a tener en cuenta a la hora de la obligatoria revisión del TM previo a su entrega. La norma fija que el traductor se comprometerá a revisar cada traducción antes de entregarla. Esta revisión consistirá en comprobar si el texto traducido está “completo”, es decir que no haya omisión ninguna⁴⁰, si el “contenido y el uso de la terminología son correctos, teniendo en cuenta la función requerida de la traducción”⁴¹, si existe “conformidad con las reglas de la ortografía y de la gramática y el uso de la lengua es adecuado”⁴², si el “TM refleja todo lo convenido con el cliente”⁴³ y, finalmente, si “las posibles notas del traductor son adecuadas”⁴⁴. Llama la atención el que ninguno de los parámetros haga referencia a una comparación explícita del TO con el TM. Ello expresa de manera clara que la norma alemana no se basa en un modelo reduccionista de la traducción que pretende limitarla a un método que intenta “clonar” el TO (Larose, 1998:172), sino en un concepto de traducción que atribuye al propósito de un TM un lugar preferente, admitiendo que este propósito no suele ser un valor inherente al TO, sino un valor determinado por la interrelación de múltiples factores, tanto verbales como no verbales, y especialmente por la negociación entre el cliente y el

⁴⁰Cita textual (DIN, 1998:14):”a) Vollständigkeit”.

⁴¹Cita textual (DIN, 1998:14: “b) inhaltliche und terminologische Richtigkeit unter Berücksichtigung der geforderten Textfunktion”.

⁴²Cita textual (DIN, 1998:14):”c) Beachtung von Rechtschreibung, Grammatik und Angemessenheit des Sprachgebrauchs”.

⁴³Cita textual (DIN, 1998:14): “d) Einhaltung der zieltextbezogenen Vereinbarungen mit dem Auftraggeber (...)”.

⁴⁴Cita textual (DIN, 1998:14):”f) Angemessenheit der Anmerkungen des Übersetzers”.

traductor, lo que necesariamente tendrá que reflejarse a la hora de evaluar una traducción. En palabras de Lauscher:

Because the application of evaluation parameters depends on situational and individual factors, translation quality is ultimately a matter of agreement and consensus. (Lauscher, 2000:149)

1.7.2.2. Parámetros de evaluación de la calidad según los destinatarios

Tal como más arriba apuntamos, el mayor número de estudios empíricos enfocados hacia las respuestas de los destinatarios de determinadas traslaciones procede del campo de la investigación de la interpretación. Por su papel pionero, y, a pesar de que nuestro interés se centre claramente en la traslación escrita, nos parece pertinente comenzar este apartado haciendo referencia a algunos de los parámetros barajados en sus estudios sobre las expectativas y la evaluación de la calidad de determinadas interpretaciones realizadas por los usuarios reales de las mismas.

Hildegund Bühler (1986), como pionera en la investigación empírica sobre expectativas y calidad de la interpretación, estableció unos parámetros entre los que destacamos aquellos a los que usuarios reales de una determinada interpretación atribuyeron mayor importancia y los que estimamos pertinentes con vistas a la modalidad escrita de la traslación que nos ocupa: “transmisión del sentido del discurso original”, “cohesión lógica de la interpretación”, “transmisión completa del discurso”, “uso gramatical correcto”, “estilo apropiado” y “terminología adecuada”. En estudios posteriores, estos mismos parámetros se volvieron a utilizar por distintos autores, proponiendo ligeras modificaciones o adaptándolos al diseño peculiar de cada estudio (cf. Collados, 1998:37-55). Entre ellos se encuentra **Ángela Collados** (1998:153) que utiliza para conocer las expectativas y para evaluar la calidad los parámetros siguientes: “acento nativo”, “agradabilidad de la voz”, “fluidez de la interpretación”, “cohesión lógica de la interpretación”, “transmisión correcta del sentido del discurso original”, “transmisión completa del discurso original”, “terminología apropiada”, “estilo adecuado”, “entonación no monótona” y “dicción clara”. El estudio de Collados significa un paso hacia delante con respecto a los anteriores al incluir en los parámetros varios aspectos no verbales cuya importancia en interpretación es indiscutible, como la entonación no monótona y la dicción clara. El hecho de citar el estudio de Collados, en el marco de un estudio sobre la traslación escrita, se debe precisamente a nuestra convicción de que los elementos no verbales han de tenerse en cuenta no solamente en

la modalidad oral de la traslación, sino también en la modalidad escrita que es la traducción.

Anne Kemppinen (1989), en un estudio empírico para determinar la calidad de distintas traducciones de cuentos románticos, convierte la “irritación del lector” en un indicio para una calidad deficiente. Este parámetro se sitúa dentro del grupo de parámetros que convierten los elementos distorsionantes en responsables de una merma de la calidad del TM.

Muy interesante en su planteamiento es el estudio empírico realizado por **Inkeri Vehmas-Leito** (1989), una investigadora finlandesa que centra su interés en la comunicación exitosa como objetivo fundamental de una traducción. Para ello diseña un estudio que se centra en el concepto de la “adecuación” de la traducción, concepto que la autora no sólo basa en el parámetro de la transmisión correcta del contenido, sino en la acogida positiva que el TM obtiene por parte de sus destinatarios. Vehmas-Leito desarrolla un estudio empírico basado en cuatro experimentos en los que pretende conocer las respuestas de los lectores [ingl. *reader responses*]. Mediante uno de los experimentos pretende determinar si los lectores distinguen entre un texto auténtico y un texto traducido. En otro experimento pretende medir las evaluaciones o impresiones de los lectores respecto a distintos textos traducidos del ruso al finés en una escala de siete puntos. Un tercer experimento enfoca la “emotividad” de las palabras de los textos utilizados y un cuarto experimento tiene como objetivo el de determinar y medir su grado de “legibilidad” [ingl. *readability*]. Esta parte experimental es combinada con una parte descriptiva en la que se comparan textos auténticos en finés de parecida función y temática con sus traducciones publicadas y con traducciones alternativas de las mismas. Lo innovador en el planteamiento de Vehmas-Leito es, sin duda, que la base de las comparaciones no lo constituye en primer lugar el TO, sino la reacción de los lectores y/o los textos auténticos y publicados en la lengua meta o las traducciones publicadas. Los parámetros concretos que Vehmas-Leito baraja en sus experimentos son la “emotividad” [ingl. *emotivity*] y la “legibilidad” [ingl. *readability*], siendo esta última, a nuestro modo de ver, más interesante y no tan resbaladiza como la primera, por lo que más adelante volveremos sobre ella. Vehmas-Leito confiere a los experimentos desarrollados en su investigación una doble función: a. verificar su hipótesis de trabajo, según la cual los TM publicados sólo son “casi correctos”, y, b. dar alguna información sobre la naturaleza de esta “casi corrección” [ingl. *quasi-correctness*]. Para definir lo

“casi correcto” se basa en las reflexiones de Papp (1972, apud Vehmas-Leito, 1989:29) que desarrolla el concepto en relación con la producción de textos en lengua extranjera. El autor ruso, al que, debido a nuestro desconocimiento del ruso sólo hemos tenido acceso a través del estudio de Vehmas-Leito, habla de *quasi-correctness* cuando un texto en su globalidad no corresponde a las expectativas que un lector nativo tiene respecto al tipo de texto en cuestión, a pesar de que cada oración del texto sea gramaticalmente correcta y, a pesar de que las oraciones contiguas estén correctamente conectadas. El estudio de Vehmas-Leito confirma la hipótesis planteada y la autora señala que para superar la casi corrección de un TM es necesario prestarle más importancia a lo que ella denomina “estilo funcional” (Vehmas-Leito, 1989:18ss). Un descuido de este estilo funcional suele tener efectos distorsionantes sobre la comunicación intencionada. Deduce de ello que la crítica de la traducción ha de centrarse especialmente en los errores que efectivamente dificultan la comunicación, es decir en los errores encubiertos, denominados por House (1981) *covert errors* y no en los errores descubiertos o *overt errors*, tal como lo hace la crítica de errores practicada en la enseñanza de segundas lenguas. Vehmas-Leito distingue con claridad entre los objetivos de la crítica de la traducción y los del análisis de errores utilizado por la lingüística contrastiva, resaltando que el principio de la bidireccionalidad, que ésta aplica, no es operativo en la crítica de la traducción entendida como rama aplicada de los estudios de la traducción en la que su estudio se ubica. De gran interés nos parecen las reflexiones sobre el enfoque teórico que sustenta el estudio de Vehmas-Leito, especialmente las relacionadas con el concepto de la “adecuación” en la que destaca la necesaria confluencia de aspectos lingüísticos y extralingüísticos y la necesidad de que la crítica de la traducción se centre más en los aspectos cualitativos, enfocando el uso de un TM en un contexto social y cultural marcado por el receptor de la traducción, sus expectativas y su evaluación. Asimismo resaltamos lo acertado de barajar el parámetro de la “legibilidad” [ingl. *readability*] para determinar el grado de éxito de una comunicación y la calidad de un texto traducido. La legibilidad⁴⁵ de una traducción, es seguramente uno de los factores responsables de una comunicación eficiente. Se trata de un concepto desarrollado desde los años sesenta por aquella rama de la lingüística

⁴⁵ Hacemos uso del término español ‘legibilidad’ en el sentido de *readability* [ale. *Lesbarkeit*]. Para la diferencia entre *readability* y *legibility* véase Göpferich (1998:1999ss.).

aplicada que se interesa por la optimización de los textos (cf. Groeben, 1982; Antos & Augst, 1989) mediante el aumento del grado de comprensibilidad del texto, partiendo de la base de que ésta depende, en gran medida, de los conocimientos previos de los lectores, de su motivación y de sus intereses.⁴⁶ Especial mención nos merecen los parámetros de comprensibilidad presentados por **Norbert Groeben** (1982:191-192) y reproducidos por **Susanne Göpferich** (1998:226-232) bajo la denominación de “dimensiones de comprensibilidad” [ale. “*Verständlichkeitsdimensionen*”]:

- a. Sencillez [ale. “*Einfachheit*”]
- b. Estructura – orden [ale. “*Gliederung-Ordnung*”]
- c. Brevedad – concisión [ale. “*Kürze-Prägnanz*”]
- d. Suplementos motivadores [ale. “*Anregende Zusätze*”]

Otra aportación muy valiosa en relación con los parámetros que influyen en la evaluación de la calidad de una traducción es el estudio empírico realizado por **Antin Foyer Rydning** (1991). La autora noruega plantea un experimento en el que presenta una traducción de un texto especializado a tres grupos de destinatarios distintos con el ruego de que los sujetos lo evalúen. El primer grupo de evaluadores está formado por expertos en el tema tratado. El segundo grupo lo forman lectores no especializados en el tema del TM y el tercer grupo está compuesto por profesores de traducción que son los únicos que tienen acceso al TO. El objetivo del estudio es el de conocer y analizar las condiciones de aceptabilidad barajadas por los distintos sujetos. Rydning, desde un enfoque basado en la teoría interpretativa de la traducción desarrollada por algunos profesores de la *École Supérieure d’Interprètes et de Traducteurs (ESIT)* de Paris, formula una hipótesis de trabajo según la cual una traducción aceptable en lengua B sería aquella que cumpliera con los dos primeros de los cuatro niveles de tratamiento del lenguaje [fr. “*les paliers du maniement du langage*”] implicados, según Delisle (²1984:98ss.), en todo proceso de traducción. El cumplimiento con el tercer y el cuarto pilar sólo contribuiría a elevar el grado de calidad aceptable que se conseguiría con el

⁴⁶ Rickert & Strohner (1993:241) afirman que el grado de comprensibilidad no sólo se deduce del texto sino también de los procesos cognitivos necesarios para su tratamiento. Esta afirmación recoge nuestro enfoque según el cual la comprensión de un texto se inicia mediante procesos *bottom-up* que, a su vez, activan los procesos *top-down* basados en los *scenes* de cada lector que se manifiestan, entre otros, en determinadas hipótesis y expectativas que el lector relaciona con el texto en cuestión.

tratamiento adecuado de los dos primeros⁴⁷. No nos extraña que el estudio de Rydning no consiguiera validar esta hipótesis, al considerar que los cuatro pilares propuestos por Delisle no se pueden tratar como compartimentos estancos, debido a la interrelación e interdependencia que existe entre ellos. Sin embargo, y discrepando del enfoque teórico de Rydning, los datos recabados y algunas de las conclusiones que la autora formula nos parecen de sumo interés. En relación con los datos recabados llama la atención que, a grandes rasgos, los sujetos evaluadores expertos en el tema del texto traducido se centran en la trasmisión correcta del sentido y descuidan las incorrecciones formales y lingüísticas (ortografía, puntuación etc.), mientras que los evaluadores no familiarizados con el tema del TM se fijaron, ante todo, en los vicios de forma. Los docentes, como tercer grupo de destinatarios, se percataron tanto de las incoherencias relacionadas con el contenido, como de las incorrecciones lingüísticas, por pequeñas que fueran. Una de las conclusiones interesantes que Rydning saca del análisis de los datos de su experimento es, sin duda, la constatación de que la evaluación siempre depende del evaluador y de la función que éste atribuye a la traducción. Habla de “idiosincrasia del evaluador” y del hecho que existen “lectores de buena voluntad”, dispuestos a tolerar alguna deficiencia en el TM. Especialmente interesante nos parece la reflexión de que la aceptabilidad de una traducción depende, en parte, de una actitud positiva hacia el contenido de la traducción por parte del destinatario, en palabras de Rydning (1991:234): “On peut conclure que l’acceptabilité d’une traduction en B dépend aussi dans une certaine mesure de l’accueil que le lecteur réserve au contenu du texte”. En sus conclusiones insiste en la necesidad de incluir entre los parámetros para determinar la aceptabilidad de una traducción también factores no lingüísticos, por lo que reivindica contemplar los cuatro parámetros siguientes: “a. los conocimientos temáticos previos del lector, b. la predisposición por parte del lector de conocer algo nuevo, c. la naturaleza del texto y d. la finalidad de la traducción” (Rydning, 1991:231). El estudio de Rydning contiene numerosas ideas muy valiosas, entre las que se encuentran las reflexiones relacionadas con el peso que le conceden los distintos lectores a la

⁴⁷ Para Delisle (1984:98ss.) existen cuatro niveles del tratamiento del lenguaje implicados en todo proceso de traducción. Los dos primeros, las “convenciones de la escritura” y la “exégesis léxica” contribuirían, ante todo, a una adecuada transmisión de la información, mientras que el tercero y el cuarto pilar, “la interpretación de la carga lingüística” y la “coherencia textual” [fr. *organicité textual*] contribuirían a elevar el grado de calidad aceptable.

corrección gramatical y/o la transmisión correcta de la información. De modo resumido, Rydning llega a reivindicar que, dependiendo del grado de conocimientos previos sobre el tema del texto traducido por parte de los destinatarios, varían las exigencias que éstos relacionan con un determinado TM. En las conclusiones de su investigación, Ryndning llega a formular las siguientes dos afirmaciones en relación con la aceptabilidad de un TM por parte de un público experto y por parte del gran público:

- a. Una traducción para un público experto con conocimiento del tema tratado es aceptable, si los destinatarios no detectan incongruencias, imprecisiones o errores en la transmisión de la información. Suele existir tolerancia hacia las deficiencias o incorrecciones en el plano lingüístico y formal.
- b. Una traducción para el gran público es aceptable, si es correcta en el plano lingüístico, ya que al no conocer bien el tema se suele fijar más en los elementos formales a los que tienen acceso que en los elementos de contenido.

Sería sin duda interesante que tales afirmaciones fueran replicados mediante nuevos estudios ya que suponemos que las conclusiones de Rydning probablemente no son aplicables a todos los tipos de texto.

Un repaso a las aportaciones relacionadas con los parámetros concretos que utilizan los destinatarios de una traducción para evaluar su calidad sería incompleto sin una referencia explícita al único estudio empírico realizado con usuarios de folletos turísticos al que hemos tenido acceso (Jänis & Priiki, 1993). Se trata de una investigación realizada durante el verano de 1987 en Finlandia con turistas soviéticos y utilizando un folleto turístico traducido al ruso. El cuestionario con el que las investigadoras finlandesas, **Marjia Jänis & Timo Priiki**, recabaron los datos de su estudio, se basaba en los seis siguientes parámetros: legibilidad [ingl. *readability*], claridad, tasa de información [ingl. *information amount*], diseño gráfico [ingl. *layout*], traducción e ilustraciones. Las autoras del estudio incluyen en el artículo en el que presentan su investigación una autocrítica planteando que para futuros estudios sería conveniente agrupar los parámetros en dos macrocategorías: una dedicada a los parámetros que enfocan el material verbal y otra enfocada hacia los aspectos relacionadas con el diseño visual del folleto. Jänis & Priiki llegan a esta conclusión al haber constatado que las apreciaciones de los turistas rusos encuestados variaban mucho dependiendo de la pertenencia a una u otra de estas categorías.

1.7.2.3. Categorización de los parámetros

A grandes rasgos se puede afirmar que existe cierta coincidencia entre los autores consultados en relación con los parámetros para describir la calidad concreta de una traslación, aunque no exista una terminología unificada para denominarlos. A continuación procederemos a agrupar los parámetros comentados en siete categorías, empezando con la categoría a la que atribuimos el mayor número de parámetros y terminando con la que menos parámetros reúne:

- a. Adecuación pragmática
- b. Claridad en la exposición del contenido
- c. Adecuación estilística
- d. Transferencia exacta del contenido del TO
- e. Corrección gramatical
- f. Tratamiento adecuado del material no verbal
- g. Comportamiento profesional

La tabla que a continuación presentamos (*Tabla 1—1*) es un intento de visualizar la atribución de los parámetros arriba citados a estas categorías. Hemos evitado atribuir el mismo parámetro a más de una categoría, aun sabiendo que ello hubiera sido posible en varios casos, especialmente en relación con la categoría de la ‘adecuación pragmática’ que es una categoría tan amplia, que en ella hemos incluido varios parámetros que también hubieran tenido cabida en otras categorías. Es el caso del parámetro de la ‘*readability*’, que incluimos en la categoría a. (adecuación pragmática) aunque bien hubiera sido posible incluirlo en el apartado b. (claridad en la exposición del contenido). Algo parecido pasó con el parámetro ‘estilo funcional’ que incluimos finalmente en la categoría a. (adecuación pragmática) aunque teóricamente también hubiera sido posible atribuirlo a la categoría c. (adecuación estilística). A pesar de tener conciencia de que existe solapamiento entre las categorías, descartamos una atribución múltiple, optando por la atribución a aquella categoría que, en cada caso, consideramos de mayor peso.

CATEGORÍAS	PARÁMETROS (Autor, año)
a. Adecuación pragmática	<ul style="list-style-type: none"> - adecuación a las expectativas de los destinatarios del TM (Reiss, 1971) - adecuación a las convenciones de los géneros de texto (Reiss, 1971) - reproducción de la intención del autor del TM (Reiss, 1971) - reproducción de la función del TO (Reiss, 1971) - realización del efecto intencionado mediante el TM (Hönig & Kussmaul, 1982) - estilo funcional (Vehmas-Leito, 1989) - <i>readability</i> (Vehmas-Leito, 1989) - no irritar al lector del TM (Kemppinen, 1989) - ausencia de efectos cómicos (McAlester, 1992) - no abusar de la paciencia de los lectores del TM (McAlester, 1992) - respeto de las normas de expectación (Chesterman, 1993) - evitar que el TM produzca efectos extraños o ridículos (Spillner, 1996) - ausencia de efectos distorsionantes (Stolze 1997) - respeto de las convenciones de los distintos géneros de texto (Stolze, 1997) - calcular el efecto sobre posibles lectores (Waddington, 1999)
b. Claridad en la exposición del contenido	<ul style="list-style-type: none"> - dimensiones de comprensibilidad: sencillez/ estructura-orden/ brevedad-concisión/ suplementos motivadores (Groeben, 1982; Göpferich, 1998) - comprensibilidad (Sager, 1989) - cohesión lógica (Bühler, 1986) - adecuación terminológica (Bühler, 1986) - claridad (Jänis & Priiki, 1993) - tasa de información (Jänis & Priiki, 1993) - claridad de ideas (Gile, 1995) - coherencia del TM (Stolze, 1997) - ausencia de cortes lógicos (Stolze, 1997) - precisión y armonización terminológica (Stolze, 1997) - terminología apropiada (Collados, 1998) - terminología correcta (DIN, 1998)
c. Adecuación estilística	<ul style="list-style-type: none"> - correspondencia estilística (Reiss, 1971) - estilo adecuado (Bühler, 1986) - respeto de las convenciones estilísticas en la cultura del TM (Stolze, 1997) - respeto del estilo particular de cada cliente (Stolze, 1997) - uso adecuado de la lengua (DIN, 1998)
d. Transferencia exacta del contenido del TO	<ul style="list-style-type: none"> - equivalencia semántica (Reiss, 1971) - transmisión del sentido del TO (Bühler, 1986) - transmisión completa del TO (Bühler, 1986) - transmisión correcta del contenido (Vehmas-Leito, 1989) - transmisión correcta del sentido (Rydning, 1991) - transmisión completa del discurso original (Collados, 1998) - transmisión completa (DIN, 1998) -
e. Corrección gramatical	<ul style="list-style-type: none"> - corrección gramatical (Reiss, 1971) - uso gramatical correcto (Bühler, 1986) - corrección lingüística formal (Rydning, 1991) - aceptabilidad lingüística (Gile, 1995) - corrección ortográfica y gramatical (Stolze, 1997)

	- conformidad a las reglas de la ortografía y la gramática (DIN, 1998)
f. Tratamiento adecuado del material no verbal	<ul style="list-style-type: none"> - presentación formal (Sager, 1989) - adecuación de los elementos no lingüísticos (Vehmas-Leito, 1989) - tratamiento de elementos visuales (Jänis & Priiki, 1993) - Atención especial a diseño gráfico (<i>Layout</i>) (Jänis & Priiki, 1993) - adecuación del diseño visual a los requerimientos del cliente (Stolze, 1997) - entonación no monótona y dicción clara (Collados, 1998)
g. Comportamiento profesional	<ul style="list-style-type: none"> - respeto de las normas profesionales (Chesterman, 1993) - fidelidad (Gile, 1995) - respeto de lo acordado con el cliente (DIN, 1998) - adecuación de las notas del traductor (DIN, 1998) - no poner en evidencia al emisor del TO (Schmitt, 2000a)

Tabla 1—1: Categorías y parámetros para evaluar la calidad concreta de una traducción

1.7.2.4. Parámetros de evaluación de la calidad según destinatarios: una propuesta

En este apartado dedicado a los parámetros para evaluar la calidad de una traducción hemos podido comprobar que existe cierta coincidencia entre los autores consultados a la hora de determinarlos. Donde suele haber menos consenso es a la hora de ponderarlos, y ello, a pesar de que la ponderación de los parámetros sea fundamental a la hora percibir una traducción concreta como conseguida o no. Teniendo en cuenta que las evaluaciones se pueden llevar a cabo desde distintas instancias, con distintas finalidades y adoptando distintos métodos, el hecho de que una misma traducción pueda ser evaluada con resultados distintos no tendría que extrañarnos. La decisión de emprender nuestro estudio se basa, entre otros, en la hipótesis, según la cual existe cierta coincidencia entre determinados destinatarios o grupos de destinatarios al evaluar un determinado texto, de modo que tendría que ser posible observar, describir y analizar ciertas tendencias. A pesar de que McAlester (1999:173) advierte que resulta mucho más difícil evaluar y cuantificar el éxito comunicativo de un texto traducido que limitarse a evaluar la adecuación formal y lingüística, enfocaremos en la parte empírica de nuestra investigación también parámetros que nos permitan conocer la traducción como acción comunicativa transcultural en su globalidad. Tal enfoque no nos permite detenernos en los aspectos puramente lingüísticos, al contrario supone una invitación a la inclusión de determinados aspectos no verbales que permitirán la observación de la interrelación entre aspectos verbales y no verbales sin la que una comunicación exitosa es simplemente inconcebible.

Los parámetros para evaluar la calidad concreta de una traducción barajados en nuestro propio estudio no son otra cosa que la materialización de las apreciaciones teóricas que acabamos de hacer. En los cuestionarios de nuestro estudio estos parámetros serán operacionalizados mediante algunos indicadores más concretos que daremos a conocer en la presentación de nuestra investigación empírica (cf. 2. *Metodología general del estudio empírico*).

En la tabla siguiente (*Tabla 1—2*) presentamos estos parámetros correspondientes a cada una de las siete categorías más arriba expuestas.

Categorías	Parámetros
a. Adecuación pragmática	Funcionalidad del TM de acuerdo con las expectativas de los usuarios en cuanto a contenido y forma: <ul style="list-style-type: none"> - Información útil y accesible para un usuario real del TM - Recursos estilísticos verbales y visuales que no causan efectos no deseados (p.ej. 'Hilaridad') - Concordancia entre material verbal y visual del TM
b. Claridad en la exposición del contenido	- Claridad y comprensibilidad del TM
c. Adecuación estilística	- Estilo usual para el tipo del TM
d. Transferencia exacta del contenido del TO	- Veracidad de la información transmitida
e. Corrección gramatical	- Corrección gramatical
f. Tratamiento adecuado del material no verbal	- Presentación visual y gráfica atractiva
g. Comportamiento profesional	- Actuación profesional

Tabla 1—2: Parámetros para evaluar la calidad concreta: una propuesta

1.8. La traducción de textos turísticos

Al enfocar en este estudio la recepción de un folleto turístico en su forma traducida del español al alemán (cf. 3. *Material utilizado*), se impone incluir un apartado específico dedicado a esbozar nuestros planteamientos relacionados con la problemática de la traducción de este tipo de textos. Empezaremos nuestras reflexiones pasando revista a las aportaciones de la bibliografía traductológica en relación con la traducción de textos turísticos en general. A continuación definiremos los textos turísticos como textos publicitarios centrándonos en sus funciones principales, en su clara dependencia de convenciones que se distinguen en cada cultura, en el efecto que han de cumplir y la posibilidad de medirlo, en el papel de las expectativas de los destinatarios y en las exigencias específicas que requieren por parte de la persona que los traduce.

1.8.1. La traducción de textos turísticos en la bibliografía traductológica

Sin pretender ser exhaustivos incidiremos a continuación sólo en aquellas reflexiones que, con vistas a nuestro estudio, estimamos relevantes. Para ello distinguiremos, en primer lugar entre los estudios empíricos que enfocan mediante encuesta la recepción de folletos turísticos por sus usuarios reales, como el nuestro, y los que, mediante el análisis comparativo de corpora de textos, enfocan las convenciones textuales en dos culturas distintas. En segundo lugar nos detendremos en algunas aportaciones que, desde un enfoque teórico, se interesan por la traducción de los textos turísticos y para concluir nos detendremos en la aportación desde el punto de vista de la traducción profesional.

Entre los contados estudios empíricos que se sirven de la realización de una encuesta se encuentran el de Jänis & Priiki (1993). Las autoras finlandesas pasaron a 352 turistas soviéticos un cuestionario mediante el que enfocaban sus expectativas y la evaluación de una traducción al ruso de un folleto turístico sobre Finlandia. Las autoras llegan a la conclusión de que en futuras investigaciones de este tipo habría que distinguir entre parámetros relacionados con el texto escrito y parámetros relacionados con el diseño visual, recomendación que nos era útil para nuestra propia investigación. Otro estudio que utiliza como herramienta la encuesta es el de Fallada Pouget (2000). Una parte del estudio de la autora catalana consistió en entrevistar a propietarios de restaurantes en la región de Tarragona, con el fin de conocer a quién y según qué

criterios encargaron en su momento la traducción de sus menús, si habían pagado algo por la traducción y si tenían constancia de un glosario con términos relacionados con los menús de los restaurantes editados por la Generalitat de Cataluña en 1991. Los datos recabados permiten a Pouget, entre otras, una observación sorprendente: conforme avanzan los conocimientos de inglés entre la población catalana los propietarios de restaurantes prescinden cada vez más de la labor de traductores profesionales, encargando sus traducciones a personas con un rudimentario conocimiento de inglés. Otros estudios que se basan en la recopilación de la opinión de los usuarios de textos turísticos lo forman algunos trabajos de fin de carrera realizados en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada bajo la dirección de la profesora Dorothy Kelly, entre el que destaca el de [González Álvarez \(1998\)](#), que enfoca las expectativas de los turistas ante la traducción de folletos turísticos.

Comentario [MLN2]: 2.ampliar

Los estudios basados en la comparación de textos turísticos procedentes de dos culturas distintas son reivindicados especialmente por los interesados en la didáctica de la traducción (e.o. Natunen, 2001; Kelly, 2000 y 1998; Gross, 1998; Nobs 1993 y 1996). Sin embargo los estudios exhaustivos en determinadas parejas de lenguas siguen siendo escasos. De especial interés para nuestros propósitos es el realizado por Schopp (2003) que realiza un estudio comparativo de las convenciones relacionados con el diseño visual en folletos turísticos finlandeses y alemanes. Otro trabajo de fin de carrera realizado en la Facultad de Traducción de Granada intenta acercarse a las convenciones textuales de los textos turísticos en la pareja de lenguas inglés y español (Martínez Motos, 1999).

Desde un punto de vista teórico se acerca al tema de la traducción de textos turísticos Snell-Hornby (1996 y 1999) que resalta la atribución de los folletos turísticos a los textos publicitarios, la necesidad de elaborar estudios que permitan conocer las convenciones publicitarias mediante el análisis de prospectos turísticos procedentes de distintos trasfondos culturales y lingüísticos, la evidente dependencia cultural de los mismos y la necesidad de que el traductor de folletos turísticos sea un redactor creativo. La aportación de Fuentes & Kelly (2001) profundiza en la vertiente publicitaria de los textos turísticos y en la importancia de un tratamiento adecuado de los estereotipos distintos en cada cultura a la hora de su traducción.

El especial interés de la aportación de Fuentes Luque (2001) reside en que transmite el enfoque de un traductor profesional que ha de solucionar de modo

adecuado los problemas específicos que plantea la traducción de textos turísticos, teniendo en cuenta que la traducción de textos turísticos es ante todo una labor de mediación intercultural que se lleva a cabo en unas condiciones de trabajo que con frecuencia distan de ser ideales.

1.8.2. Los folletos turísticos como textos publicitarios

El común denominador de la mayoría de los textos turísticos es su función, dado que se suelen caracterizar por su función apelativa, por lo que se centran fundamentalmente en el receptor del texto y su mundo, su mentalidad y su psicología. Según la tipología textual de Katharina Reiss (1971; 1976) los textos turísticos forman parte de los textos operativos. Estos textos operativos se caracterizan por la utilización de un lenguaje persuasivo cuyo objetivo es incitar al lector a una reacción activa hacia el texto. En palabras de Reiss (1976:35): “Der operative Text wird konzipiert, um einen Textempfänger in seiner Meinung zu beeinflussen und in seinem Verhalten zu Aktionen oder Reaktionen zu provozieren“. De la función fundamentalmente apelativa de los textos turísticos deriva otra de sus características que siguiendo a Reiss (1976:112-13) denominamos doble estrategia apelativa. El autor de un texto persuasivo intenta influir en el lector a través de argumentos y a través del estímulo de los sentimientos, utilizando dos tipos de estrategias distintas. Por un lado se sirve de una estrategia argumentativa que se basa en argumentos que se dirigen al intelecto de los receptores y, por otro, de una estrategia emocional que pretende despertar emociones mediante la evocación de actitudes esperadas y escalas de valores deseadas. Coincidimos con Müller (1997:80) que parte de la base de que la percepción de la publicidad depende de una predisposición cultural que se basa en elementos cognitivos y elementos emocionales, por lo que extrae la conclusión de que en la calidad de un texto turístico también interviene una “plusvalía emocional”. En palabras del autor:

Qualität besteht nicht nur aus funktionalen Merkmalen, sondern auch aus einem „emotionalen Mehrwert“. (...) Die Thematisierung emotionaler Inhalte wird deshalb zur Positionierung des Angebots immer wichtiger. (Müller, 1997:33)

Al considerar que los textos turísticos forman parte de los textos publicitarios con los que se pretende conseguir un determinado efecto y una determinada reacción en los receptores no podemos más que centrar nuestro interés en el carácter instrumental de este tipo de textos. Ello nos obliga a tener en cuenta los principios básicos que rigen en toda la publicidad, resumidos en la conocida fórmula AIDA (Sowinski, 1998:30) que

significa **atención/ interés/ deseo/ acción** [ingl. *attention/ interest/ desire/ action*]. En este sentido resultan de gran interés las funciones parciales que Stöckel (apud Janich 1999:88ss.) atribuye a todo texto publicitario, entre las que resaltamos con vistas a la operacionalización de los parámetros de calidad en nuestro estudio empírico las cuatro funciones siguientes:

- activar la atención y el interés [ale. *Aufmerksamkeit und Interesse aktivierende Funktion*]
- garantizar la comprensibilidad [ale. *Verständlichkeitsfunktion*]
- garantizar la aceptación y la credibilidad [ale. *Akzeptanzfunktion, Glaubwürdigkeitsfunktion*]
- garantizar la atractividad [ale. *Attraktivitätsfunktion*]

Para que las estrategias publicitarias sean exitosas es fundamental que el creador de la misma y el traductor, en su caso, dispongan de conocimientos fundados sobre sus destinatarios, sus expectativas, sus conocimientos previos, sobre su escala de valores y sobre determinadas características socioculturales y psicológicas que los caracterizan. Sólo sobre la base de estos conocimientos el creador del mensaje publicitario será capaz de realizar un texto que los receptores perciban de modo que corresponda con la intención que con ella se pretende vehicular y con el efecto que se pretende conseguir (cf. Müller, 1997:61ss.).

Si, en general, resulta complejo conseguir el éxito comunicativo de un texto publicitario, mayor complejidad surge a la hora de lograr este éxito mediante un texto traducido. De hecho, los principales problemas suelen originarse debido a las distintas relaciones de tipo pragmático en el TO y en el TM (las distintas relaciones de los destinatarios del TO y del TM con la cultura del TO, sus distintas ubicaciones en el espacio y en el tiempo, los distintos conocimientos previos o del mundo y la distinta predisposición de los receptores del TO y del TM, e.o.). Recientes investigaciones en el campo de la publicidad intercultural que se basan en el reconocimiento de que el éxito de la misma depende, aparte de un uso correcto de los elementos verbales, en el uso adecuado de los códigos visuales y las estrategias emocionales que se diferencian de cultura a cultura (cf. Müller, 1997; Aderkas, 2000), demuestran un creciente interés por conocer la dependencia cultural de la comunicación transcultural y la compleja relación entre elementos verbales y no verbales y entre forma y contenido. Relacionado con esta última nos parece interesante que Kalverkämper (1998:73) destaque que la presentación

visual suele permitir que los lectores extraigan conclusiones respecto al contenido y viceversa. Aunque Kalverkämper plantea esta interdependencia entre elementos formales de presentación y contenido en relación con textos especializados, opinamos que es perfectamente aplicable a los textos publicitarios en general, y a los turísticos en concreto. En palabras de Kalverkämper:

Form und Inhalt können sich als Text nahezu so mit ihren Möglichkeiten ergänzen, dass der Informationsgehalt des Textes sich in der formalen Präsentation widerspiegelt (...) und – umgekehrt – über die äussere Gestalt des Textes schon ein Rückschluss auf seinen Inhalt naheliegt. (Kalverkämper, 1998:73)

Al considerar que la relación entre elementos formales y elementos de contenido es fundamental en la traducción de textos turísticos concluiremos este apartado con unas reflexiones al respecto, empezando con la visión de la traductología y terminando con la visión de la investigación publicitaria. Vermeer (1986), en un artículo en el que enfoca la traducción como una transferencia de tipo cultural, plantea basándose en Söllner, (apud Vermeer, 1988:48) que no sólo la forma sino también el contenido están sujetos a convenciones culturales y varían de cultura a cultura⁴⁸. El mismo autor destaca en el mismo artículo el evidente carácter autónomo del TM en el caso de los textos publicitarios⁴⁹, afirmación que le concede al traductor de textos turísticos una gran libertad y responsabilidad a la hora de crear sobre la base de la oferta de información del TO un TM capaz de conseguir en el grupo de destinatarios al que se dirige el efecto requerido. Para concluir las reflexiones sobre la relación entre forma y contenido en los textos turísticos nos parecen muy apropiadas las reflexiones procedentes de la investigación de la publicidad intercultural en las que Müller (1997) insiste en la importancia de la selección adecuada de los temas para determinadas situaciones comunicativas, resaltando su dependencia de convenciones culturales y que su falta de respeto pueden provocar distancia o incluso rechazo, incomodidad o rabia por parte de los destinatarios. Müller dice textualmente:

Von besonderem Interesse ist, dass die Auswahl angemessener Themen für bestimmte Kommunikationssituationen kulturell determiniert ist. Eine Verletzung entsprechender Konventionen führt zu Distanz bis hin zu Ablehnung, Peinlichkeit oder Wut bei den Adressaten. (Müller, 1997:37)

⁴⁸ Cita textual: “Söllner verweist darauf, dass man in einer anderen Kultur nicht nur anders spricht, sondern auch über anderes spricht.” (Vermeer, 1988:48)

⁴⁹ Cita textual: “Deutlich wird die Eigenständigkeit des Translats gegenüber dem Ausgangstext vor allem bei Werbetexten.” (Vermeer, 1988:46)

Entendiendo las palabras de Müller como un reto para confirmar o, en su caso, rechazar lo dicho con datos empíricos, concluimos la parte teórica de esta tesis para dar paso a la parte referida a la investigación empírica.

PARTE II:
INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

CAPÍTULO 2:
DISEÑO Y METODOLOGÍA GENERAL

2. DISEÑO Y METODOLOGÍA GENERAL

La segunda parte de nuestro trabajo está dedicada a la presentación del estudio empírico realizado. En este capítulo nos ocuparemos en primer lugar de algunas reflexiones generales relacionadas con el planteamiento de la investigación empírica en el campo de la traductología. A continuación explicaremos los aspectos metodológicos más relevantes en relación con el diseño concreto de nuestro estudio. Justificaremos la elección de un diseño experimental y presentaremos las hipótesis barajadas, teniendo en cuenta los objetivos generales y específicos del estudio. Procederemos a la especificación de los conceptos claves, de las variables y su operacionalización plasmada en los cuestionarios utilizados. Incidiremos especialmente en aspectos metodológicos relacionados con la selección de la muestra, la elección del texto objeto de la evaluación por parte de los sujetos y con la administración de los cuestionarios como herramienta de observación y medición de los datos.

2.1. Investigación empírica y traductología: planteamientos generales

Nuestra opción por emprender una investigación empírica se inscribe en una práctica cada vez más usual entre los investigadores en el campo de la traductología, especialmente en los últimos años, en los que la traductología se está consolidando como “interdisciplina” (Snell-Hornby, 1988)⁵⁰ científica. Nuestra apuesta por el método empírico se basa en la convicción de que la joven disciplina necesita para su consolidación y para abandonar definitivamente el terreno movedizo de la especulación una base empírica firme, recabada mediante estudios cuyos diseños se ajusten en todas sus vertientes a la aplicación rigurosa del método científico. La opción por el método inductivo basado en la observación estructurada de datos no implica en ningún caso un

⁵⁰ Desde que Snell-Hornby (1988) hablara de la traductología como ‘interdisciplina’, muchos autores han retomado y desarrollado este concepto. De especial interés nos parecen las reflexiones de Kalverkämper (1999) en las que resalta la idea según la cual la característica fundamental de toda interdisciplina es su fuerza integradora que se basa en un movimiento recíproco entre disciplinas, capaces de dar y de tomar: “(...) Integrativität -das ‘Markenzeichen’ einer echten Interdisziplin- ist ein Geben und Nehmen.” (Kalverkämper, 1999: 70)

menosprecio por el método deductivo. Somos perfectamente conscientes de que inducción y deducción se complementan, y no podemos más que unirnos a Sierra Bravo (1994:46) cuando afirma que “el proceso de investigación empieza en ideas y termina en ideas” y que “los hechos de por sí son mudos y nada dicen, si no se sabe interpretarlos y se va a ellos con ideas y enfoques previos” (Sierra Bravo, 1994:18). El marco teórico que nos ha permitido idear y conceptualizar el presente estudio y el que nos permitirá analizarlo y evaluarlo procede de la traductología (cf. *Parte I*). El método para llevarlo a la práctica, sin embargo, es el propuesto por las Ciencias Sociales (CCSS). Nuestra opción por utilizar la metodología de las CCSS se fundamenta en nuestro enfoque teórico de la traducción como acción social, considerando que tanto las traducciones como las realidades sociales son fundamentalmente el producto de las acciones de los hombres y las mujeres como seres sociales. Este enfoque nos lleva a definir la investigación traductológica como el proceso de aplicación del método científico a aspectos y problemas concretos relacionados con el fenómeno traductor para buscar respuestas a ellos y obtener nuevos conocimientos. Una definición tan general de la investigación traductológica tiene la ventaja de dar cabida a todos los estudios que aplican el método científico con independencia de sus objetivos y las técnicas de observación aplicadas. Consideramos con Risku (1998:134) que el valor de un estudio no depende únicamente de la aplicación rigurosa del método, sino de la coherencia del diseño global del estudio en el que método, objetivos y objeto forman un todo armonioso. En palabras de Risku:

(...) letztlich (ist) die Aussagekraft verschiedener Untersuchungen nicht von der Untersuchungsmethode direkt abhängig, sondern von der Kohärenz des Gesamtgefüges aus Ziel, Gegenstand und Methode (...). (Risku, 1998:134)

En relación con la traducción escrita la gran mayoría de los estudios empíricos realizados en los últimos años son investigaciones que mediante el procedimiento de los *Thinking-Aloud Protocols* (TAPs) pretenden recabar datos para explicar el proceso de la traducción⁵¹, investigaciones relacionadas con el mercado de la traducción y las

⁵¹ Orozco (2000: 44-46) hace una revisión muy completa de los estudios empíricos relacionados con la traducción escrita, centrándose fundamentalmente en investigaciones utilizando como técnica de recopilación de datos los TAPs, frecuentemente combinada con otras técnicas.

actividades que éste exige a sus profesionales en un momento determinado⁵², investigaciones enfocando la evaluación y medición de la competencia traductora en un contexto didáctico determinado⁵³ o investigaciones que estudian las condiciones de aceptabilidad del TM en la cultura meta y entre sus destinatarios⁵⁴. Los estudios, como el nuestro, que enfocan mediante encuesta las respuestas de distintos grupos de usuarios de una traducción para obtener datos que permiten conocer y comprender las expectativas de los propios usuarios de una traducción concreta, el efecto que ésta les produce y las exigencias que formulan en relación con ella, son aún minoritarios. Sin embargo, no podemos olvidar que en la investigación de la interpretación como modalidad oral de la traslación existe un gran número de investigaciones en este sentido⁵⁵. Teniendo en cuenta el interés por el funcionamiento del TM en la cultura meta, y, salvando las diferencias existentes, se puede observar una cierta similitud de enfoque entre el estudio que presentamos y las investigaciones empíricas y descriptivas llevadas a cabo en la línea de la *Manipulation School*⁵⁶.

2.1.1. El método experimental aplicado a la traducción

Antes de describir con detalle el diseño concreto de nuestro estudio justificaremos brevemente nuestra opción por un diseño experimental, resaltando sus principales dificultades y ventajas.

2.1.2. Dificultades de aplicación

Son múltiples las dificultades que plantea la aplicación del método experimental en el campo de la traducción. Ello es debido, ante todo, a la todavía escasa tradición y formación en metodología de investigación y al número aún relativamente pequeño de estudios experimentales concretos relacionados con la traducción escrita. A continuación destacaremos algunas de las dificultades metodológicas que se plantearon en relación con el estudio que nos ocupa.

⁵² Cf. p.ej. Stoll, 2000; Wussler, 1999; Schmitt, 1990.

⁵³ Cf. p.ej. Waddington, 1999; Robinson, 1999; Orozco, 2000.

⁵⁴ Cf. p.ej. Vehmas-Leito, 1989; Tirkkonen-Condit, 1991 y 1989; Rydning, 1991 y Jänis & Priiki, 1993;

⁵⁵ Cf. p.ej. Collados (1998: 37-52).

⁵⁶ Cf. p.ej. Toury, 1991; Hermans, 1991; Vidal Claramonte, 1998.

La opción por el método experimental en la investigación traductológica, plantea algunas dificultades que surgen del hecho de que ni en traductología ni en las CCSS el método científico y experimental se puede aplicar de modo tan riguroso como en las Ciencias Naturales. Ello es debido, fundamentalmente a la complejidad de las realidades sociales y del fenómeno traductor y a las siguientes peculiaridades que ambas disciplinas comparten:

- a. El investigador como observador forma, en cierto modo, parte de lo observado. En el caso del traductólogo no podemos obviar que para observar la percepción, comprensión y evaluación de un TM por parte de unos determinados lectores, el mismo traductólogo ha de percibir, comprender y evaluar este TM, lo que es comparable al investigador social que observa la realidad social de la que el mismo suele formar parte.
- b. El investigador como observador no puede abstraerse completamente de sus juicios de valor a la hora de fijar los objetivos de su investigación.

Respecto a este último punto consideramos que negar el factor subjetivo implicado en toda investigación traductológica es contraproducente, al compartir la apreciación de aquellos investigadores sociales que, basándose fundamentalmente en Max Weber (1968: 229-277), parten de la base de que aceptar que todo investigador social parte de sus propios y subjetivos juicios de valor no imposibilita que aplique el concepto de la ‘neutralidad valorativa’ a la hora de describir, analizar y evaluar los resultados de sus estudios (cf. Sierra Bravo, 1994: 31; Diekmann, 1998: 69ss.; Schnell et al., 1999: 83ss.). Para garantizar esta ‘neutralidad valorativa’ se impone, sin embargo, una exquisita transparencia a la hora de la aplicación del método, de modo que los resultados de un estudio empírico concreto puedan ser replicados, estimando que en investigación social y traductológica sólo es pertinente hablar de ‘objetividad’ o ‘comprobación intersubjetiva’ [ale. *intersubjektive Nachprüfbarkeit*]⁵⁷ si la descripción

⁵⁷ Diekmann (1998) condiciona la objetividad o la comprobación intersubjetiva a la posibilidad de replicar un experimento: “In einem spezifischen Sinn objektiv sind die mit den Methoden der Sozialforschung gewonnenen Erkenntnisse dann, wenn die *intersubjektive Nachprüfbarkeit* der empirischen Aussagen gewährleistet ist, d.h. die Möglichkeit der kritischen Nachprüfung mittels Sekundäranalysen und Replikationen besteht.” (Diekmann, 1998: 72-73)

exhaustiva de todos los pasos metodológicos seguidos permite replicar el estudio realizado.

2.1.2.1. El control de las variables externas

La mayor dificultad del método empírico y experimental aplicado a la traducción escrita es, sin duda, la complicada tarea de controlar las variables extrañas, cuya intervención podría ser la responsable de que los datos recogidos no sean el fiel reflejo de la realidad sino el producto de la intervención de variables imprevistas, produciendo de este modo resultados viciados o adulterados y, por tanto, no comprobables. Es cierto que “el control es la piedra angular de (todo) diseño experimental” (Sierra Bravo, 1994: 129), sin embargo, resulta especialmente difícil conseguirlo en estudios cuyo objetivo es conocer algún aspecto relacionado con la recepción de una determinada traducción por parte de sus usuarios reales. La dificultad de controlar las variables extrañas en Traductología tiene distintas causas: por un lado se debe a la compleja interrelación de múltiples factores que intervienen en el fenómeno traductor y al hecho de que nuestra joven disciplina aún no los ha descrito de modo exhaustivo y satisfactorio, por lo que su aislamiento como variables y su posterior operacionalización en un diseño experimental resulta extremadamente complicado. Por otro lado deriva de la necesidad de diseñar un estudio que se desarrolla en una situación lo más parecida a la situación real de recepción de un determinado TM, para posibilitar de este modo una cierta generalización de los resultados obtenidos. Coincidimos con Orozco (2000:64) cuando afirma que “para poder generalizar los resultados de una investigación a poblaciones más amplias es necesario que exista validez externa” (Orozco, 2000:64). La misma autora prosigue:

La importancia del poder de generalización hace que exista en nuestro campo una oposición a los experimentos “de laboratorio”, completamente controlados, que tienen la máxima validez interna (es decir aquellos en que los cambios en las variables dependientes se pueden atribuir con seguridad a la manipulación de la variable independiente) pero no cuentan con ningún poder de generalización. (Orozco, 2000: 64)

Somos de la opinión de que esta oposición a los experimentos con la máxima validez interna es justificada y que la única herramienta para evitar el efecto distorsionador de las variables externas en manos del investigador consiste en habilitar procedimientos de control de distinta índole para eliminar su influjo o, en caso de que

ello no fuera posible, mantener las variables constantes a lo largo de todo el proceso de investigación.

2.1.2.2. La falta de instrumentos de medida específicos

Una segunda dificultad metodológica relacionada con la realización de estudios empíricos en Traductología es la derivada de la falta de instrumentos de medida específicos. La tesis doctoral de Orozco (2000) en la que propone tres instrumentos de medida para describir la evaluación de la competencia traductora a lo largo del período formativo de los futuros traductores profesionales constituye una aportación muy valiosa. Sin embargo, y al estar circunscrita al campo de la didáctica de la traducción, sus propuestas no tienen una aplicación directa al estudio que nos ocupa. Lo que sí es de gran utilidad en relación con nuestra investigación, es la primera parte de su tesis, y especialmente el primer capítulo en el que describe con gran claridad las exigencias del método científico y experimental en general y donde plantea, de modo muy acertado, algunos problemas que conlleva la investigación empírica relacionada con la traducción escrita, indicando posibles vías para su solución (cf. Orozco, 2000:72ss).

2.1.2.3. La recepción subjetiva y selectiva de los sujetos del experimento

Como tercera dificultad metodológica nos referimos a la recepción subjetiva y selectiva de los sujetos consultados basada en la percepción subjetiva y selectiva de la realidad de todo individuo. Opinamos que obviarla significaría no querer aceptar algo tan fundamental como que los datos recabados en una investigación empírica no son los hechos, sino simplemente expresiones sobre estos hechos, lo que habrá de tener en cuenta a la hora de derivar conclusiones, demostrando en todo momento una extraordinaria cautela a la hora de la generalización

2.1.3. Ventajas del método experimental

Tener conciencia de las limitaciones del método experimental en el campo de la traductología no nos ha impedido optar por su aplicación en nuestro estudio. Antes de proceder a describir el diseño concreto del mismo, nos detendremos brevemente en algunas de las reflexiones decisivas para tomar tal decisión. Consideramos que la

traductología como disciplina científica necesita que los investigadores se arriesguen a comprobar algunas de las muchas hipótesis no validadas en las que se basan algunas reflexiones teóricas sobre el fenómeno traductor. El hecho de que cualquier investigación empírica y experimental pueda ser criticada no nos parece un argumento convincente para desistir de emprenderla. Es más, opinamos que estas críticas son precisamente las que impulsarán futuras investigaciones, originando el establecimiento de nuevas hipótesis cuya validación o falsificación darán a su vez pie a otros estudios empíricos criticables, haciendo avanzar de este modo la investigación experimental y refinando cada vez más la metodología en la que se basa. Somos conscientes de que el valor efectivo de un estudio empírico concreto sólo se puede determinar mediante estudios de replicación que intentan validar los resultados propuestos. Por ello concebimos nuestro estudio como piedra de un mosaico que necesita de otras piedras para que el fenómeno observado se pueda apreciar en su contexto y en conjunto, en palabras de Diekmann (1998:59): “Eine einzelne Untersuchung ist günstigenfalls ein Mosaikstein, erst viele Mosaiksteine formen ein Gesamtbild.” Toury, siendo un gran defensor del método experimental en investigaciones traductológicas, resalta de modo explícito que el gran reto de la investigación experimental consiste en planificar el control de todas las variables externas, en la obligación de comparar sólo lo comparable y en la necesidad de diseñar el experimento de modo que permita la repetición o la replicabilidad (cf. Toury, 1991). Collados (1998) hace una defensa muy elocuente del método experimental relacionada con la investigación de la interpretación. Al considerar que sus palabras son perfectamente aplicables a la investigación de la traducción escrita, concluimos nuestra justificación de la experimentación con sus palabras:

A pesar de las limitaciones inherentes a toda experimentación (...) este método puede arrojar luz sobre cómo determinados parámetros de calidad cooperan en el éxito o fracaso de una interpretación, a través de la evaluación que realizan los receptores. (...) en este sentido opinamos que la manipulación controlada de las variables que se quieren analizar, aplicada a la evaluación de la calidad de la interpretación, puede abrir un camino válido en la investigación sobre la misma. Es difícil que nosotros (...) emitamos una valoración objetiva sobre la misma. Sin embargo nos atrevemos a afirmar que ésta ofrece la posibilidad de estudiar de una forma mucho más precisa que hasta ahora la incidencia de determinados parámetros en la evaluación de la calidad. (Collados, 1998: 80)

2.2. Planteamiento de la investigación y objetivo general

El planteamiento de la investigación y la selección del tema se basa en nuestra experiencia como traductora, usuaria de traducciones y profesora universitaria de traducción en el sur de España, donde la traducción de folletos turísticos tiene un lugar de cierta importancia en el mercado de la traducción profesional. Comparando folletos turísticos actuales con folletos que se editaron hace algunos años pudimos apreciar en los folletos originales más recientes un claro incremento de la calidad, especialmente respecto a la edición de los mismos. Es evidente que los organismos oficiales como editores de los folletos analizados⁵⁸ han tomado conciencia de que el papel del material promocional en el marco de una estrategia turística concreta es fundamental, editando folletos turísticos que reflejan un alto grado de profesionalidad, especialmente desde el punto de vista publicitario y en cuanto a la presentación visual. Lo que nos chocaba era el hecho de que este incremento de la calidad global de los folletos originales redactados en español no era observable en los folletos traducidos al alemán. Al contrario, pudimos comprobar en frecuentes ocasiones que las traducciones de varios folletos turísticos al alemán provocaban en lectores reales de los mismos un efecto no deseado. Para esclarecer cuáles son los parámetros de calidad responsables de este efecto no deseado y para conocer la incidencia de los parámetros que contribuyen a que los folletos traducidos sean percibidos como textos de buena calidad, planteamos nuestro estudio bajo el siguiente título: “Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales”.

El tema elegido se basa también en una serie de preguntas que como traductora y docente de la traducción nos venimos haciendo desde hace algunos años. Son preguntas que giran en su mayoría alrededor de una hipótesis no probada, según la cual un TM sólo sería percibido por parte de los usuarios reales del mismo como un texto aceptable si tiene en cuenta las expectativas de los destinatarios, no sólo en relación con la corrección lingüística formal, sino también en relación con el contenido, su presentación visual y la interrelación entre ellos. Durante bastante tiempo esta hipótesis, que

⁵⁸ En el caso del folleto utilizado en el diseño del estudio que nos ocupa, el organismo que edita es el *Patronato Provincial de Turismo de Granada*.

evidentemente carecía de una base empírica para su validación, nos era útil en nuestro quehacer profesional a la hora de tener que tomar decisiones como traductora, pero también a la hora de disponer como profesora de traducción de argumentos para justificar la evaluación de las traducciones realizadas por los estudiantes. Animados por la proliferación de trabajos empíricos en el campo de la investigación de la traducción, pero especialmente en el de la interpretación, decidimos someter esta hipótesis a prueba, elaborando el diseño de la investigación que a continuación expondremos, y, asumiendo el riesgo de que el resultado de la misma nos obligara a rechazar esta hipótesis sobre la que basamos hasta el momento, buena parte de nuestra actividad traductora y docente.

Siendo el objetivo general de nuestra investigación la comprobación de la hipótesis general a la que acabamos de aludir, intentaremos en el transcurso del presente estudio dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son las expectativas que un grupo de usuarios reales tiene en relación con un determinado tipo de texto, en concreto con un folleto turístico? ¿Muestran estas expectativas entre los sujetos encuestados una clara tendencia en función de sus características socioculturales y sociodemográficas o es imposible llegar a observar rasgos comunes?
 2. ¿Cómo ponderan los sujetos encuestados cada uno de los parámetros de calidad barajados y cómo influyen éstos al expresar sus expectativas?
 3. ¿Cuál es la evaluación de la calidad que usuarios germanohablantes hacen de un folleto turístico determinado en su versión traducida del español al alemán? ¿Muestra esta evaluación entre los sujetos encuestados una clara tendencia en función de sus características socioculturales y sociodemográficas o es imposible llegar a observar rasgos comunes?
 4. ¿Refleja la evaluación por parte de usuarios reales diferencias sustanciales en función de que la evaluación se realice sobre la base de una u otra de las dos traducciones utilizadas en el experimento? (Cf. 2.4. *Material utilizado*).
 5. ¿Cómo ponderan los sujetos encuestados cada uno de los parámetros de calidad barajados y cómo influyen éstos en su evaluación concreta?
-

6. ¿Refleja la evaluación de los sujetos consultados las expectativas que éstos habían formulado con anterioridad?
7. ¿Existe correlación entre la evaluación de la calidad global que realizan usuarios reales de un folleto turístico traducido y el grado de profesionalidad que éstos atribuyen a la persona que lo ha traducido?

De modo resumido podríamos decir que el objetivo general de nuestro estudio consiste precisamente en dar respuesta a todas estas preguntas.

2.3. Diseño de la investigación

La función principal de todo diseño de investigación consiste en disponer las herramientas metodológicas concretas para hacer factible la consecución de los objetivos marcados. Diseñar una investigación no es otra cosa que trazar el camino para que ello sea posible, utilizando la metodología apropiada al objeto y a los objetivos del estudio concreto. Para ello es necesario organizar todo el proceso de la investigación alrededor de los objetivos marcados, estableciendo las hipótesis que el estudio pretende confirmar y previendo las secuencias o fases necesarias para su desarrollo práctico.

2.3.1. Objetivos

2.3.1.1. Objetivos principales de la investigación

Tal como más arriba hemos expuesto, el cumplimiento del objetivo general de nuestra investigación pasa por la contestación de las siete preguntas allí planteadas (cf. *2.2. Planteamiento de la investigación y objetivo general*), por lo que distinguiremos, de modo paralelo, entre siete objetivos principales:

OBJETIVO N° 1: Conocer mediante datos empíricos las expectativas de calidad que determinados grupos de usuarios reales tienen en relación con un determinado tipo de folleto turístico y determinar si estas expectativas muestran entre los sujetos encuestados una clara tendencia en función de sus características socioculturales y sociodemográficas o no.

OBJETIVO N° 2: Conocer mediante datos empíricos cómo ponderan los sujetos los parámetros de calidad barajados a la hora de expresar sus expectativas relacionadas

con un determinado folleto turístico en su versión traducida al alemán.

OBJETIVO N° 3: Conocer mediante datos empíricos la evaluación de la calidad que determinados grupos de usuarios germanohablantes reales hacen en relación con un determinado folleto turístico en su versión traducida del español al alemán y determinar si las evaluaciones realizadas muestran entre los sujetos encuestados una clara tendencia en función de sus características socioculturales y sociodemográficas o no.

OBJETIVO 4: Determinar si la evaluación por parte de usuarios reales encuestados muestra diferencias sustanciales en función de que la evaluación se realice sobre la base de una traducción que presenta un tratamiento deficiente en relación con los parámetros ‘corrección gramatical’, ‘estilo usual para el tipo del TM’ y ‘claridad y comprensibilidad’ o si se realiza sobre la base de un TM que se caracteriza por un tratamiento adecuado de estos tres⁵⁹ parámetros? (Cf. 2.4. *Material utilizado: La traducción publicada y la traducción manipulada*).

OBJETIVO N° 5: Conocer mediante datos empíricos la ponderación que hacen los sujetos encuestados al evaluar la calidad de un determinado folleto turístico en su versión traducida al alemán de cada uno de los parámetros de calidad barajados y cómo influyen éstos en su evaluación.

OBJETIVO N° 6: Determinar si existe correlación entre la evaluación realizada por los sujetos consultados y las expectativas que éstos habían formulado con anterioridad.

OBJETIVO N° 7: Determinar si existe correlación entre el grado de calidad global que usuarios reales atribuyen a un folleto turístico traducido y el grado de profesionalidad que éstos atribuyen a la persona que lo ha traducido.

2.3.1.2. Objetivos tangenciales

Contamos entre los objetivos tangenciales todos aquellos que pueden contribuir a definir el papel de cada uno de los actores que intervienen en el proceso traductor y

⁵⁹ Considerando que el efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ es una consecuencia de la falta de respeto del parámetro ‘Estilo usual’, aunque a efectos prácticos, a partir de ahora, sí se contemplarán en su calidad de parámetro.

especialmente el papel que le corresponde al traductor como experto en comunicación transcultural. Entre los objetivos tangenciales se encuentran los siguientes:

- Analizar los datos empíricos obtenidos con vistas a extraer primeras conclusiones respecto al papel que le incumbe desempeñar al traductor como un actor más dentro de un complicado proceso de producción de textos funcionales de uso.
- Determinar el grado de corresponsabilidad del traductor en la labor de mediación entre culturas y expectativas distintas que implica la traducción de textos turísticos divulgativos.

Aunque no se circunscriba expresamente a los objetivos tangenciales, estimamos necesario terminar el apartado dedicado a los objetivos con una reflexión en voz alta sobre lo que no consideramos ser objetivo del presente estudio. De ninguna manera pretendemos determinar la ‘calidad absoluta’ (cf. 1.6. *La evaluación de la calidad de traducciones profesionales*) del folleto traducido, sino únicamente la percepción de esta calidad por las distintas audiencias analizadas. Este planteamiento lleva implícito que las conclusiones que nos permitirá extraer se limitarán evidentemente a la percepción de una ‘calidad concreta’ y no podrán hacerse extensivos a aclarar el concepto (abstracto) de ‘calidad general’. Asimismo no perderemos de vista que sobre la base de los datos empíricos recabados mediante encuesta de usuarios reales sólo se podrán obtener conclusiones referidas al grado de éxito del texto traducido y no obligatoriamente a la calidad del mismo.

2.3.2. Las hipótesis

2.3.2.1. Planteamientos generales

Al considerar que el diseño de una investigación consiste en planificar el contraste de la(s) hipótesis con la realidad, haremos a continuación algunas reflexiones generales acerca del planteamiento de hipótesis, procediendo seguidamente a la presentación de las hipótesis concretas sin las cuales el planteamiento de toda nuestra investigación hubiera sido imposible.

Entendemos que una hipótesis es una idea no comprobada, que en el contexto de

la investigación científica se convierte en el eje de un estudio concreto cuyo objetivo principal consiste en habilitar el método adecuado para llegar a confirmarla o a rechazarla. El establecimiento de una hipótesis se basa en reflexiones teóricas y en la observación empírica de la realidad. No sólo la confirmación de una hipótesis, sino también su rechazo son aportaciones valiosas para el establecimiento de nuevas hipótesis cuya validación podría ser el objetivo de futuras investigaciones. Tal como se expresa Sierra Bravo (1994:71) “las hipótesis son ante todo y en primer lugar enunciados que expresan lingüísticamente afirmaciones o negaciones sobre la realidad”. Consideramos fundamental que los investigadores tengan en todo momento en cuenta que las observaciones de la realidad no han de confundirse con ésta, y mucho menos con el hallazgo de una supuesta verdad debido a que confirmar una hipótesis no significa convertir un enunciado lingüístico en verdad, “sino más bien comprobar que en un caso concreto no se opone a la realidad observable” (cf. Sierra Bravo, 1994:49). Risku expresa algo parecido cuando afirma de modo muy elocuente que después de un experimento conseguido, ningún investigador que se base en datos empíricos puede decir que ha encontrado la verdad, y, que como mucho podría decir que el experimento funciona. En palabras de Risku: “Empiriker können nach einem gelungenen Experiment nicht rufen: „Es stimmt!“, sondern bestenfalls: „Es passt!“ oder „Es funktioniert!“ (Risku, 1998:28). Comprobar la validez de una hipótesis significa asimismo comprobar la validez de una teoría. Las hipótesis que podemos establecer en Traductología, al igual que en CCSS, son de tipo probabilístico y no tienen carácter determinista, por lo que existe, sin duda, un interés por los estudios empíricos de tipo cuantitativo. Hacemos esta afirmación sin ignorar la conveniencia de realizar en el campo de la investigación de la traslación también estudios cualitativos o estudios que combinan ambos métodos.

2.3.2.2. Hipótesis de partida

Tal como explicamos más arriba (cf. 2.2. *Planteamiento de la investigación y objetivo general*), nuestra investigación se gestó alrededor del deseo de comprobar una hipótesis que durante mucho tiempo nos fue de gran ayuda en nuestra práctica como traductora y docente de la traducción. Se trata de la que a continuación denominaremos

‘hipótesis de partida’ y que se plasma en la afirmación siguiente:

HIPÓTESIS DE PARTIDA: Un TM sólo es percibido por parte de los usuarios reales del mismo como un texto aceptable, si tiene en cuenta las expectativas de los destinatarios, no sólo en relación con la corrección lingüística formal, sino también en relación con el contenido, su presentación visual y la interrelación entre ellos.

Durante el proceso de elaboración del estudio, y con vistas a la necesaria operacionalización de la hipótesis de partida procedimos a precisarla mediante tres tipos de hipótesis: las hipótesis relacionadas con las expectativas de los receptores, las relacionadas con la evaluación de los receptores, así como las hipótesis de correlación.

2.3.2.3. Hipótesis relacionadas con las expectativas de los receptores

En relación con las expectativas de los receptores establecimos las siguientes hipótesis:

HIPÓTESIS N° 1: Las expectativas que tienen usuarios reales respecto a un folleto turístico varían en función de las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos.

HIPÓTESIS N° 2: Los usuarios reales les conceden mayor importancia a los parámetros de calidad relacionados con el contenido, relegando los parámetros relacionados con la presentación visual y formal a un segundo nivel.

2.3.2.4. Hipótesis relacionadas con la evaluación de los receptores

Relacionadas con la evaluación de la calidad que hacen los usuarios reales de un determinado folleto turístico en su versión traducida del español al alemán las hipótesis establecidas son las siguientes:

HIPÓTESIS N° 3: La evaluación que realizan usuarios reales respecto a un folleto turístico varía en función de las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos.

HIPÓTESIS N° 4: Los usuarios reales consideran que la calidad global de una traducción que presenta un tratamiento deficiente en relación con los parámetros ‘corrección gramatical’, ‘estilo usual para el tipo del TM’ y ‘claridad y

comprensibilidad' es inferior a la de un TM que se caracteriza por un tratamiento adecuado de estos tres parámetros.

HIPÓTESIS N° 5: Los usuarios reales les conceden mayor importancia a los parámetros de calidad relacionados con el contenido que a los parámetros relacionados con la presentación visual y formal.

2.3.2.5. Hipótesis de correlación

HIPÓTESIS N° 6: Las expectativas que usuarios germanohablantes reales tienen en relación con el tipo de folleto turístico utilizado en el experimento y la evaluación de la calidad que realizan de una versión traducida del español al alemán, sólo se corresponden en parte.

HIPÓTESIS N° 7: Existe un alto grado de correlación entre la evaluación de la calidad global de un determinado folleto turístico traducido y el grado de profesionalidad que los usuarios germanohablantes atribuyen a la persona que lo ha traducido.

2.3.3. El tipo de diseño del estudio

El estudio que nos ocupa es un estudio seccional en el que los sujetos son consultados una sola vez. Los datos se recaban mediante encuesta por administración de cuestionarios a grupos determinados de usuarios reales de una traducción de un folleto turístico sobre Sierra Nevada. El diseño propuesto corresponde a un cuasi-experimento, teniendo en cuenta la falta de aleatoriedad a la hora de seleccionar la muestra (cf. 2.6. *Los sujetos*). El estudio consta de una primera parte claramente descriptiva y una segunda parte experimental. La parte descriptiva se refiere a las expectativas de los usuarios reales de folletos turísticos y la parte experimental se centra en la evaluación que éstos realizan respecto a dos textos traducidos concretos, una traducción publicada y una traducción manipulada, ambas elaboradas sobre la base del mismo TO (cf. 4.4.1. *Los textos*)

2.3.4. Especificación de conceptos

Una vez tomada la decisión de basar nuestro estudio en las expectativas y la evaluación que realizan los receptores reales de un determinado folleto turístico, procedimos a especificar el concepto de ‘usuarios germanohablantes reales’, el concepto de ‘evaluación de la calidad’ y el de ‘expectativas de calidad’, con los resultados que a continuación presentamos.

2.3.4.1. Usuarios germanohablantes reales

Entendemos por ‘usuarios germanohablantes reales’ a los destinatarios de un folleto turístico en su versión alemana con la condición de que sean ‘visitantes’. Para la especificación del concepto ‘visitante’ nos basamos en la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que designa ‘visitante’ “a toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado” (OMT, 1994:7). Utilizamos el término ‘visitante’, y no el de ‘turista’, porque tal como explica Latiesa (2000:113) se trata de la categoría estadística y del concepto básico del turismo y porque excluye los desplazamientos por negocio, al contrario del término ‘turismo’ en el que la OMT, en contra del uso vulgar habitual del término, incluye de modo explícito los viajes de negocio, definiendo el turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio por negocios u otros motivos” (OMT, 1994:5).

La especificación del término ‘usuarios germanohablantes reales’ que acabamos de presentar no discrimina entre destinatarios alemanes, austriacos, suizos y otros. Asimismo deja claro que todas aquellas personas germanohablantes cuyo lugar de residencia habitual es Granada, quedan de antemano excluidos del experimento. Sin embargo permite incluir el grupo de estudiantes extranjeros cuya permanencia en Granada es menor de un año (cf. 2.6. *Los sujetos*).

2.3.4.2. Expectativas de calidad

Subsumamos en el término ‘expectativas de calidad de los usuarios’ todos aquellos criterios que éstos estimen fundamentales o irrenunciables para considerar que un texto permita la comunicación exitosa. Esta definición evita una equiparación simplista entre expectativas satisfechas y buena calidad de un texto traducido. Asimismo tiene en cuenta la compleja relación que existe entre las expectativas satisfechas de los usuarios de un folleto turístico y la calidad del mismo, lo que Latiesa (2000:122) considera una de las dificultades mayores en el diseño de estudios empíricos que enfocan las expectativas y su grado de satisfacción, así como la calidad. En palabras de Latiesa:

Una de las mayores dificultades consiste en diferenciar entre los términos satisfacción [de expectativas] y calidad de servicio que tienen entre sí influencias mutuas. Y es que en efecto, la satisfacción tiene un componente subjetivo que hace que una persona pueda estar satisfecha incluso aunque el servicio y la calidad sean pésimas. El concepto calidad, sin embargo, tiene un componente objetivo mayor y su medición se puede hacer con indicadores alejados de la subjetividad de los usuarios. (Latiesa, 2000:122)

A pesar de la dificultad para delimitar conceptualmente el término ‘satisfacción’, al responder a un proceso psicológico, motivacional y emocional, es evidente que lo que nos interesa en relación con las expectativas de los usuarios es precisamente su grado de satisfacción o cumplimiento, al decidir éste sobre el grado del éxito de la comunicación. En consecuencia, diseñamos nuestra encuesta de modo que podamos conocer, a nivel subjetivo, las expectativas que los usuarios formulan respecto a un determinado texto turístico y el grado de satisfacción que estos mismos tienen respecto a un TM concreto.

2.3.4.3. Evaluación de la calidad de una traducción

Entendemos por ‘evaluación de la calidad de una traducción’ la actividad llevada a cabo en una determinada situación y en un determinado momento por un determinado sujeto con un determinado objetivo valorador sobre la base de unos determinados parámetros. Esta actividad evaluadora no ha de confundirse con la determinación de una supuesta ‘calidad absoluta’ de una traducción. Entendemos que esta calidad absoluta, es una variable abstracta o un constructo teórico y como tal no observable en la práctica. Siendo la ‘calidad concreta’ lo único observable establecimos parámetros e indicadores

de la misma que permitieran que todos los evaluadores basaran su evaluación en los mismos criterios.

2.3.4.4. Los parámetros de calidad barajados

Con el afán de recabar datos que se pudieran comparar con los datos de estudios empíricos realizados con anterioridad decidimos usar en el presente estudio los parámetros que indican la calidad de una traducción que presentamos al final de nuestra fundamentación teórica (cf.: 1.7.2.4. *Parámetros de evaluación de la calidad según destinatarios: una propuesta*). Son estos parámetros los que forman la base de las preguntas de los cuestionarios, concretamente son los siguientes:

- Veracidad de la información transmitida
- Información de interés y accesible para un usuario del TM
- Claridad y comprensibilidad
- Concordancia entre material verbal y visual
- Presentación visual y gráfica atractiva
- Estilo usual para el tipo del TM
- Recursos estilísticos verbales y visuales que no causen efectos no deseados (p.ej. ‘Hilaridad’)
- Corrección gramatical
- Actuación profesional

2.3.5. Delimitación del marco de aplicación del trabajo de campo

2.3.5.1. Representatividad y muestra

La opción por utilizar el método de la encuesta por cuestionarios hace necesarias algunas reflexiones en relación con la representatividad de los datos recabados. Para poder hablar de unos datos representativos que permitan su generalización a todo el universo de la población estudiada es necesario que la muestra seleccionada refleje en todos los detalles exactamente las características y la composición del universo de la población que representa. En relación con el estudio que nos ocupa hemos optado por

relegar esta exigencia debido a que para cumplirla sería necesario, entre otros, conocer el número exacto de todos los sujetos que forman el universo de las distintas poblaciones estudiadas para calcular así el número exacto de sujetos que tendríamos que entrevistar, a fin de excluir un sesgo de los resultados como consecuencia de una muestra estadísticamente no representativa. Ahora bien, conocer el número de todos los usuarios reales de un determinado tipo de folleto turístico o de una determinada traducción es algo, a todas luces, imposible. Bien es cierto que los investigadores sociales realizan con relativa frecuencia estudios empíricos basados en encuestas sin conocer el número del universo de la población estudiada. En este caso sugieren que la representatividad requerida se consiga obligatoriamente mediante el uso de métodos de selección aleatoria de la muestra. Tal como explicaremos en el apartado siguiente, optamos de modo deliberado por prescindir del principio de ‘aleatoriedad’ en el estudio que nos ocupa. Consideramos que en el estadio actual de los estudios traductológicos incluso una investigación cuyos resultados sean exclusivamente indicativos de una determinada tendencia puede significar un avance sustancioso. Por tanto, el carácter no representativo de nuestro estudio no nos pareció un argumento de suficiente peso como para no emprenderlo, máxime compartiendo las reflexiones de Diekmann en las que critica a muchos investigadores sociales de vender sus estudios como representativos aun cuando no lo son y en las que defiende el valor de determinados estudios que precinden de la selección aleatoria de la muestra siempre y cuando no se pretenda hacer extensivos los resultados a la totalidad de la población estudiada. En palabras de Diekmann (1998:329):

Zusammenhangshypothesen können durchaus an willkürlichen Stichproben geprüft werden, und genau dies ist auch die gängige Praxis z.B. in der Psychologie oder Sozialpsychologie. Nur wenn wir -wie in der Meinungsforschung oder bei Wahlprognosen- Aussagen über die Grundgesamtheit machen möchten, sind kontrollierte Stichprobenverfahren unbedingt erforderlich.(Diekmann, 1998:329)

2.4. Material utilizado

2.4.1. Los textos

2.4.1.1. El texto base

La selección del texto⁶⁰ base, siendo una parte fundamental del diseño de nuestra investigación, no podía sustraerse a algo tan obvio en todo trabajo empírico, como lo es la necesidad de encontrar un compromiso entre las exigencias planteadas por el método científico y las condiciones reales dictadas por las exigencias de la situación investigadora concreta. Por ello nos hemos visto confrontados en la selección del texto con el difícil ejercicio de compaginar las reflexiones teóricas con las posibilidades reales de plantear un trabajo empírico factible, teniendo en cuenta los conocimientos previos de los sujetos y demostrando respeto hacia ellos y su disponibilidad a dedicar un tiempo, ciertamente limitado, para rellenar un cuestionario. El descuido de tales aspectos de tipo pragmático hubiera significado, con seguridad, que los datos no se hubieran podido recabar en la extensión propuesta, por lo que la realización del estudio se hubiera visto impedida. La necesidad de encontrar un compromiso aceptable entre las exigencias de tipo teórico y las exigencias prácticas nos llevó a establecer que el texto base de nuestro experimento, debería ajustarse a las siguientes características que en el caso óptimo tendrían que cumplirse todas a la vez:

- a. Ser un texto que pertenece al género de texto de los folletos turísticos editados por organismos oficiales y distribuidos de manera gratuita entre sus usuarios.
- b. Ser un texto traducido al alemán sobre la base de un texto original redactado en español.
- c. Ser un texto auténtico, es decir, un texto que efectivamente se haya publicado y que todavía esté en circulación.
- d. Ser un texto corto (máximo 350 palabras).
- e. Ser un texto autónomo (un texto que funciona sin información añadida).

⁶⁰ Nos basamos en la definición de 'texto' de Schmitt (1998:147): „Ein Text ist ein thematisch und/oder funktional orientierter, kohärenter Komplex aus verbalen und/oder nonverbalen Zeichen, der eine für den Adressaten erkennbare kommunikative Funktion erfüllt und eine inhaltlich funktional abgeschlossene Einheit bildet.“

-
- f. Ser un texto que no sea neutro en relación con uno o varios de los parámetros de calidad barajados (cf. 2.4.1.2. *La traducción publicada*).

Lo más difícil fue, sin duda, cumplir las características d. y e., a las que, sin embargo, no podíamos renunciar por motivos eminentemente prácticos. Si el texto escogido hubiera excedido de las 350 palabras, difícilmente habríamos encontrado sujetos dispuestos a sacrificar el tiempo necesario para colaborar en el experimento. Por otro lado no fue nada fácil encontrar un texto de un máximo de 350 palabras que se pudiera considerar un texto autónomo, es decir un texto que no requiere información añadida para garantizar su comprensión. Nuestra opción por el texto escogido se fundamenta, por tanto, en el necesario compromiso entre los planteamientos teóricos y las necesidades prácticas impuestas a las que más arriba hemos hecho mención.

Después de analizar casi la totalidad de los folletos turísticos en su versión traducida al alemán que pudimos conseguir en la Oficina de Información Turística de la Diputación de Granada seleccionamos un texto sobre Sierra Nevada incluido en un folleto con el título “La Granada monumental” editado en el año 1999 por el Patronato Provincial de Turismo de Granada (cf. *Apéndice I/A: Folleto publicado en español (texto base)*). Se trata de un folleto en color de unas dimensiones reducidas de 10 por 21 centímetros, constando de un total de 30 páginas. Optamos por este texto, por considerar que cumple con todas las características buscadas (incluso con la característica e.) al incluir dentro de un prospecto íntegramente dedicado a la Granada monumental un texto sobre Sierra Nevada que se puede leer y evaluar perfectamente sin haber leído necesariamente el folleto entero. De todas formas nos pareció importante no disimular el hecho de que se trata de un texto publicado en el marco de un folleto sobre Granada y sus monumentos. Por ello suministramos el texto conjuntamente con la portada y la contraportada y no le quitamos al texto sobre Sierra Nevada la paginación, lo que permitía a los sujetos de nuestro experimento conocer que se trata de un texto que se inserta en un marco más amplio. Además nos permitiría recabar las opiniones de los sujetos sobre la pertinencia, o no, de insertar un texto sobre Sierra Nevada en un folleto íntegramente dedicado a los monumentos de Granada.

2.4.1.2. La traducción publicada

El texto base de nuestro experimento es una traducción de un TO en español. Ambos textos, el TO y la traducción alemana publicada (Tradpubl) (cf. *Apéndice I/B: Folleto publicado en alemán y I/C: Extracto del folleto publicado en alemán (Tradpubl)*), tienen una presentación visual idéntica, manteniendo exactamente el mismo diseño gráfico, reproduciendo la misma disposición espacial de los elementos verbales y no verbales. En cuanto a su aparición externa, se podría decir que el original y la traducción no se distinguen, o dicho de otro modo, que el TM es un calco del TO. La idea de calcar o, tal como dice Larose (1998:172), de “clonar” el TO también parece haber sido aplicada al tratamiento del material verbal por parte del traductor.

Para nuestros fines el texto traducido publicado por el Patronato Provincial de Turismo de Granada en un folleto bajo el título “Granada monumental” es especialmente aprovechable debido a que se trata de un texto que en relación con varios de los parámetros de calidad barajados en nuestro experimento, puede ser percibido como un texto no neutro, o dicho parafraseando a Hönig (1995:26-27), como un texto que no corresponde, ni a las convenciones de género vigentes en la cultura meta, ni a las expectativas de los usuarios, convirtiéndose de este modo en un texto que involuntariamente llama la atención sobre aspectos no deseados. El mismo autor convierte precisamente esta habilidad de elaborar (sobre la base de un TO) un TM, que en la cultura meta no llame de modo involuntario la atención, en una condición indispensable para poder hablar de un trabajo de traducción profesional. Es cierto que antes de seleccionar la traducción publicada (Tradpubl) para utilizarla en nuestro estudio sentimos la necesidad de contrastar nuestra propia percepción con la de otros usuarios germanohablantes, para descartar la arbitrariedad de la misma. Por ello reunimos en mayo de 1999 a un grupo de estudiantes de intercambio a los que presentamos el texto en cuestión y a los que pedimos que intentaran verbalizar el efecto que les causaba. Fue precisamente en aquel grupo de discusión⁶¹ donde nuestro proyecto de investigación se gestó definitivamente. A continuación presentaremos algunos de los puntos de la Tradpubl que los integrantes del grupo de discusión y el

⁶¹ En las Ciencias Sociales se habla de “grupos de discusión” como técnica cualitativa de obtención de datos frente a la técnica cuantitativa de la “encuesta” (cf. Bericat, 1998 y Ibañez, 1996).

grupo de los expertos (cf. 2.4.3.1. *La evaluación contrastiva de los dos textos por expertos*) consideraron responsables de causar efectos no deseados en los lectores y los relacionamos con los parámetros de calidad barajados.

- **Veracidad de la información transmitida**

Partimos de la base de que en una situación comunicativa real los usuarios de la Tradpubl, aun sabiendo español, no realizan una comparación entre la información transmitida en el TO y el TM, por el simple hecho de no tener acceso al TO. Por ello, y evaluando la Tradpubl desde su perspectiva, lo que Brunette (2000:173) denomina “mirada fresca” (cf. 1.6.3. *La evaluación realizada desde distintas instancias*), los usuarios reales no se podrían plantear si el sentido o la información del TO se transmite correctamente en la Tradpubl. Sin embargo, es muy probable que se planteen si la información suministrada en la Tradpubl es veraz o no. Según los integrantes del grupo de discusión, los segmentos concretos de la Tradpubl que pudieran dar pie a dudar de la veracidad de la información son, ante todo,

- los segmentos relacionados con especificaciones sobre los distintos tipos de esquí, las pistas y la producción de nieve artificial, usando algunas denominaciones inventadas [Kunstski, Skikanonen];
- el párrafo relacionado con la arquitectura relacionándola con el medio ambiente, sobre todo porque la información verbal y la no verbal (foto) no coinciden y
- el cúmulo de adjetivos positivos que podrían tener en los lectores germanohablantes un efecto contrario [hervorragende Bedingungen zum Skilaufen (sic); Pisten in hervorragendem Zustand; eine beeindruckende Skistation; die besten Dienstleistungen, hervorragende Restaurants].

- **Presentación visual y gráfica atractiva**

Enfocar la presentación visual y gráfica como parámetro de calidad para evaluar un folleto turístico nos pareció absolutamente necesario debido a las

características de este tipo de texto y su pertenencia a los textos publicitarios en general. El hecho de que en la Tradpubl se haya reproducido el mismo diseño que en el TO nos hizo pensar que detrás de esta decisión, aparte de las reflexiones de tipo práctico, se podría esconder la presuposición de que el efecto del diseño sobre los usuarios era un efecto “universal” con independencia de las características específicas (culturales, sociodemográficas etc.) de los receptores reales del texto. En relación con este parámetro nos parece fundamental no olvidar que la complementariedad entre los elementos verbales y no verbales es esencial a la hora de determinar el grado de éxito de la comunicación mediante folletos turísticos. De hecho, los comentarios expresados en el grupo de discusión indicaron, que la Tradpubl pudiera llamar la atención de los usuarios sobre la falta de coherencia entre algunos elementos verbales y visuales del texto, destacando la falta de coherencia entre la leyenda de una de las fotos en la que se puede leer “modernas instalaciones” aunque, en realidad la foto recoge un telesilla que seguramente es un modelo de los años 60.

· **Corrección gramatical**

Lo primero que se criticó en el grupo de discusión fueron los errores gramaticales de la Tradpubl. Dependiendo de cómo se define el concepto de corrección gramatical, la Tradpubl se ajusta más o menos a ella. Pero, tanto restringiéndola al respeto a las reglas gramaticales de la lengua alemana en un sentido normativo, como ampliándola al uso adecuado del nivel de lengua tal como lo practican los integrantes de una comunidad lingüística concreta en determinadas situaciones reales y en determinados géneros de texto, la Tradpubl ofrece segmentos que la infringen. Entre los errores gramaticales más nombrados se encuentran las siguientes:

- Concordancias erróneas (p.ej. “...kommen wir in die Sierra Nevada, *der* (en el lugar de *die*) südlichsten Skistation Europas. *Es* (en el lugar de *sie*) liegt im Herzen des Naturparks...”).

-
- Errores de ortografía (p.ej. *Skillaufen* (en el lugar de *Ski/laufen*) y varias separaciones de palabras incorrectas).
 - Uso no idiomático de determinadas expresiones (p.ej. “Ein grosses *Netz* von hervorragenden Restaurants *deckt* alle möglichen Geschmacksrichtungen *ab*”)

- **Información útil y accesible para un usuario real del TM**

Partimos de la base de que una de las funciones básicas de un folleto turístico es la de proporcionarle al turista información útil para que su estancia, en un ambiente con el que no suele estar familiarizado, resulte fructífero y agradable. Por ello consideramos que es fundamental barajar este parámetro de calidad. La Tradpubl enfoca una serie de detalles que, según la discusión con los estudiantes de intercambio no son precisamente los que para los lectores procedentes de países alpinos son los más demandados o los que corresponden a sus expectativas relacionadas con el contenido del TM. En este sentido varias personas nombraron la información excesiva sobre establecimientos comerciales, como discotecas, bares y tiendas, la comparación poco afortunada con estaciones de esquí en los Alpes así como la referencia a varias competiciones deportivas.

- **Estilo usual para el tipo de texto**

Al considerar que las expectativas de los usuarios no se limitan al contenido del TM, refiriéndose también a la forma del TM, el estilo funcional adecuado se convierte en un parámetro de calidad esencial. La Tradpubl es un ejemplo de un texto al que un usuario germanohablante identifica rápidamente como texto traducido. Neubert (1990a) hablaría de la típica “Übersetzersprache” y Newmark (1988) de “translationese”. En el grupo de discusión hubo unanimidad al afirmar que la Tradpubl provocaba en el lector una pequeña sonrisa debido a que el estilo utilizado no correspondía a las convenciones textuales vigentes en la cultura meta, sin que ello disminuyera considerablemente la comprensión del contenido del texto. Consideramos que la Tradpubl ofrece la posibilidad de

comprobar si los usuarios consideran que el no respeto de este parámetro contribuye a la disminución de la calidad global del texto traducido, o no, y, si los lectores reales están dispuestos a aceptarlo o incluso valorarlo de modo positivo, por considerar que se trata de un elemento exotizante que en el caso de un folleto turístico no es reprobable sino hasta cierto punto deseable.

· **Claridad y comprensibilidad del texto**

Evidentemente, la comprensibilidad es un parámetro de calidad fundamental para cualquier texto, con independencia de que se trate de un texto traducido o no. Lo incluimos entre los parámetros de calidad barajados en nuestro estudio, siendo conscientes de que la coherencia textual y la claridad en la exposición en los folletos turísticos cobran gran importancia, al decidir en muchos casos sobre si el lector prosigue la lectura o la abandona. Para que un contenido sobre un tema entroncado en una cultura distinta a la propia y por tanto, en gran medida desconocida para el lector, sea captado conforme a la intención del organismo que publica un determinado folleto turístico, es de gran importancia que se tomen en cuenta los conocimientos previos de los destinatarios. La Tradpubl no es precisamente un ejemplo en este sentido, si tenemos en cuenta el criterio de los expertos y de los estudiantes de intercambio, al que aludimos con anterioridad, dado que varias personas criticaron que no se haya orientado más en el horizonte y en las expectativas de los destinatarios a los que se dirige resaltando la falta de un mapa que permitiría la orientación de los lectores desconocedores de Sierra Nevada.

· **Actuación profesional**

La actuación del traductor suele percibirse por los usuarios como más o menos profesional, sin que para ello los receptores de un TM dispongan de modo explícito de ideas claras sobre las competencias que la actividad traductora requiere. En el grupo de discusión y entre los expertos el grado de profesionalidad

de la Tradpubl era considerado, sin excepción, como bastante deficiente.

2.4.1.3. La traducción manipulada

La idea que nos ha guiado a la hora de manipular la Tradpubl era esencialmente la de producir una traducción a la que no se le notara a primera vista que se trata de una traducción, es decir, un TM sin incorrecciones de tipo gramatical, escrito de modo comprensible en un estilo neutro, usando el nivel de lengua apropiado, de modo que no llamara la atención de modo involuntario. Ello significaba que procedimos a la manipulación de los siguientes parámetros de calidad:

- corrección gramatical
- claridad y comprensibilidad
- estilo usual
- efecto no deseado de la hilaridad

Los demás parámetros, es decir los relacionados con la adecuación pragmática, el tratamiento del material visual y la veracidad de la información transmitida no los manipulamos, dejándolos tal como en la Tradpubl. La razón por la que procedimos así era la de reproducir lo que hoy en día en España posiblemente es lo que la mayoría de los clientes de traducciones de textos turísticos y el público en general asocian, según nuestra experiencia profesional como traductora, con una buena traducción al limitarla a una simple operación de descodificación y codificación lingüística. En un principio barajamos manipular todos los parámetros, sin embargo renunciamos a ello, considerando que podría ser precisamente este paso intermedio el que arrojará luz sobre la importancia de los parámetros no manipulados, que a su vez podrían constituir el centro de una futura investigación en la que se valoraría la incidencia “real” de estos parámetros no manipulados ahora. La traducción manipulada (Tradmanipul) se encuentra en los apéndices y presenta exactamente el mismo diseño visual que la Tradpubl (cf. *Apéndice I/D: Extracto de folleto manipulado*).

2.4.2. Los cuestionarios

En un estudio por encuesta como el que presentamos, es indudable que los cuestionarios como instrumento de observación y medición de los datos ocupan un lugar destacado. Al ser su objetivo principal el de la recogida sistematizada de la información, las preguntas habían de formularse con vistas a los objetivos marcados. Para elaborar los cuestionarios nos basamos en las recomendaciones hechas por distintos autores procedentes de las CCSS especialmente en Oppenheim (1992), Sierra Bravo (1994), Diekmann (1998) y Schnell et al. (1999). La elaboración del cuestionario no hacía más que confirmar la siguiente afirmación de Sierra Bravo:

El elemento básico del cuestionario, como se deduce claramente de su nombre y definición, son las preguntas. Es por ellos que la bondad de un cuestionario no depende de otra cosa sino de la clase de preguntas empleadas en él y de su adecuada formulación. (Sierra Bravo, 1994:304)

En este sentido cabe mencionar algunas dificultades con las que nos encontramos. En primer lugar se nos planteó la necesidad de usar un lenguaje sencillo pero claro, carente de tecnicismos procedentes del campo de la traductología, de las ciencias de la comunicación, de las ciencias sociales o de la lingüística, por nombrar sólo algunas de las áreas implicadas. Lo que en principio parecía fácil, se reveló como un reto a veces difícil de superar, ya que el término especializado hubiera sido, sin duda, más claro y carente de toda ambigüedad o solapamiento. Optamos, sin embargo, por utilizar términos no especializados a fin de conseguir que el mayor número de los encuestados entendieran bien la pregunta, aun a costa de una posible merma de la precisión de algunos conceptos. Otra dificultad que se nos planteó era la de no excedernos en el número de preguntas, para garantizar que los sujetos consultados terminaran de rellenar el cuestionario en su totalidad, posibilitando así una evaluación significativa de los datos. Ello implicaba centrarse en los aspectos más relevantes, excluyendo algunas preguntas, que sin duda, hubieran contribuido a esclarecer aún más la compleja relación entre las expectativas formuladas y la evaluación realizada. Para controlar un posible efecto distorsionador causado por el conocimiento del tema de la investigación y de las hipótesis en las que se basa, intentamos reducir la información sobre el estudio al mínimo, incluyendo al principio del cuestionario una única alusión al

tema de la investigación, dirigiéndonos a los encuestados de la siguiente manera: “En el marco de la realización de una tesis doctoral en la Universidad de Granada estamos elaborando un estudio sobre folletos turísticos redactados en alemán y distribuidos en España” (cf. *Apéndice II: Cuestionarios*).

2.4.2.1. Estructura

En la encuesta, utilizamos dos cuestionarios. El cuestionario 1 (cf. *Apéndice II: E y Apéndice II:G*) enfoca las expectativas que usuarios germanohablantes tienen respecto a un folleto turístico sobre Granada y el cuestionario 2 (cf. *Apéndice II:F y Apéndice II:H*) se centra en la evaluación que estos mismos usuarios realizan de un TM concreto. Comienza el cuestionario 1 con preguntas relacionadas con los parámetros e indicadores de calidad que más arriba presentamos (cf. 2.3.4.4. *Los parámetros de calidad barajados*). Concretamente se trata de los parámetros siguientes:

- Veracidad de la información transmitida
- Información de interés y accesible para un usuario del TM
- Claridad y comprensibilidad
- Concordancia entre material verbal y visual
- Presentación visual y gráfica atractiva
- Estilo usual para el tipo del TM
- Recursos estilísticos verbales y visuales que no causen efectos no deseados (p.ej. ‘Hilaridad’)
- Corrección gramatical
- Actuación profesional

Todas las preguntas relacionadas con las expectativas que tienen usuarios reales respecto a un determinado tipo de folleto turístico las colocamos al principio del primer cuestionario, pretendiendo con ello que los sujetos se enfrentaran a ellas sin haber sido influenciados por preguntas anteriores que hubieran podido actuar como variables extrañas.

El cuestionario 1 concluye con preguntas mediante las cuales pretendemos conocer los datos sociodemográficos y socioculturales de los encuestados, lo que

permitirá evaluar los datos según la atribución de los sujetos a las siguientes variables:

- Lengua materna
- Nacionalidad
- Lugar habitual de residencia
- Sexo
- Edad
- Situación laboral
- Nivel de estudios
- Conocimiento de Granada
- Conocimiento de Sierra Nevada
- Afición al esquí
- Afición al senderismo
- Conocimiento de la lengua española

El cuestionario 2 enfoca la evaluación que los mismos sujetos hacen del texto turístico concreto, cuya lectura es necesaria para poder contestar a las preguntas que contiene. Las preguntas retoman los mismos parámetros e indicadores de calidad que utilizamos en el cuestionario 1. Con ello pretendemos crear la posibilidad de comparar los datos de los dos cuestionarios, o, lo que es lo mismo, establecer una correlación entre expectativas y evaluación. En el segundo cuestionario incluimos una pregunta con la que pretendíamos conocer el grado de profesionalidad que los usuarios del TM atribuyen a la persona que ha traducido el texto. Detrás se esconde nuestra intención de comprobar si existe una correlación entre la calidad que los usuarios atribuyen al TM y el grado de profesionalidad que estos mismos conceden a la persona encargada de la traducción. Para cuantificar las expectativas y la evaluación de los usuarios y para poder relacionarlas utilizamos una única escala del 1 al 5, correspondiendo una valoración excelente con el 1 y una valoración pésima con el 5. La adopción de una escala en la que la mejor nota corresponde al número más pequeño se debe a nuestra opción por utilizar la escala más usual para calificar un trabajo o un servicio en los países de procedencia de los encuestados. Tanto en el primer cuestionario relacionado con las expectativas como en el segundo que enfoca la evaluación de un folleto turístico

concreto incluimos preguntas sobre elementos verbales y no verbales de los textos en cuestión y la interacción entre ellos.

Para posibilitar la verificación o falsificación de las hipótesis de correlación (cf. 2.3.2.5. *Hipótesis de correlación*) se imponía barajar los mismos parámetros en los dos cuestionarios. Ello nos permitiría determinar si los receptores de un determinado TM equiparan el cumplimiento de sus expectativas con un TM de calidad, o no.

2.4.2.2. Optimización de los cuestionarios mediante el pretest

Mediante la realización de un estudio piloto realizado en el año 2000 (Nobs, 2001) intentamos conseguir optimizar los cuestionarios definitivos de nuestra investigación. Los cambios introducidos se hicieron en aras de posibilitar una recogida más operativa de los datos y para controlar al máximo posibles variables externas, con el objetivo de evitar al máximo aquellas respuestas que no reflejan otra cosa que lo que en CCSS es conocido como auto-confirmación de lo pronosticado (ingl. *selffulfilling prophecy*) (cf. Diekmann 1998:52). Sobre los aspectos prácticos de la realización del estudio piloto y las propuestas concretas de modificación de los cuestionarios volveremos en el capítulo siguiente (cf. 2.5. *El estudio piloto*).

2.4.2.3. La administración de los cuestionarios

La administración de los cuestionarios para el estudio definitivo se hizo de la siguiente manera: los cuestionarios fueron repartidos durante los meses de abril, mayo, junio, agosto, septiembre y octubre del año 2001 entre 240 sujetos pertenecientes a cuatro subgrupos de 60 personas, tres de los cuales formados por personas germanohablantes y uno por personas hispanohablantes (cf. 2.6.1 *Los sujetos seleccionados*). El momento escogido coincide con el período de mayor afluencia de turistas germanohablantes a Granada, según datos de los guías turísticos y de los responsables de escuelas de español para extranjeros que se ofrecieron a colaborar con nosotros. Fueron estos profesionales del turismo y de la enseñanza los que nos permitieron entrar en contacto con los sujetos y los que se prestaron a distribuir los cuestionarios entre los tres grupos de sujetos germanohablantes. Sin ellos el estudio

simplemente no se hubiera podido realizar, ya que en los prolegómenos del estudio piloto tuvimos que constatar que era imposible encontrar sujetos que estuvieran dispuestos a dedicar unos 20 minutos en rellenar los cuestionarios sin que existiera una cierta relación de confianza entre la persona que les pide tal esfuerzo en una situación clara de ocio⁶². Por razones prácticas optamos por la autoadministración del cuestionario, es decir que los mismos sujetos fueran los que rellenaron el cuestionario, sin ayuda por parte de ningún entrevistador. Esta opción imponía, evidentemente, una redacción clara e inequívoca de las preguntas, con el fin de evitar ambigüedades que pudieran dar pie a una cumplimentación no completa del cuestionario. La autoadministración puede encerrar algunas fuentes de errores, especialmente en el sentido de que no existe ninguna posibilidad de controlar si los sujetos han cumplimentado el cuestionario solos o en colaboración con otras personas. La única manera de contrarrestar estos efectos no deseados consistía en avisar a los encuestados de la importancia de la cumplimentación individualizada de los cuestionarios.

El diseño de la parte experimental del estudio prevé que la evaluación de la calidad se lleve a cabo sobre la base de dos textos traducidos, siendo uno la traducción publicada del folleto (Tradpubl) y el otro una traducción manipulada (Tradmanipul) (cf. 2.4.1.2. *La traducción publicada* y 2.4.1.3. *La traducción manipulada* y *Apéndice I*). Este planteamiento implicaba que la mitad de los sujetos germanohablantes consultados hicieran su evaluación referida a la Tradpubl y la otra mitad a la Tradmanipul. Los sujetos desconocían este planteamiento.

Por motivos eminentemente prácticos descartamos la posibilidad de presentar las dos traducciones a los mismos sujetos, ya que ello hubiera alargado aún más el tiempo para rellenar el cuestionario, a lo que los sujetos, sin ninguna duda, no hubieran estado dispuestos. Además de consideraciones relacionadas con la realización práctica del estudio nos guiaron en esta opción también las siguientes reflexiones: si pretendemos que los resultados de la encuesta sean relevantes éstos se deben recabar en una situación lo más real posible. Por ello se prohíbe presentarles a los sujetos dos traducciones de un

⁶² Las personas que de manera desinteresada ofrecieron su colaboración eran (por orden alfabético): Alfonso Calderón Paz, Mónica Capella Soler, María de los Ángeles Martínez González, Claudia Navarro Sánchez, Dolores Ruiz Sevilla, Ignacio Santos García, Marga y Paco de la Escuela Montalbán.

mismo folleto original a la vez o presentarles el texto original con la Tradpubl o la Tradmanipul, dado que de este modo se desviaría el interés de lo que el estudio pretende enfocar: la recepción de un determinado folleto turístico traducido al alemán por usuarios reales del mismo.

La fase de la recopilación de los datos mediante administración de los cuestionarios no fue un camino de rosas. El mayor problema consistía en conseguir el marcado número de personas dispuestas a colaborar en nuestro estudio. Las personas que distribuyeron los cuestionarios disponían siempre de suficientes ejemplares para que cada persona que en el momento de la distribución era considerada “usuario real” de un folleto turístico redactado en alemán, es decir una persona considerada “visitante” (cf. 2.3.4.1. *Usuarios germanohablantes*) cuya lengua primaria o lengua de cultura⁶³ fuera el alemán. Sin embargo, y tal como era previsible después de la experiencia del estudio piloto, no el cien por cien de los potenciales sujetos estarían dispuestos a colaborar (cf. 2.6.1. *La selección de los sujetos*). Otro problema derivado de la autoadministración de los cuestionarios podría ser un número determinado de cuestionarios devueltos en los que había preguntas sin contestar, hecho que se verá reflejado en la existencia de algunos valores perdidos en determinadas preguntas.

2.4.3. La evaluación contrastiva de los dos textos utilizados en el experimento

Nuestra opción por presentar a cada sujeto sólo una de las dos traducciones implica que a la hora de evaluar la calidad global de la Tradpubl o de la Tradmanipul los sujetos realizan una evaluación sin tener la posibilidad de comparar los dos textos entre sí, por lo que su evaluación refleja una percepción absoluta que imposibilita constatar si una de las dos traducciones es mejor que la otra. Aunque se trata de una decisión deliberada y consecuente con el diseño de la investigación, como ya mencionamos, no podemos negar que por motivos metodológicos se imponía basar nuestra percepción personal de que la calidad global de la Tradmanipul era mejor que la de la Tradpubl en la percepción de un grupo de personas que tuvieran la posibilidad de comparar las dos traducciones entre sí. Por ello decidimos presentar ambas traducciones

⁶³ Terminología propuesta por Prunč, 2000. Nótese que, por cuestiones de comprensión por parte de los encuestados, utilizamos en el cuestionario el término ‘lengua materna’.

a un grupo de expertos. Concretamente requerimos la colaboración de todos los profesores adscritos al área de Filología Alemana de la Universidad de Granada presentándoles tanto la Tradpubl como la Tradmanipul para su evaluación mediante el cuestionario 2. Después de recoger los dos cuestionarios les hicimos una serie de preguntas concretas relacionadas con los parámetros de calidad barajados a las que gratamente respondieron, autorizando su grabación en soporte electrónico (cf. *Apéndice III:I Transcripción de entrevistas*).

2.4.3.1. La evaluación contrastiva de los dos textos por expertos

La colaboración desinteresada de los siete profesores del área de Filología Alemana de la Universidad de Granada ha arrojado unos resultados muy interesantes. Aunque tenemos conciencia de que las opiniones de los expertos no forman parte del material utilizado incluimos a continuación los resultados que hacen referencia explícita a la evaluación concreta de los dos textos utilizados en la investigación realizada (Tradpubl y Tradmanipul)⁶⁴.

Los resultados que reflejan la evaluación que los siete expertos realizaron respecto a la calidad global de cada una de las dos traducciones son elocuentes, dado que la Tradmanipul obtiene una calificación claramente mejor que la Tradpubl tal como se puede apreciar en la *Tabla 2-1* y en el *Gráfico 2—1* siguientes, teniendo en cuenta de que los encuestados disponían de una escala del 1 al 5, en la que 1=excelente y 5=muy deficiente.

Los resultados no dejan lugar a dudas de que los expertos consideran que la calidad global de la Tradmanipul es mejor, rozando la diferencia entre las dos calificaciones los 2 puntos (1,93).

64 <i>Má III: Resultados todos los expe de entrevistas)</i>	1 Tradpubl	N	Válidos	7	<i>en el APÉNDICE as entrevistas que VI: Transcripción</i>
			Perdidos	0	
		Media		3,8857	
		Error típ. de la media		,07377	
		Mínimo		3,60	
		Máximo		4,00	
	2 Tradmanipul	N	Válidos	7	
			Perdidos	0	
		Media		1,9286	
		Error típ. de la media		,38527	
	Mínimo		1,00		
	Máximo		4,00		

Tabla 2—1: Expertos: Evaluación de la calidad global de la Tradpubl y la Tradmanipul

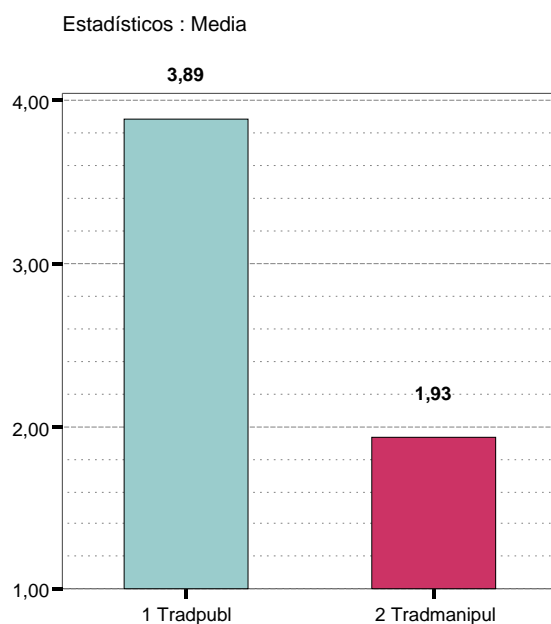


Gráfico 2—1: Expertos: Evaluación de la calidad global de la Tradpubl y de la Tradmanipul

2.5. El estudio piloto

Siguiendo los pasos recomendados para la realización de encuestas en la bibliografía relacionada con las Técnicas de Investigación Social consultada⁶⁵ realizamos en el verano de 1999 un *pretest*, concebido fundamentalmente como un estudio preliminar que nos permitiera afrontar el estudio definitivo con mayor eficacia.

⁶⁵ Cf. Diekmann (1998); Oppenheim (1992); Schnell et al. (1999) y Sierra Bravo (1994).

2.5.1. Objetivos

Teniendo en cuenta la vertiente exploratoria y preliminar que caracteriza todo estudio piloto, el objetivo principal del mismo era de tipo metodológico y constaba fundamentalmente de los dos puntos siguientes:

- a. Comprobar la coherencia y la validez de los cuestionarios utilizados como herramienta de observación y de medida de datos, especialmente analizando la comprensión de las preguntas, garantizando que las escalas de medida seleccionadas incluyan todas las respuestas potenciales, descartando redundancias, calculando el tiempo necesario para realizar la recogida de los datos y previendo las dificultades prácticas relacionadas con la administración de los cuestionarios.
- b. Proponer modificaciones para garantizar una mejor operatividad de los cuestionarios que a su vez contribuirán a una mayor consistencia de los resultados de una investigación posterior más amplia.

Además de obtener un beneficio metodológico esperábamos poder observar también primeras tendencias relacionadas con los objetivos de la futura investigación dado que en ellos basábamos el *pretest* desde un primer momento. En este marco fijaremos nuestra atención sobre todo en las propuestas de modificación de los cuestionarios que la realización de la prueba piloto nos permitió plantear, descuidando la presentación de los resultados y esbozando sólo algunas de las tendencias observadas (cf. Nobs, 2001).

2.5.2. La selección de los sujetos

La selección de los sujetos del estudio piloto planteó varios problemas. En un principio pretendíamos seleccionar la muestra de modo aleatorio. De hecho comenzamos a pasar el cuestionario piloto a los turistas germanohablantes que hacían cola en la Alhambra, pensando que de este modo podríamos contactar con la máxima variedad de usuarios reales respecto a edad, sexo, nacionalidad y nivel cultural, suponiendo que la Alhambra, siendo el monumento más visitado de toda España (cf.

Latiesa 2000:94 y 238ss) atraería, sin duda, a visitantes de las características más variadas. Acorde con este planteamiento pretendíamos pasar los cuestionarios durante dos semanas en el mes de julio y dos semanas en el mes de septiembre de 1999 durante dos horas diarias por la mañana y dos horas diarias por la tarde. Suponíamos que así conseguiríamos una muestra de visitantes germanohablantes cuya composición reflejaría aproximadamente la de la totalidad de turistas germanohablantes que visitan Granada, teniendo en cuenta incluso posibles diferencias estacionales. Comenzamos a pasar los primeros cuestionarios en el mes de julio de 1999 a turistas que hacían cola para sacar las entradas para la Alhambra. Sin embargo, fueron cuestiones de tipo práctico las que rápidamente nos hicieron desistir de nuestro proyecto inicial: ni las colas para entrar a la Alhambra eran tan largas para que hubiera dado tiempo a rellenar el cuestionario con tranquilidad, ni existía predisposición para hacerlo, debido, en gran parte, a un calor sofocante de hasta 40 grados en la sombra. Era evidente que de este modo no era posible recabar datos significativos por lo que nos vimos obligados a replantear la selección de los sujetos, cuya aportación era, como en todo trabajo empírico por encuesta, fundamental. Como nos encontramos en aquel momento aún en la fase piloto del estudio en el que pretendíamos comprobar la consistencia y coherencia de los cuestionarios antes de elaborar los cuestionarios definitivos, abandonamos la idea de buscar la mayor representatividad a favor de la idea de seleccionar unos sujetos motivados para colaborar en una encuesta piloto. Esta decisión nos parecía defendible, sobre todo teniendo en cuenta que uno de los objetivos que nos marcamos en relación con el estudio piloto era recabar datos que nos permitieran mejorar el cuestionario definitivo, por lo que en esta fase de la investigación, la colaboración de sujetos con una especial motivación y predisposición era primordial. De esta forma nos pusimos en contacto con varias Escuelas de Español para Extranjeros, solicitando su colaboración, considerando que los estudiantes de estas escuelas cumplen las condiciones marcadas por nuestra definición de ‘usuario germanohablante real’ (cf. 2.3.4.1. *Usuarios germanohablantes reales*). Asimismo presuponíamos que el grado de motivación del grupo formado por “viajeros de alto contacto” (Latiesa, 2000:115) para colaborar iba a ser más alto que en otros grupos de visitantes. Nuestra decisión de convertir a

estudiantes de español para extranjeros en sujetos del *pretest* se basó también en el hecho constatado de que el grupo de estudiantes extranjeros que visita Granada para cursar clases de español constituye según Latiesa (2000:409) el 23% del total del turismo en Granada. La misma autora, en su interesante libro *El turismo en Granada*, insiste en la importancia creciente del “turismo cultural”, dentro del que ubica el “turismo de formación, estudio e instrucción” (Latiesa, 2000:89). Con vistas a nuestro estudio definitivo nos pareció de especial relevancia que la socióloga granadina afirmara que las personas que practican el turismo cultural suelen ser más exigentes en relación con la calidad que otro tipo de visitantes. Enfocar un estudio empírico en personas que probablemente tengan un nivel de exigencia mayor respecto a la calidad que la media de los usuarios de folletos turísticos en su versión traducida, nos pareció justificado, considerando que si la vara con la que se mide el nivel de calidad de una traducción se basa en el nivel de calidad requerido por los más exigentes, difícilmente los menos exigentes verían frustradas sus propias expectativas de calidad.

Los sujetos consultados para el *pretest* fueron finalmente 24, procedentes de las siguientes cuatro Escuelas de Español para Extranjeros, todas ellas sitas en Granada capital: Centro Granadí de Español (CEGRI), Centro de Lenguas Modernas (CLM), Escuela Carmen de las Cuevas y Escuela Montalbán. Las cuatro instituciones tienen tradición en la enseñanza del español como lengua extranjera y se prestaron a la colaboración. El trabajo de campo en el que se basa el presente estudio se realizó finalmente durante el mes de julio de 1999. En los cuatro centros docentes estaban matriculados en aquel momento 76 alumnos germanohablantes. Como era de esperar, no todos estuvieron dispuestos a cumplimentar el cuestionario. De un total de 76 alumnos germanohablantes matriculados, 24 devolvieron el cuestionario cumplimentado, lo que equivale a un 31,6%.

2.5.2.1. Características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos

Según los datos de los propios encuestados las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos participantes en el *pretest* eran las siguientes:

1. **Lengua materna:** Los 24 sujetos indican como lengua materna el alemán.

2. **Nacionalidad:** 19 sujetos tienen nacionalidad alemana, 3 son austriacos, uno es suizo y uno estadounidense.
3. **Lugar habitual de residencia:** 23 sujetos indican su lugar de residencia, 1 no contesta a esta pregunta (no sabe/ no contesta = NS/NC). Resultados detallados:
Alemania: Aachen (2); Berlin, Elchingen, Erfurt, Essen, Hamburg, Jena, Kiel (2), Köln, Mannheim, Meerbusch, Münster, Paderborn, Saarbrücken, Stuttgart.
Austria: Wien (2), Klagenfurt.
Suiza: Zürich.
USA: Lubbock.
NS/NC: 1
4. **Sexo:** 12 mujeres, 11 varones, 1 NS/NC.
5. **Edad:** menos de 20 años: 1; entre 20-40 años: 19; entre 40-60 años: 8; más de 60 años: 1; NS/NC: 1
6. **Actividad profesional:** Estudiantes: 15; catedrático de física: 1; informático: 1; maestro: 1; secretaria: 1; empleado 1; jugador de tenis: 1; jefe de personal: 1; autónomo: 1; NS/NC: 1
7. **Estudios:** en período de formación: 14; titulados en formación profesional: 3; titulados universitarios 5; otra formación: 1; NS/NC: 1
8. **Tipo de viaje a Granada:** viaje organizado en grupo: 2; viaje individual: 21; NS/NC: 1.
9. **¿Estuvo en Granada con anterioridad?**
Por primera vez: 16; estuvo con anterioridad: 7; NS/NC: 1.
10. **¿Conoce Sierra Nevada?** Sí: 7; no: 16; NS/NC: 1.
11. **¿Es aficionado al esquí?** Sí: 15; no: 8; NS/NC: 1.
12. **¿Es aficionado al senderismo y a las excursiones en espacios naturales?** Sí: 21; no: 2; NS/NC: 1.
13. **Conocimientos de español.** Ningún conocimiento: 2; pocos conocimientos: 4; conocimientos medios: 12; buenos conocimientos: 2;

muy buenos conocimientos: 3; NS/NC: 1.

2.5.3. Modificaciones propuestas con vista a la investigación definitiva

A grandes rasgos pudimos comprobar la coherencia y la validez de los cuestionarios y del diseño de la investigación en la que se basan. No obstante, la realización de la prueba piloto nos indujo a reconsiderar para el diseño de la futura investigación la inclusión de un grupo de expertos que tuviese acceso a ambas traducciones utilizadas, es decir a la Tradpubl y a la Tradmanipul para disponer de una evaluación ponderada de los dos textos traducidos.

La utilidad más palpable del *pretest* se ha materializado en la adopción de una serie de modificaciones concretas en los dos cuestionarios de la investigación definitiva (cf. *Apéndice II*) para posibilitar una recogida más operativa de los datos y para excluir al máximo valoraciones personales. Con los cambios que introdujimos después de evaluar el *pretest* pretendíamos conseguir fundamentalmente los siguientes objetivos:

- a. Evitar contestaciones mediatizadas: entre otros, no nombrando en el encabezamiento de modo explícito el tema de la investigación, suprimiendo los términos ‘calidad’ y ‘traducción’ para posibilitar que las primeras preguntas relacionadas con las expectativas se contesten de modo espontáneo.
- b. Garantizar la comparabilidad entre las preguntas relacionadas con las expectativas y la evaluación concreta: entre otros, incluyendo en el cuestionario 2 una pregunta respecto al parámetro ‘información fehaciente’ y otra para averiguar en qué medida aprueban los sujetos cambios en el TM con respecto al contenido o la forma del TO.
- c. Permitir una valoración más matizada: entre otros, cambiando la escala fija de cinco valores por una escala decimal para evaluar la calidad global de la traducción presentada y el grado de profesionalidad atribuido al traductor del texto.
- d. Permitir la formación de subgrupos significativos entre los sujetos consultados: entre otros, dividiendo las franjas de edad de los sujetos de modo que reflejen con más precisión las diferencias socioculturales que una determinada edad suele

-
- llevar consigo.
- e. Averiguar cuales son los principales objetivos que los usuarios atribuyen a un folleto turístico: introduciendo una pregunta específica al principio del cuestionario 1.
 - f. Evitar confusión a la hora de atribuir un valor numérico a una determinada evaluación: invirtiendo los valores de la escala del 1 al 5, en el sentido de que, tal como es usual en la mayoría de los países germanohablantes a la hora de calificar un trabajo, servicio o examen el 1 equivale a excelente y el 5 a muy deficiente.

2.5.4. Tendencias observadas

No es fácil que en un estudio piloto de las características del que estamos presentando se puedan observar tendencias claras. Salvaguardando las limitaciones que impone la pequeña muestra de nuestro estudio piloto y teniendo plena conciencia de que todas las tendencias observadas requiriesen ser comprobadas posteriormente nos limitaremos a nombrar las siguientes:

1. Los datos recabados mediante la prueba piloto indican que los sujetos sólo aprecian una ligera diferencia entre la calidad de la Tradpubl y de la Tradmanipul, a favor de esta última. En principio, ello podría ser la consecuencia del pequeño volumen de la muestra o bien de haber modificado sólo cuatro de los nueve parámetros barajados, lo que podría manifestarse en que los parámetros no manipulados tengan tanta influencia que la calidad de la Tradmanipul no sea percibida como esencialmente mejor que la de la Tradpubl.
2. Asimismo los datos indican que, a la hora de nombrar las expectativas respecto a un determinado tipo de folleto turístico, la gran mayoría de los usuarios consultados concede mayor importancia a los parámetros relacionados con el contenido que a los relacionados con la forma del TM. Sin embargo, existen indicios que a la hora de realizar una evaluación concreta, la forma y con ella todos los elementos no verbales del texto adquieren casi la misma importancia.

2.6. Los sujetos

Aprovechando las experiencias que la realización del estudio piloto nos brindó y teniendo en cuenta que las personas que practican el turismo cultural suelen ser más exigentes en relación con la calidad que otro tipo de visitantes, decidimos incluir sujetos de estas características también en nuestro estudio empírico definitivo. El hecho de que las personas que se dedican al turismo cultural tengan un nivel de exigencia mayor respecto a la calidad que la media de los usuarios de folletos turísticos traducidos no nos parecía un argumento contra su inclusión en nuestro estudio. Al contrario, consideramos, como ya mencionamos, que, si la vara con la que se mide el nivel de calidad de una traducción se basa en el nivel de calidad requerido por los más exigentes, difícilmente los menos exigentes verían frustradas sus propias expectativas de calidad.

2.6.1. Los sujetos seleccionados

Para la investigación que nos ocupa seleccionamos 180 sujetos atribuibles, a partes iguales a los siguientes tres grupos de turistas:

- **‘Escuelas de idiomas’**: Este grupo está formado por ‘visitantes’⁶⁶ germanohablantes que se encuentran en Granada para cursar estudios de español como lengua extranjera en una de las tres siguientes escuelas de español para extranjeros: Escuela Carmen de las Cuevas, Escuela Delenguas y Escuela Montalbán, todas ellas sitas en Granada capital y con acreditada experiencia. Los integrantes de este grupo han llegado en su gran mayoría en un viaje individual a Granada y su estancia en la capital oscila entre dos a seis semanas.
- **‘Turismo cultural’**: Este grupo está formado por ‘visitantes’ germanohablantes que realizan un viaje organizado pero en grupos reducidos por Andalucía cuyo objetivo principal y declarado es el de conocer de modo exhaustivo los monumentos, museos y demás peculiaridades culturales de la región. Los sujetos de este grupo han contratado un viaje organizado en su propio país, acudiendo a empresas especializadas en turismo cultural destinado a personas con un nivel educativo y

⁶⁶ Nos basamos en la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) citada en Latiesa, 2000:113.

económico alto o medio alto. La estancia de este grupo en Granada suele oscilar entre dos y tres días.

- **‘Circuitos’**: Este grupo está formado por ‘visitantes’ germanohablantes que realizan un viaje organizado por Andalucía, combinando las visitas a los monumentos más conocidos con el turismo de sol y playa. Los sujetos de este grupo han contratado su viaje organizado en su propio país aprovechando la oferta turística dirigida a un público en general a un precio algo más moderado que las ofertas de turismo cultural. La estancia de este grupo en Granada suele oscilar entre uno y dos días.

Además de estos tres grupos de sujetos germanohablantes, el diseño de la investigación contempla en la parte descriptiva enfocada a las expectativas un grupo de referencia formado por personas hispanohablantes. Este grupo se incluye principalmente para introducir la variable ‘lengua materna = lengua española’ y para disponer de datos adicionales, aunque muy limitados, que podrían servirnos de referencia a la hora de establecer determinadas comparaciones, siempre que éstas sean pertinentes. Se trata de un grupo formado por estudiantes de primer curso de la Facultad de Traducción e Interpretación que en el momento de recabar los datos (primera semana del curso 2001/2002) tenían la condición de ‘visitante’. La denominación que utilizaremos para este grupo será la de **‘Españoles’**.

Para facilitar la lectura vaya por delante la siguiente aclaración terminológica: Cuando en adelante hablemos de *sujetos* nos referiremos únicamente a los sujetos germanohablantes integrados en los tres primeros grupos que acabamos de describir, al considerar que en aplicación de nuestro diseño son ellos los sujetos propiamente dichos de nuestra investigación. Cuando, en casos contados, acudamos a los datos que proceden del grupo de los hispanohablantes velaremos por hacerlos reconocibles como datos suministrados por el grupo de referencia de los ‘Españoles’.

2.6.2. Características socioculturales y sociodemográficas

Las respuestas de los encuestados a las preguntas formuladas al final del cuestionario 1 nos proporcionan las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos que a continuación resumimos. Conocer estos datos se convirtió en una

exigencia del diseño del estudio al formular unas hipótesis que establecen que tanto las expectativas como la evaluación concreta variarían en función de determinadas características de los sujetos que las realicen. Enfocaremos a continuación los datos de todos nuestros sujetos, en primer lugar sin segmentación ninguna⁶⁷. En segundo lugar agruparemos los datos en función de la variable ‘Grupo’. Para disponer de unos datos suplementarios incluiremos en la presentación de las siete primeras variables también los datos referidos al grupo de los ‘Españoles’, renunciando a su inclusión relacionado con las restantes cuatro variables. El orden de presentación de las variables es el de su aparición en el cuestionario 1. El programa que nos permitió generar las tablas y los gráficos es el programa estadístico SPSS 11.

2.6.2.1. Lengua materna

Todos los sujetos, sin ninguna excepción indican que su lengua materna es el alemán.

En el grupo de referencia de los ‘Españoles’ todos afirman ser hispanohablantes.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Alemán	60	100,0	100,0	100,0
		Castellano				
Turismo cultural	Válidos	Alemán	60	100,0	100,0	100,0
		Castellano				
Circuitos	Válidos	Alemán	60	100,0	100,0	100,0
		Castellano				
Españoles	Válidos	Alemán	60	100,0	100,0	100,0
		Castellano				

Tabla 2—2: Lengua materna por ‘Grupo’

2.6.2.2. Nacionalidad

Se advierte un claro predominio de sujetos de nacionalidad alemana, teniendo en cuenta de que del total de los 180 sujetos el 90,6% son alemanes, el 7,2% austriacos y el 2,2% suizos. Estas proporciones difieren sólo ligeramente de la distribución real que existe entre los tres países.

⁶⁷ Excepto en la variable lengua materna, en la que procedemos directamente a la segmentación de la variable ‘Grupo’.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	D	163	90,6	90,6	90,6
	A	13	7,2	7,2	97,8
	CH	4	2,2	2,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Tabla 2—3: Nacionalidad

2.6.2.2.1. Nacionalidad por ‘Grupo’

En el grupo ‘Escuelas idiomas’ se da una proporción entre alemanes, austriacos y suizos parecida a la proporción real existente. En los dos otros grupos, sin embargo, el peso de los alemanes es mayor que en la realidad y la representación de sujetos suizos es, con un 1,7%, mínima en el grupo ‘Turismo cultural’ y nula en el grupo ‘Circuitos’, tal como se puede ver en la *Tabla 2-4*. Todos los encuestados del grupo de referencia de los ‘Españoles’ indican tener la nacionalidad española.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	D	53	88,3	88,3	88,3
		A	4	6,7	6,7	95,0
		CH	3	5,0	5,0	100,0
		E				
		Total	60	100,0	100,0	
Turismo cultural	Válidos	D	58	96,7	96,7	96,7
		A	1	1,7	1,7	98,3
		CH	1	1,7	1,7	100,0
		E				
		Total	60	100,0	100,0	
Circuitos	Válidos	D	52	86,7	86,7	86,7
		A	8	13,3	13,3	100,0
		CH				
		E				
		Total	60	100,0	100,0	
Españoles	Válidos	D				
		A				
		CH				
		E	60	100,0	100,0	100,0
		Total				

Tabla 2—4: Nacionalidad por ‘Grupo’

2.6.2.3. Tamaño de la localidad de residencia

En lugar de presentar la lista de las localidades de residencia habitual de los sujetos optamos por incidir en el tamaño de estos lugares. Tal como se puede ver en la *Tabla 2-5* casi la mitad (44,1%) de los sujetos proviene de localidades de menos de 50000 habitantes y cerca de la cuarta parte (24,6%) de grandes ciudades de más de medio millón de habitantes. Asimismo es destacable la proporción de sujetos que viven en el medio rural, dado que el 17,3% vive en pueblos de menos de 10000 habitantes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 2000 habitantes	8	4,4	4,5	4,5
	2001 a 10000 habitantes	23	12,8	12,8	17,3
	10001 a 50000 habitantes	48	26,7	26,8	44,1
	50001 a 200000 habitantes	34	18,9	19,0	63,1
	200001 a 500000 habitantes	22	12,2	12,3	75,4
	Más de 500000 habitantes	44	24,4	24,6	100,0
	Total	179	99,4	100,0	
Perdidos	NS/NC	1	,6		
Total		180	100,0		

Tabla 2—5: Tamaño de la localidad de residencia

2.6.2.3.1. Tamaño de la localidad de residencia por ‘Grupo’

En relación con la variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’ se aprecian claras diferencias. Llama la atención de que el porcentaje mayor de personas que viven en grandes metrópolis corresponde con un 41,7% al grupo de estudiantes que cursan clases de español para extranjeros (‘Escuelas idiomas’). Asimismo es llamativo que en los otros dos grupos (‘Turismo cultural’ y ‘Circuitos’) más de la mitad de los sujetos provienen de localidades relativamente pequeñas que no superan los 50000 habitantes, destacando el grupo ‘Circuitos’ por reunir un 36,7% de integrantes que provienen de pueblos de menos de 10000 habitantes, lo que equivale a un medio claramente rural.

Referido al grupo ‘Españoles’ destaca que el porcentaje de los estudiantes españoles que proceden de grandes metrópolis de más de medio millón de habitante es mucho menor que en el grupo ‘Escuelas idiomas’.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Menos de 2000 habitantes				
		2001 a 10000 habitantes	1	1,7	1,7	1,7
		10001 a 50000 habitantes	8	13,3	13,3	15,0
		50001 a 200000 habitantes	10	16,7	16,7	31,7
		200001 a 500000 habitantes	16	26,7	26,7	58,3
		Más de 500000 habitantes	25	41,7	41,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
		Perdidos	NS/NC			
Total						
Turismo cultural	Válidos	Menos de 2000 habitantes	1	1,7	1,7	1,7
		2001 a 10000 habitantes	7	11,7	11,9	13,6
		10001 a 50000 habitantes	25	41,7	42,4	55,9
		50001 a 200000 habitantes	12	20,0	20,3	76,3
		200001 a 500000 habitantes	3	5,0	5,1	81,4
		Más de 500000 habitantes	11	18,3	18,6	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
		Perdidos	NS/NC	1	1,7	
Total	60	100,0				
Circuitos	Válidos	Menos de 2000 habitantes	7	11,7	11,7	11,7
		2001 a 10000 habitantes	15	25,0	25,0	36,7
		10001 a 50000 habitantes	15	25,0	25,0	61,7
		50001 a 200000 habitantes	12	20,0	20,0	81,7
		200001 a 500000 habitantes	3	5,0	5,0	86,7
		Más de 500000 habitantes	8	13,3	13,3	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
		Perdidos	NS/NC			
Total						
Españoles	Válidos	Menos de 2000 habitantes	2	3,3	3,4	3,4
		2001 a 10000 habitantes	8	13,3	13,6	16,9
		10001 a 50000 habitantes	16	26,7	27,1	44,1
		50001 a 200000 habitantes	15	25,0	25,4	69,5
		200001 a 500000 habitantes	9	15,0	15,3	84,7
		Más de 500000 habitantes	9	15,0	15,3	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
		Perdidos	NS/NC	1	1,7	
Total	60	100,0				

Tabla 2—6: Tamaño de localidades de residencia por 'Grupo'

2.6.2.4. Sexo

Las mujeres superan a los hombres en un 18,6%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mujer	105	58,3	59,3	59,3
	Hombre	72	40,0	40,7	100,0
	Total	177	98,3	100,0	
Perdidos	NS/NC	3	1,7		
Total		180	100,0		

Tabla 2—7: Sexo

2.6.2.4.1. Sexo por ‘Grupo’

En relación con la distribución del sexo llama la atención que en el grupo ‘Escuelas idiomas’ hay un claro predominio del sexo femenino, mientras que en los dos otros grupos hay casi igualdad entre mujeres y hombres, estando los hombres en ligera ventaja.

En el grupo de referencia de los ‘Españoles’ se puede observar una distribución entre los dos sexos muy similar al de los sujetos que conforman el grupo ‘Escuelas idiomas’.

Grupo		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Escuelas idiomas	Válidos	Mujer	47	78,3	81,0	81,0
		Hombre	11	18,3	19,0	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total		60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Mujer	29	48,3	48,3	48,3
		Hombre	31	51,7	51,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					
Circuitos	Válidos	Mujer	29	48,3	49,2	49,2
		Hombre	30	50,0	50,8	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,7		
	Total		60	100,0		
Españoles	Válidos	Mujer	49	81,7	81,7	81,7
		Hombre	11	18,3	18,3	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					

Tabla 2—8: Sexo por ‘Grupo’

2.6.2.5. Edad

Más de la mitad de los sujetos tienen más de 50 años. Sólo el 2,3% pertenece a la franja de los más jóvenes que aún no han cumplido veinte años.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 20 años	4	2,2	2,3	2,3
	21 a 30 años	43	23,9	24,4	26,7
	31 a 50 años	33	18,3	18,8	45,5
	Más de 50 años	96	53,3	54,5	100,0
	Total	176	97,8	100,0	
Perdidos	NS/NC	4	2,2		
Total		180	100,0		

Tabla 2—9: Edad

2.6.2.5.1. Edad por ‘Grupo’

La variable ‘Edad’ se manifiesta de modo distinto en cada uno de los tres grupos, pudiendo observar el mayor parecido entre los grupos ‘Turismo cultural’ y ‘Circuitos’ ya que ambos constan de personas que en su mayoría pertenecen a la última franja de edad contemplada (más de 50 años), siendo este porcentaje incluso mayor en el grupo de los ‘Circuitos’ que en el de ‘Turismo cultural’.

En el otro extremo de la escala se sitúan los estudiantes españoles que son mucho más jóvenes que los estudiantes germanohablantes del grupo ‘Escuela idiomas’, teniendo en cuenta que el 95% del grupo de referencia de los ‘Españoles’ tiene menos de 20 años, mientras que a esta franja sólo pertenece el 6,9% de los estudiantes germanohablantes pertenecientes al grupo ‘Escuela idiomas’ en el que se encuentra incluso un 22,4% cuya edad se sitúa entre los 31 y los 50 años.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Menos de 20 años	4	6,7	6,9	6,9
		21 a 30 años	41	68,3	70,7	77,6
		31 a 50 años	13	21,7	22,4	100,0
		Más de 50 años				
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total	60	100,0			
Turismo cultural	Válidos	Menos de 20 años	1	1,7	1,7	1,7
		21 a 30 años	14	23,3	23,3	25,0
		31 a 50 años	45	75,0	75,0	100,0
		Más de 50 años				
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					
Circuitos	Válidos	Menos de 20 años	1	1,7	1,7	1,7
		21 a 30 años	6	10,0	10,3	12,1
		31 a 50 años	51	85,0	87,9	100,0
		Más de 50 años				
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total	60	100,0			
Españoles	Válidos	Menos de 20 años	57	95,0	95,0	95,0
		21 a 30 años	3	5,0	5,0	100,0
		31 a 50 años				
		Más de 50 años				
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					

Tabla 2—10: Edad por 'Grupo'

2.6.2.6. Nivel de estudios

Lo primero que llama la atención es que ninguno de los sujetos haya escogido la variable 'ningún título'. El número de titulados universitarios es con el 36,2% el más alto y la proporción de personas que disponen de un título en bachillerato o en formación profesional casi se iguala (25,9% respectivamente 24,7%), tal como se aprecia en la *Tabla 2-11* reproducida en la página siguiente:

Comentario [MLN3]: 3.comr
obar

Estudios		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Formación profesional	43	23,9	24,7	24,7
	Bachiller/COU	45	25,0	25,9	50,6
	Título universitario	63	35,0	36,2	86,8
	Otro título	23	12,8	13,2	100,0
	Total	174	96,7	100,0	
Perdidos	NS/NC	6	3,3		
Total		180	100,0		

Nota SPSS: La variable 'Ningún título' no aparece por no haber sido seleccionada por ninguno de los sujetos

Tabla 2—11: Nivel de estudios

2.6.2.6.1. Nivel de estudios por ‘Grupo’

Comparando los grupos ‘Turismo cultural’ y ‘Circuitos’ se aprecia que en el primero el porcentaje de titulados universitarios es claramente mayor que en el segundo (58,3% frente a 23,2%). Mientras que la mayoría del grupo ‘Turismo cultural’ ha cursado estudios universitarios, la mayoría del grupo ‘Circuitos’ tiene un título en formación profesional.

A diferencia del grupo ‘Escuela idiomas’ el grupo de los ‘Españoles’ presenta una situación formativa muy homogénea, dado que todos sus integrantes tienen el título de bachiller y sólo una persona tiene un título superior, lo que se puede apreciar en la *Tabla 2-12* reproducida en la página siguiente:

Comentario [MLN4]: 4.comp robar

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Formación profesional	9	15,0	15,5	15,5
		Bachiller/COU	32	53,3	55,2	70,7
		Título universitario	15	25,0	25,9	96,6
		Otro título	2	3,3	3,4	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total	60	100,0			
Turismo cultural	Válidos	Formación profesional	7	11,7	11,7	11,7
		Bachiller/COU	5	8,3	8,3	20,0
		Título universitario	35	58,3	58,3	78,3
		Otro título	13	21,7	21,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					
Circuitos	Válidos	Formación profesional	27	45,0	48,2	48,2
		Bachiller/COU	8	13,3	14,3	62,5
		Título universitario	13	21,7	23,2	85,7
		Otro título	8	13,3	14,3	100,0
		Total	56	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	4	6,7		
	Total	60	100,0			
Españoles	Válidos	Formación profesional				
		Bachiller/COU	59	98,3	98,3	98,3
		Título universitario	1	1,7	1,7	100,0
		Otro título				
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					

Nota SPSS: La variable 'Ningún título' no aparece por no haber sido seleccionada por ninguno de los sujetos

Tabla 2—12: Nivel de estudios por 'Grupo'

2.6.2.7. Situación laboral

Salta a la vista que los pensionistas forman el segundo grupo más numeroso con el 32,9% seguido por el de los estudiantes con el 16,5%.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En activo	71	39.4	44.9	44.9
	Estudiante	26	14.4	16.5	61.4
	Ama de casa	9	5.0	5.7	67.1
	Pensionista	52	28.9	32.9	100.0
	Total	158	87.8	100.0	
Perdidos	NS/NC	22	12.2		
Total		180	100.0		

Tabla 2—13: Situación laboral

2.6.2.7.1. Situación laboral por ‘Grupo’

Existen diferencias claras entre los tres grupos, destacando el número elevado de los pensionistas en los dos grupos dedicados a viajes organizados (‘Turismo cultural’ y ‘Circuitos’).

Referido al grupo de los ‘Españoles’ es interesante ver que es el único grupo homogéneo. Comparando el grupo ‘Escuelas idiomas’ con el de ‘Españoles’ se hace patente que entre las personas que estudian español menos de la mitad se considera estudiantes debido a que muchas personas compaginan las clases de español en el extranjero con el ejercicio de su profesión.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	En activo	20	33.3	43.5	43.5
		Estudiante	26	43.3	56.5	100.0
		Total	46	76.7	100.0	
	Perdidos	NS/NC	14	23.3		
	Total		60	100.0		
Turismo cultural	Válidos	En activo	29	48.3	50.0	50.0
		Ama de casa	2	3.3	3.4	53.4
		Pensionista	27	45.0	46.6	100.0
		Total	58	96.7	100.0	
	Perdidos	NS/NC	2	3.3		
Total		60	100.0			
Circuitos	Válidos	En activo	22	36.7	40.7	40.7
		Ama de casa	7	11.7	13.0	53.7
		Pensionista	25	41.7	46.3	100.0
		Total	54	90.0	100.0	
	Perdidos	NS/NC	6	10.0		
Total		60	100.0			
Españoles	Válidos	Estudiante	60	100.0	100.0	100.0

Tabla 2—14: Situación laboral por 'Grupo'

2.6.2.8. Conocimiento previo de Granada

Los sujetos que visitan Granada por primera vez forman con el 71,3% el grupo mayoritario. Sin embargo, con el 28,7% el número de sujetos que estuvieron en Granada con anterioridad es considerable.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Por primera vez	124	68,9	71,3	71,3
	Estuvo con anterioridad	50	27,8	28,7	100,0
	Total	174	96,7	100,0	
Perdidos	NS/NC	6	3,3		
Total		180	100,0		

Tabla 2—15: Conocimiento previo de Granada

2.6.2.8.1. Conocimiento previo de Granada por 'Grupo'

En los tres grupos se aprecia una gran mayoría de personas que visitan Granada por primera vez. Aun así resulta destacable que hay un número relativamente elevado

de turistas que habían estado en Granada con anterioridad elevándose este contingente en el caso del grupo ‘Circuitos’ ligeramente por encima del 20% y llegando en el grupo ‘Turismo cultural’ incluso a situarse por encima de la tercera parte.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Por primera vez	41	68,3	70,7	70,7
		Estuvo con anterioridad	17	28,3	29,3	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total		60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Por primera vez	39	65,0	65,0	65,0
		Estuvo con anterioridad	21	35,0	35,0	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					
Circuitos	Válidos	Por primera vez	44	73,3	78,6	78,6
		Estuvo con anterioridad	12	20,0	21,4	100,0
		Total	56	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	4	6,7		
	Total		60	100,0		

Tabla 2—16: Conocimiento previo de Granada por ‘Grupo’

2.6.2.9. Conocimiento previo de Sierra Nevada

A la pregunta si conocen Sierra Nevada sólo el 23% responde de modo afirmativo, Ello implica que la gran mayoría de los sujetos (77%) no conoce Sierra Nevada. Este número es aún mayor que el número de personas que afirmaron no haber estado en Granada con anterioridad (cf. *Tabla 16*)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	40	22,2	23,0	23,0
	No	134	74,4	77,0	100,0
	Total	174	96,7	100,0	
Perdidos	NS/NC	6	3,3		
Total		180	100,0		

Tabla 2—17: Conocimiento previo de Sierra Nevada

2.6.2.9.1. Conocimiento previo de Sierra Nevada por ‘Grupo’

Aunque en los tres grupos se da una clara mayoría de sujetos que no conoce

Sierra Nevada, se puede observar que en el grupo ‘Escuelas idioma’ se encuentran más personas que la conocen que en los dos otros grupos.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Sí	19	31,7	32,8	32,8
		No	39	65,0	67,2	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
		Total	60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Sí	9	15,0	15,3	15,3
		No	50	83,3	84,7	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,7		
		Total	60	100,0		
Circuitos	Válidos	Sí	12	20,0	21,1	21,1
		No	45	75,0	78,9	100,0
		Total	57	95,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	5,0		
		Total	60	100,0		

Tabla 2—18: Conocimiento previo de Sierra Nevada por ‘Grupo’

2.6.2.10. Afición al esquí

El número de personas que no comparten la afición al esquí es con el 53,8% mayor que el número de los aficionados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	80	44,4	46,2	46,2
	No	93	51,7	53,8	100,0
	Total	173	96,1	100,0	
Perdidos	NS/NC	7	3,9		
	Total	180	100,0		

Tabla 2—19: Afición al esquí

2.6.2.10.1. Afición al esquí por ‘Grupo’

Hay claras diferencias entre los grupos, siendo la afición mucho mayor en el grupo de los más jóvenes. En el grupo ‘Circuitos’ no llega la afición al esquí ni siquiera a la tercera parte de las personas que componen el grupo.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Si	36	60,0	62,1	62,1
		No	22	36,7	37,9	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
		Total	60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Si	27	45,0	45,8	45,8
		No	32	53,3	54,2	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,7		
		Total	60	100,0		
Circuitos	Válidos	Si	17	28,3	30,4	30,4
		No	39	65,0	69,6	100,0
		Total	56	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	4	6,7		
		Total	60	100,0		

Tabla 2—20: Afición al esquí por ‘Grupo’

2.6.2.11. Afición al senderismo y a las excursiones

La gran mayoría de los sujetos (91,38%) se considera aficionada al senderismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	158	87,8	91,3	91,3
	No	15	8,3	8,7	100,0
	Total	173	96,1	100,0	
Perdidos	NS/NC	7	3,9		
	Total	180	100,0		

Tabla 2—21: Afición al senderismo y a las excursiones

2.6.2.11.1. Afición al senderismo y a las excursiones por ‘Grupo’

Tal como lo refleja la tabla siguiente, los datos agrupados en función de la pertenencia a uno de los tres grupos, ofrecen un panorama muy parecido, siendo los porcentajes de las respuestas afirmativas en los tres grupos muy altos, alcanzando en el grupo ‘Circuitos’ con el 96,5% y en el de ‘Turismo cultural’ con el 93,2% los valores máximos y en el grupo ‘Escuelas idiomas’ con el 84,2% el valor mínimo.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Si	48	80,0	84,2	84,2
		No	9	15,0	15,8	100,0
		Total	57	95,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	5,0		
		Total	60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Si	55	91,7	93,2	93,2
		No	4	6,7	6,8	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,7		
		Total	60	100,0		
Circuitos	Válidos	Si	55	91,7	96,5	96,5
		No	2	3,3	3,5	100,0
		Total	57	95,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	5,0		
		Total	60	100,0		

Tabla 2—22: Afición al senderismo y a las excursiones por 'Grupo'

2.6.2.12. Conocimientos de español

Al evaluar los propios conocimientos de español en una escala del 1 al 5, el 80.1% de los sujetos considera que su dominio del español es nulo o escaso, por lo que no serían capaces de leer y comprender un folleto redactado en español. El dominio perfecto del español es con un 4% una excepción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 Ningún conocimiento	79	43,9	44,9	44,9
	2	62	34,4	35,2	80,1
	3	14	7,8	8,0	88,1
	4	14	7,8	8,0	96,0
	5 Dominio perfecto	7	3,9	4,0	100,0
	Total	176	97,8	100,0	
Perdidos	NS/NC	4	2,2		
Total		180	100,0		

Tabla 2—23: Conocimientos de español

2.6.2.12.1. Conocimientos de español por ‘Grupo’

Comparando los grupos se aprecia que en el grupo ‘Turismo cultural’ es donde más personas evalúan su dominio del español como perfecto, mientras que en el grupo ‘Circuitos’ ni siquiera aparece. En el grupo ‘Escuelas idiomas’ observamos lógicamente un número menor que indica no tener ningún conocimiento que en los otros dos grupos.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	1 Ningún conocimiento	7	11,7	12,1	12,1
		2	27	45,0	46,6	58,6
		3	12	20,0	20,7	79,3
		4	10	16,7	17,2	96,6
		5 Dominio perfecto	2	3,3	3,4	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
		Perdidos NS/NC	2	3,3		
Total		60	100,0			
Turismo cultural	Válidos	1 Ningún conocimiento	29	48,3	48,3	48,3
		2	23	38,3	38,3	86,7
		3	1	1,7	1,7	88,3
		4	2	3,3	3,3	91,7
		5 Dominio perfecto	5	8,3	8,3	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
		Perdidos NS/NC				
Total						
Circuitos	Válidos	1 Ningún conocimiento	43	71,7	74,1	74,1
		2	12	20,0	20,7	94,8
		3	1	1,7	1,7	96,6
		4	2	3,3	3,4	100,0
		5 Dominio perfecto				
		Total	58	96,7	100,0	
		Perdidos NS/NC	2	3,3		
Total		60	100,0			

Tabla 2—24: Conocimientos de español por ‘Grupo’

CAPÍTULO 3:
RESULTADOS REFERIDOS
A LAS EXPECTATIVAS

3. RESULTADOS REFERIDOS A LAS EXPECTATIVAS

En este capítulo presentaremos los datos obtenidos mediante el cuestionario 1 que enfoca las expectativas. En la presentación de los datos recabados seguiremos el orden en el que aparecen las preguntas en el cuestionario. En primer lugar ofreceremos siempre los datos referidos a todos los sujetos. Para evitar equivocaciones nos permitimos volver a señalar que si hablamos de los *sujetos* de nuestro estudio nos referimos a todos los sujetos germanohablantes sin distinción ninguna. En segundo lugar y con el fin de poder observar posibles diferencias entre los datos en función de distintas características de los encuestados, tal como lo prevé el diseño de la investigación, segmentaremos los resultados de la primera pregunta en función de todas las variables socioculturales y sociodemográficas barajadas. A partir de la segunda pregunta hemos optado por segmentar los datos únicamente por aquellas variables cuya segmentación implica mayor variación con respecto a los resultados no segmentados. De este modo pretendemos permitir una lectura fluida sin desviar la atención sobre aspectos secundarios. Concluiremos cada apartado con la discusión de los aspectos más relevantes.

3.1. Los objetivos de un folleto turístico

En la primera pregunta del cuestionario 1 se les pide a los sujetos que determinen la importancia que atribuyen a seis posibles objetivos de un folleto turístico. La *Tabla 3—1* refleja los resultados estadísticos al respecto y el *Gráfico 2—1* los presenta en el orden de preferencia que los encuestados establecieron, indicando los valores medios de cada uno. Para la evaluación disponían de una escala del 1 al 5, significando 1: ninguna importancia y 5: máxima importancia. En primer lugar presentaremos los resultados referidos a todos los sujetos. A continuación ofreceremos

los datos segmentados en función de la variable 'Grupo'. Para concluir, y sólo relacionado con esta primera pregunta, segmentaremos los datos por la totalidad de las 12 variables socioculturales y sociodemográficas barajadas.

3.1.1. Valores medios

La valoración más alta con 4,48 sobre 5 la obtiene el objetivo 'Informar'. En el otro extremo se sitúa 'Publicitar servicios e instalaciones' con un valor medio de 2,64. El orden jerárquico establecido entre los objetivos se aprecia de modo claro en el *Gráfico 2—1*.

		Publicitar servicios...	Llamar la atención	Dar consejos prácticos	Animar a una visita	Despertar el interés	Informar
N	Válidos	174	174	178	178	180	179
	Perdidos	6	6	2	2	0	1
Media		2,64	3,29	4,11	3,98	4,02	4,48
Error típ. de la media		,096	,091	,085	,082	,086	,080

Tabla 3—1: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios

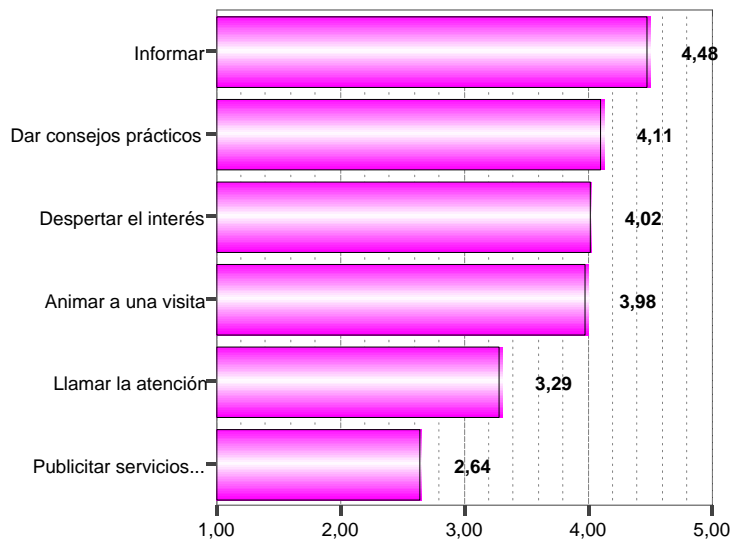


Gráfico 3—1: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios

3.1.1.1. Valores medios por ‘Grupo’

Tal como se puede apreciar en la *Tabla 3-2* y en el *Gráfico 3—2*, las diferencias entre los distintos grupos son mínimas: los sujetos de los tres grupos consideran que el objetivo primordial es el de ‘Informar’. Asimismo hay coincidencia entre los grupos en cuanto a los dos objetivos menos valorados que son el de ‘Llamar la atención’ y de ‘Publicitar servicios e instalaciones’.

Grupo			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Dar consejos prácticos	Animar a una visita	Despertar el interés	Informar
Escuelas idiomas	N	Válidos	60	60	60	60	60	60
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,35	3,18	4,30	4,00	4,27	4,62
	Error típ. de la media		,146	,142	,115	,130	,106	,101
Turismo cultural	N	Válidos	56	55	59	60	60	60
		Perdidos	4	5	1	0	0	0
	Media		2,41	3,25	4,14	4,05	4,07	4,72
	Error típ. de la media		,141	,169	,146	,124	,134	,098
Circuitos	N	Válidos	58	59	59	58	60	59
		Perdidos	2	1	1	2	0	1
	Media		3,17	3,42	3,88	3,88	3,73	4,10
	Error típ. de la media		,188	,164	,171	,171	,188	,188

Tabla 3—2: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Grupo’

Si comparamos los valores de los grupos entre sí podemos constatar que la diferencia entre el valor máximo y el mínimo siempre está por debajo de un punto, siendo la diferencia mínima entre los valores extremos de 0,17 en el caso de la variable ‘Animar a una visita’ y la diferencia máxima de 0,76 puntos en el caso de ‘Publicitar servicios e instalaciones’.

En relación con la jerarquía que los grupos establecen entre los distintos parámetros se observa que el orden que los tres grupos establecen no coincide ni entre ellos ni con el que resulta de los datos sin segmentar.

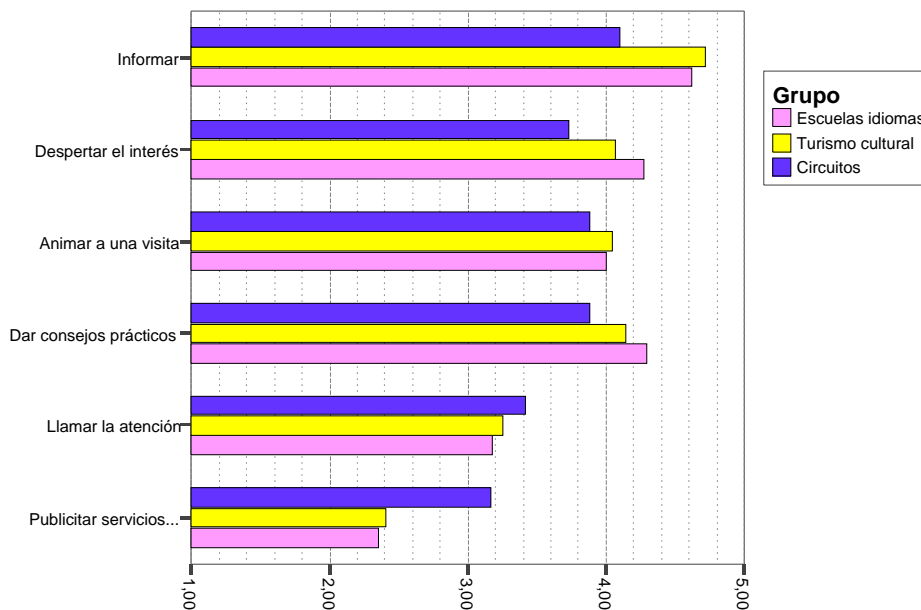


Gráfico 3—2: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por 'Grupo'

3.1.1.2. Valores medios por 'Edad'

Comparando los valores medios de cada parámetro podemos observar que la mayor diferencia entre el valor máximo y el valor mínimo que conceden las distintas franjas de edad asciende a 1,18 ('Llamar la atención') mientras que la diferencia mínima entre estos dos valores es de 0,28 en el caso de la variable 'Animar a una visita'. En un solo parámetro esta diferencia supera un punto.

Si comparamos la jerarquía entre los parámetros sin segmentar (cf. *Tabla 3—1* y *Gráfico 3—1*) con las jerarquías establecidas por cada franja de edad, podemos constatar que, aun no coincidiendo en su totalidad, existen grandes similitudes, entre las que destaca que el parámetro 'Informar' ha obtenido en todas las franjas la mayor puntuación.

Edad			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Dar consejos prácticos	Animar a una visita	Despertar el interés	Informar
Menos de 20 años	N	Válidos	4	4	4	4	4	4
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,50	2,25	4,50	3,75	4,00	4,75
	Error típ. de la media		,500	,250	,289	,479	,000	,250
21 a 30 años	N	Válidos	43	43	43	43	43	43
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,30	3,23	4,26	3,95	4,35	4,60
	Error típ. de la media		,184	,176	,145	,163	,133	,125
31 a 50 años	N	Válidos	32	33	33	33	33	33
		Perdidos	1	0	0	0	0	0
	Media		2,53	3,03	4,36	4,03	3,88	4,45
	Error típ. de la media		,206	,187	,143	,187	,188	,205
Más de 50 años	N	Válidos	91	90	94	94	96	95
		Perdidos	5	6	2	2	0	1
	Media		2,82	3,41	3,96	3,97	3,92	4,42
	Error típ. de la media		,139	,133	,132	,118	,132	,120

Tabla 3—3: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por 'Edad'

3.1.1.3. Valores medios por 'Sexo'

Las diferencias entre los valores medios para hombres y mujeres son mínimas: la diferencia máxima se da con sólo 0,31 en la variable 'Publicitar servicios' y la mínima con unos casi inapreciables 0,02 en las variables 'Llamar la atención' y 'Animar a una visita'. En ninguna variable la diferencia alcanza ni siquiera medio punto.

Sexo			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Dar consejos prácticos	Animar a una visita	Despertar el interés	Informar
Mujer	N	Válidos	101	101	104	104	105	105
		Perdidos	4	4	1	1	0	0
	Media		2,50	3,27	4,20	3,98	4,05	4,45
	Error típ. de la media		,128	,117	,114	,105	,113	,115
Hombre	N	Válidos	70	70	71	71	72	71
		Perdidos	2	2	1	1	0	1
	Media		2,81	3,29	3,97	3,96	3,99	4,52
	Error típ. de la media		,147	,150	,128	,135	,138	,110

Tabla 3—4: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por 'Sexo'

Si comparamos la jerarquía entre los valores sin previa segmentación de la variable 'Sexo' (cf. *Tabla 3—1* y *Gráfico 3—1*) con la jerarquía que establecen hombres y mujeres podemos observar que coincide totalmente en el caso de las mujeres y que presenta sólo la inversión entre el segundo y el tercer puesto que ocupan las variables 'Despertar el interés' y 'Dar consejos prácticos' en el caso de los hombres. Las diferencias entre los datos sin segmentar y los datos que resultan de la segmentación de la variable 'Sexo' son casi inapreciables.

3.1.1.4. Valores medios por ‘Tamaño de localidad de residencia’

La mayor diferencia entre valor máximo y mínimo es de 0,79 para el parámetro ‘Despertar el interés’ y la menor diferencia se da con 0,21 en el parámetro ‘Animar a una visita’. En ningún caso las diferencias llegan a un punto.

Referente al orden jerárquico establecido por las personas procedentes de localidades de distinto tamaño se constata que en dos casos (habitantes de núcleos de residencia de 50000 hasta 200000 y núcleos de más de 500000 habitantes) los sujetos expresan exactamente el mismo orden de preferencia que reflejan los datos referidos a todos los sujetos sin segmentación previa de ninguna variable (cf. *Tabla 3-1* y *Gráfico 3-1*). Todos los subgrupos coinciden en atribuirle al parámetro ‘Informar’ la mayor y al de ‘Publicitar servicios e instalaciones’ la menor importancia.

Tamaño localidad de residencia			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Dar consejos prácticos	Animar a una visita	Despertar el interés	Informar
Menos de 2000 habitantes	N	Válidos	8	8	8	8	8	8
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,75	3,00	4,25	4,00	3,50	4,63
	Error típ. de la media		,675	,463	,250	,423	,423	,375
2001 a 10000 habitantes	N	Válidos	22	22	23	23	23	22
		Perdidos	1	1	0	0	0	1
	Media		2,86	3,18	3,96	3,96	3,61	4,32
	Error típ. de la media		,257	,292	,285	,231	,279	,250
10001 a 50000 habitantes	N	Válidos	46	47	48	46	48	48
		Perdidos	2	1	0	2	0	0
	Media		2,72	3,32	3,88	3,91	3,83	4,29
	Error típ. de la media		,186	,170	,203	,167	,194	,191
50001 a 200000 habitantes	N	Válidos	32	32	33	34	34	34
		Perdidos	2	2	1	0	0	0
	Media		2,66	3,25	4,33	4,03	4,29	4,50
	Error típ. de la media		,204	,215	,142	,186	,161	,180
200001 a 500000 habitantes	N	Válidos	21	22	21	22	22	22
		Perdidos	1	0	1	0	0	0
	Media		2,43	3,32	3,71	3,95	4,05	4,27
	Error típ. de la media		,254	,258	,260	,275	,250	,256
Más de 500000 habitantes	N	Válidos	44	42	44	44	44	44
		Perdidos	0	2	0	0	0	0
	Media		2,52	3,36	4,43	4,02	4,30	4,82
	Error típ. de la media		,204	,183	,114	,151	,128	,075

Tabla 3—5: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Tamaño de la localidad de residencia’

3.1.1.5. Valores medios por ‘Situación laboral’

Las diferencias entre los valores extremos de un mismo parámetro son todas menores de un punto, excepto en la variable ‘Despertar el interés’ en el que asciende a 1,79 dado que las ‘Amas de casa’ le conceden con 2,56 muy poca importancia, mientras

que los ‘Estudiantes’ le atribuyen una media de 4,19, un valor cercano al máximo posible. En relación con el segmento ‘Amas de casa’ no hay que perder de vista que se caracteriza por un error típico de la media elevado al basarse en un número muy reducido de sujetos (dependiendo del objetivo enfocado, sólo 8 respectivamente 9 encuestados).

En cuanto a la jerarquía entre los distintos parámetros, las personas que tienen una vida laboral activa y las amas de casa, establecen exactamente el mismo orden de preferencia. Además, todos los subgrupos coinciden en que el parámetro ‘Informar’ tiene el máximo y el de ‘Publicitar servicios e instalaciones’ el mínimo peso.

Situación laboral			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
En activo	N	Válidos	68	69	71	71	70	71
		Perdidos	3	2	0	0	1	0
	Media		2,50	3,14	3,94	4,03	4,09	4,39
	Error típ. de la media		,141	,143	,133	,140	,142	,143
Estudiante	N	Válidos	26	26	26	26	26	26
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,38	3,42	3,85	4,35	4,19	4,69
	Error típ. de la media		,266	,230	,220	,135	,184	,121
Ama de casa	N	Válidos	9	9	8	9	9	9
		Perdidos	0	0	1	0	0	0
	Media		3,00	3,00	3,75	2,56	3,89	4,11
	Error típ. de la media		,527	,577	,491	,444	,512	,588
Pensionista	N	Válidos	49	49	51	52	51	51
		Perdidos	3	3	1	0	1	1
	Media		2,98	3,51	4,06	4,12	4,10	4,59
	Error típ. de la media		,186	,160	,149	,159	,159	,132

Nota SPSS: La variable ‘Desempleado’ no aparece por no haber sido seleccionada por ninguno de los sujetos.

Tabla 3—6: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Situación laboral’

3.1.1.6. Valores medios por ‘Nivel de estudios’

La *Tabla 3-7* ilustra que las diferencias entre las valoraciones de las personas con distinto nivel de estudios son casi inapreciables, alcanzando la diferencia mayor entre valor mínimo y valor máximo 0,43 (‘Despertar el interés’) y la mínima 0,09 (‘Informar’) por lo que ningún valor llega al medio punto.

En relación con la jerarquía que personas de distinto nivel de estudios establecen se puede observar que existe coincidencia entre los sujetos con un título universitario y los sujetos con bachillerato.

Estableciendo la importancia que recae sobre los seis parámetros, todos coinciden en conceder al parámetro ‘Informar’ el primer puesto y a los parámetros

‘Publicitar servicios’ y ‘Llamar la atención’ el último y el penúltimo, respectivamente.

Estudios			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Formación profesional	N	Válidos	42	43	42	43	42	42
		Perdidos	1	0	1	0	1	1
	Media		2,81	3,28	3,98	3,79	4,17	4,45
		Error típ. de la media	,213	,164	,172	,184	,163	,168
Bachiller/COU	N	Válidos	44	45	44	45	44	45
		Perdidos	1	0	1	0	1	0
	Media		2,57	3,27	3,80	3,91	4,09	4,44
		Error típ. de la media	,182	,166	,180	,185	,180	,179
Título universitario	N	Válidos	60	58	63	63	63	63
		Perdidos	3	5	0	0	0	0
	Media		2,53	3,31	4,06	4,21	4,24	4,57
		Error típ. de la media	,155	,176	,124	,126	,123	,117
Otro título	N	Válidos	22	22	23	23	23	23
		Perdidos	1	1	0	0	0	0
	Media		2,64	3,18	4,13	4,22	3,87	4,48
		Error típ. de la media	,305	,260	,221	,235	,297	,250

Nota SPSS: La variable 'Ningún título' no aparece por no haber sido seleccionada por ninguno de los sujetos.

Tabla 3—7: *Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Nivel de estudios’*

3.1.1.7. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’

Tal como se aprecia en la *Tabla 3—8* la segmentación de los datos en función del conocimiento previo de Granada arroja unos resultados que no se distinguen apenas de los resultados obtenidos sin previa segmentación: la diferencia máxima entre las dos valoraciones alcanza con 0,19 (‘Llamar la atención’) ni siquiera dos décimos de un punto, siendo la diferencia mínima de sólo 0,01 en el caso del parámetro ‘Despertar el interés’.

Tanto las personas que habían estado previamente en Granada como las que visitaron Granada por primera vez coinciden en concederle el primer puesto al parámetro ‘Informar’ y el último, respectivamente el penúltimo, a los parámetros ‘Publicitar servicios’ y ‘Llamar la atención’.

Estuvo en Granada con anterioridad			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Por primera vez	N	Válidos	119	119	123	124	122	123
		Perdidos	5	5	1	0	2	1
	Media		2,60	3,33	4,00	4,03	4,11	4,50
		Error típ. de la media	,118	,110	,103	,106	,100	,097
Estuvo con anterioridad	N	Válidos	49	49	49	50	50	50
		Perdidos	1	1	1	0	0	0
	Media		2,71	3,14	3,96	4,02	4,20	4,48
		Error típ. de la media	,180	,168	,130	,147	,159	,144

Tabla 3—8: *Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’*

3.1.1.8. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’

De modo parecido que en la tabla anterior podemos observar que existe muy poca diferencia entre los datos que son el resultado de la segmentación del parámetro ‘Conoce Sierra Nevada’ y los resultados obtenidos sin previa segmentación. La diferencia máxima entre las dos valoraciones es de 0,19 en relación con tres variables (‘Publicitar servicios’, ‘Llamar la atención’ y ‘Animar a una visita’), la mínima asciende a 0,02 (‘Dar consejos prácticos’). En ningún caso la diferencia alcanza dos décimas de un punto.

Tanto las personas que conocen Sierra Nevada, como las que no la conocen coinciden en el peso que les conceden a los distintos parámetros: el primer puesto lo obtiene ‘Informar’, el último y el penúltimo ‘Publicitar servicios’ y ‘Llamar la atención’.

Conoce Sierra Nevada			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Sí	N	Válidos	39	40	38	40	40	40
		Perdidos	1	0	2	0	0	0
	Media		2,77	3,40	3,82	4,10	4,13	4,43
	Error típ. de la media		,222	,185	,172	,163	,161	,182
No	N	Válidos	130	128	134	134	133	133
		Perdidos	4	6	0	0	1	1
	Media		2,58	3,21	4,01	3,98	4,11	4,50
	Error típ. de la media		,109	,107	,096	,104	,100	,093

Tabla 3—9: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’

3.1.1.9. Valores medios por ‘Afición al esquí’

Tal como se puede apreciar en la *Tabla 3—10*, agrupar los resultados según si los sujetos son aficionados al esquí, o no, nos depara unos resultados que se diferencian muy poco de los resultados obtenidos sin segmentación, siendo la diferencia mayor entre los valores concedidos al mismo parámetro sólo de 0,28 en el caso de ‘Dar consejos prácticos’ y la diferencia mínima de inapreciables 0,02 puntos.

La jerarquía establecida entre los seis parámetros es la misma que resulta para todos los sujetos sin segmentación ninguna, ocupando el objetivo ‘Informar’ el primer puesto y el de ‘Publicitar servicios’ el último.

Aficionado al esquí			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Sí	N	Válidos	79	78	79	80	80	80
		Perdidos	1	2	1	0	0	0
	Media	2,63	3,23	4,04	3,98	3,98	4,50	
	Error tip. de la media	,147	,128	,125	,132	,138	,115	
No	N	Válidos	88	90	92	93	91	92
		Perdidos	5	3	1	0	2	1
	Media	2,65	3,30	3,88	4,06	4,26	4,45	
	Error tip. de la media	,132	,131	,113	,115	,106	,119	
NS/NC	N	Válidos	7	6	7	7	7	7
		Perdidos	0	1	0	0	0	0
	Media	2,71	3,83	4,57	4,00	3,57	4,71	
	Error tip. de la media	,522	,654	,297	,577	,429	,184	

Tabla 3—10: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’

3.1.1.10. Valores medios por ‘Afición al senderismo’

En relación con el parámetro ‘Afición al senderismo’ se repite casi de modo idéntico lo que acabamos de comentar en relación con el parámetro ‘Afición al esquí’, es decir que las diferencias entre las valoraciones para un mismo parámetro varían muy poco en función de la afición al senderismo o no. La diferencia mayor alcanza 0,71 (Despertar el interés) y la menor 0,07 (‘Informar’ y ‘Llamar la atención’). La diferencia mayor supera el medio punto, mientras que la menor es casi inapreciable al no llegar ni siquiera a la décima parte de un punto. En cuanto a la jerarquía entre los parámetros se aprecia que es idéntica con la de los resultados sin segmentación previa, siendo el objetivo ‘Informar’ el más valorado y el de ‘Publicitar servicios’ el menos apreciado.

Aficionado al senderismo y a las excursiones en			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Sí	N	Válidos	154	152	156	158	157	157
		Perdidos	4	6	2	0	1	1
	Media	2,64	3,26	3,95	3,96	4,10	4,46	
	Error tip. de la media	,104	,096	,089	,095	,091	,089	
No	N	Válidos	14	15	15	15	14	15
		Perdidos	1	0	0	0	1	0
	Media	2,50	3,33	4,20	4,67	4,21	4,53	
	Error tip. de la media	,292	,347	,243	,159	,261	,192	

Tabla 3—11: Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Aficionado al senderismo’

3.1.1.11. Valores medios por ‘Conocimientos de español’

La segmentación del parámetro ‘Conocimientos de español’ arroja unos resultados en los que la diferencia máxima y la diferencia mínima que se dan entre los valores concedidos al mismo parámetro oscilan entre 0,14 (‘Llamar la atención’) y 0,84

(‘Publicitar servicios’). Supera, por tanto, el medio punto sin llegar, en ningún caso, al punto entero.

Existe coincidencia entre todos los subgrupos en concederle el mayor peso al parámetro ‘Informar’ y el menor peso a ‘Publicitar servicios’ seguido por ‘Llamar la atención’.

Conocimiento español			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
1 Ningún conocimiento	N	Válidos	74	75	78	79	77	79
		Perdidos	5	4	1	0	2	0
	Media		2,70	3,35	3,91	3,90	3,97	4,32
	Error tip. de la media		,151	,135	,132	,147	,142	,141
2	N	Válidos	62	61	61	62	62	61
		Perdidos	0	1	1	0	0	1
	Media		2,89	3,25	3,89	4,00	4,19	4,61
	Error tip. de la media		,163	,158	,142	,132	,136	,129
3	N	Válidos	14	14	14	14	14	14
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,07	3,14	4,14	4,21	4,36	4,36
	Error tip. de la media		,245	,312	,231	,300	,225	,225
4	N	Válidos	13	14	14	14	14	14
		Perdidos	1	0	0	0	0	0
	Media		2,00	3,21	4,43	4,43	4,21	4,71
	Error tip. de la media		,340	,318	,202	,228	,281	,163
5 Dominio perfecto	N	Válidos	7	6	7	7	7	7
		Perdidos	0	1	0	0	0	0
	Media		1,86	2,83	4,14	4,29	4,43	5,00
	Error tip. de la media		,261	,654	,459	,360	,297	,000

Tabla 3—12: *Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Conocimientos de español’*

3.1.1.12. Valores medios por ‘Nacionalidad’

Siendo cierto que el número de los sujetos correspondientes a las cuatro nacionalidades no es equilibrado, se puede observar que existen diferencias entre la valoración de los sujetos en función de su nacionalidad. La mayor diferencia entre el valor mínimo y el máximo concedido en relación con el mismo parámetro oscila entre 1 punto (‘Llamar la atención’) y 0,29 (‘Informar’). En un sólo parámetro alcanza un punto (‘Llamar la atención’), en relación con cuatro parámetros suma entre 0,5 y 0,58 en un caso la diferencia está por debajo del medio punto (‘Informar’).

En cuanto a la jerarquía que establecen los sujetos de las tres distintas nacionalidades se constata que sólo existe unanimidad con el parámetro de menor importancia (‘Publicitar servicios’), siendo el orden escogido distinto para cada nacionalidad.

Nacionalidad			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
D	N	Válidos	157	158	161	163	161	162
		Perdidos	6	5	2	0	2	1
	Media		2,62	3,25	3,93	4,01	4,11	4,48
	Error típ. de la media		,100	,096	,086	,090	,088	,085
A	N	Válidos	13	12	13	13	13	13
		Perdidos	0	1	0	0	0	0
	Media		3,00	3,50	4,38	4,00	3,92	4,54
	Error típ. de la media		,408	,337	,331	,358	,383	,312
CH	N	Válidos	4	4	4	4	4	4
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		2,50	4,25	4,50	4,50	4,50	4,25
	Error típ. de la media		,645	,250	,289	,500	,500	,479
E	N	Válidos	60	60	60	60	60	60
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		3,37	3,50	4,22	4,47	3,42	4,47
	Error típ. de la media		,176	,151	,112	,102	,151	,129

Tabla 3—13: *Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por ‘Nacionalidad’*

3.1.1.13. Valores medios por ‘Lengua materna’

Relacionados con este parámetro de segmentación incluiremos también el grupo ‘Españoles’. Comparando los valores de nuestros sujetos con los de los hispanohablantes se aprecian ligeras diferencias, alcanzando la diferencia mayor 0,73 (‘Publicitar servicios’) y la menor 0,01 (‘Informar’). En ningún caso supera esta diferencia el punto entero y en dos casos es mayor que medio punto.

El peso que le conceden los germanohablantes y los hispanohablantes a los distintos parámetros varía, excepto en el caso del parámetro ‘Informar’ que ambos subgrupos consideran el más importante y en el caso del parámetro ‘Publicitar servicios’ que ambos colocan en el último lugar. Llama la atención de que los hispanohablantes le concedan la misma importancia al parámetro ‘Informar’ y al de ‘Despertar el interés’.

Lengua Materna			Publicitar servicios...	Llamar la atención	Animar a una visita	Despertar el interés	Dar consejos prácticos	Informar
Alemán	N	Válidos	174	174	178	180	178	179
		Perdidos	6	6	2	0	2	1
	Media		2,64	3,29	3,98	4,02	4,11	4,48
	Error tip. de la media		,096	,091	,082	,086	,085	,080
Castellano	N	Válidos	60	60	60	60	60	60
		Perdidos	0	0	0	0	0	0
	Media		3,37	3,50	4,22	4,47	3,42	4,47
	Error tip. de la media		,176	,151	,112	,102	,151	,129

Tabla 3—14: *Objetivos de un folleto turístico. Valores medios por 'Lengua materna'*

3.1.2. Discusión

El hecho de preguntar en primer lugar por los objetivos que los encuestados atribuyen a un folleto turístico sobre la Granada monumental se basa en la apreciación de que la eficacia de una comunicación mediante un texto traducido depende esencialmente del grado de cumplimiento de los objetivos que con ayuda de la traducción se pretenden conseguir (cf. Larose, 1998; Risku, 1998; Vehmas-Leito, 1989, entre otros). Ello convierte la descripción de los objetivos en una pieza fundamental a la hora de establecer el grado de eficacia de la comunicación intencionada como lo es toda actividad traductora. Partiendo de la base de que una comunicación eficaz requeriría, entre otros, de la colaboración activa de los receptores de un texto (cf. Hartig, 1997), estimamos pertinente conocer los objetivos que los propios usuarios atribuyen a un determinado tipo de texto. Los datos revelan que el objetivo 'Informar' es el que los sujetos, sin previa segmentación, consideran con una valoración que roza un 4,5 como el más importante, mientras que el objetivo 'Publicitar servicios' lo relegan con la única valoración por debajo de un 3 al último lugar. Esta jerarquía se repite, con tres excepciones, en los datos segmentados. Sólo en dos de las trece variables existe una clara variación en las expectativas relacionadas con el objetivo de un folleto turístico, teniendo en cuenta que la diferencia entre la valoración máxima y la valoración mínima asciende sólo en dos variables segmentadas a un valor superior a un punto ('Edad'= 1,16; y 'Situación laboral'= 1,79). En cinco casos no llega ni siquiera a medio punto. En relación con las diferencias menores entre valor máximo y mínimo se observa que todas, sin excepción, se sitúan por debajo del medio punto, siete de ellas incluso por debajo de 0,1. Estos resultados nos indican que sólo en las variables 'Edad' y

‘Situación laboral’ los resultados segmentados se diferencian de modo apreciable entre sí, lo que sería un primer indicio para rechazar una de nuestras hipótesis, según la cual las expectativas de usuarios de folletos turísticos variarían siempre en función de determinadas características de los sujetos dado que los datos recabados que acabamos de presentar demuestran, a excepción de los dos parámetros nombrados, precisamente lo contrario.

3.2. Efecto de una traducción sobre los usuarios

En la pregunta dos del cuestionario 1 se le plantea a los sujetos la siguiente cuestión: “¿Le molesta a Vd. si se le nota a un folleto comprensible sobre *Granada y sus monumentos* que se trata de una traducción?” Para el grupo de referencia de los ‘Españoles’ la pregunta está ligeramente adaptada, quedándose como sigue: “Cuando se encuentra en un país en el que el castellano no es lengua oficial, ¿Le molesta si se le nota a un folleto turístico comprensible que se trata de una traducción?” Primero presentaremos los resultados referidos a todos los sujetos germanohablantes, después los que resultan de la segmentación de la variable ‘Grupo’. Terminaremos con la segmentación de las variables ‘Nivel de estudios’ y ‘Edad’ dado que los primeros resultados obtenidos nos sugirieron que podrían ser relevantes.

3.2.1. Valores medios

La opinión de los encuestados es muy clara: más de dos terceras partes de los sujetos no se encuentran molestos si notan que un texto es una traducción. La relación entre las respuestas afirmativas y las negativas se evidencia de modo tajante en el *Gráfico 3—3* que presentamos inmediatamente después de la *Tabla 3—15* que sigue:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	56	31,1	31,1	31,1
	No	124	68,9	68,9	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Tabla 3—15: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción?

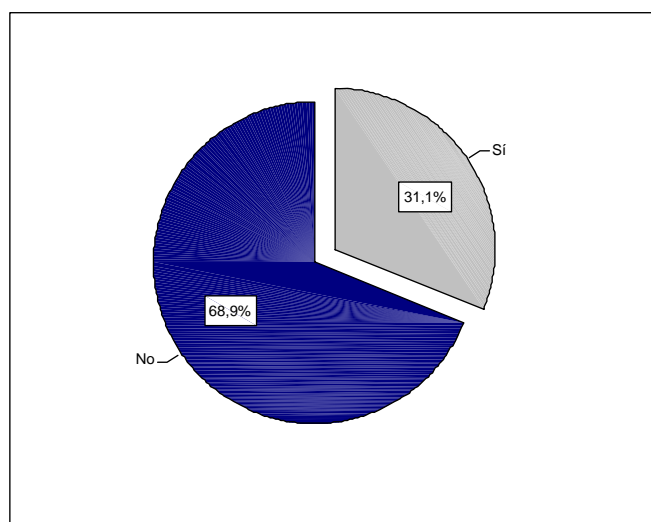


Gráfico 3—3: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción?

3.2.1.1. Valores medios por 'Grupo'

En todos los grupos hay una clara mayoría de respuestas negativas, sin embargo existen diferencias en la ponderación, siendo el subgrupo 'Circuitos' el que menos se molesta si una traducción es reconocible como tal. Las proporciones se aprecian de manera muy clara en el *Gráfico 3—4* que reproducimos después de la *Tabla 3—16*.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Si	21	35,0	35,0	35,0
		No	39	65,0	65,0	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
Turismo cultural	Válidos	Si	24	40,0	40,0	40,0
		No	36	60,0	60,0	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
Circuitos	Válidos	Si	11	18,3	18,3	18,3
		No	49	81,7	81,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	

Tabla 3—16: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Grupo'

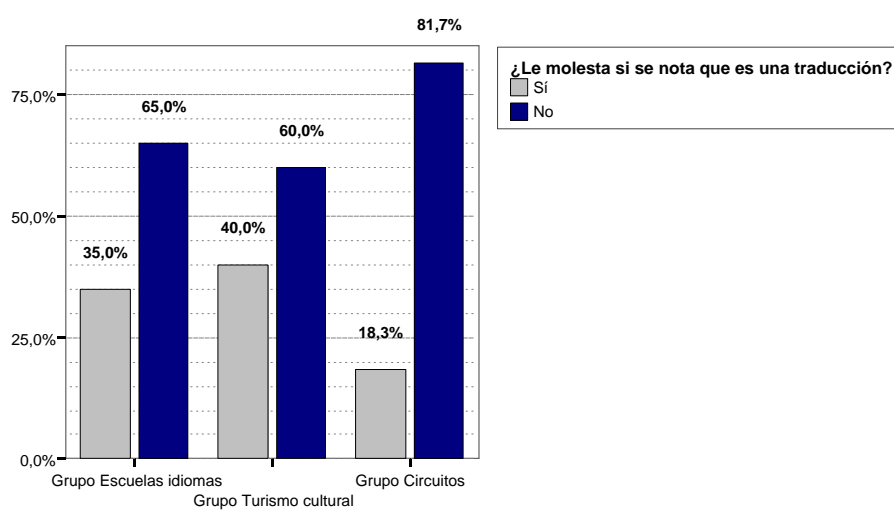


Gráfico 3—4: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Grupo'

Para disponer de un dato suplementario presentamos a continuación también las respuestas a esta misma pregunta recabadas mediante los cuestionarios repartidos entre el grupo de referencia de sujetos hispanohablantes ('Españoles'):

Grupo		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Españoles	Válidos				
	Sí	22	36,7	36,7	36,7
	No	38	63,3	63,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Tabla 3—17: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Españoles'

Los resultados se parecen a los de los sujetos germanohablantes, especialmente a los del grupo 'Escuelas idiomas' lo que tiene su reflejo inequívoco en el gráfico que sigue:

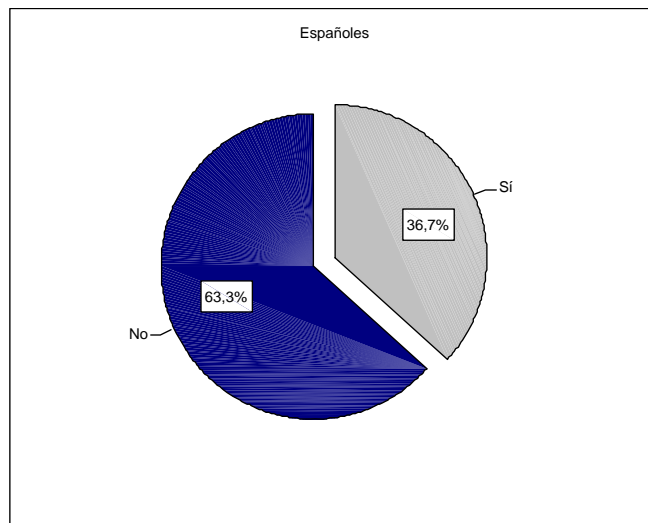


Gráfico 3—5: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Españoles'

3.2.1.2. Valores medios por 'Nivel de estudios'

Comparando los valores de la *Tabla 3—18* se pueden constatar diferencias sustanciales en función del nivel de formación de los encuestados. Llama la atención que casi la mitad de los titulados universitarios (47,6%) se sienten molestos cuando se le nota a un texto que se trata de una traducción, mientras que el porcentaje de los sujetos con estudios de bachillerato son, con el 13,3%, mucho más condescendientes, más aún que los que han cursado estudios de formación profesional (20,9%).

Podemos observar que las respuestas afirmativas aumentan con el nivel de

estudios, alcanzando en el caso de los titulados universitarios casi la paridad con las respuestas negativas.

Estudios			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Formación profesional	Válidos	Sí	9	20,9	20,9	20,9
		No	34	79,1	79,1	100,0
		Total	43	100,0	100,0	
Bachiller/COU	Válidos	Sí	6	13,3	13,3	13,3
		No	39	86,7	86,7	100,0
		Total	45	100,0	100,0	
Título universitario	Válidos	Sí	30	47,6	47,6	47,6
		No	33	52,4	52,4	100,0
		Total	63	100,0	100,0	

Tabla 3—18: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Estudios'

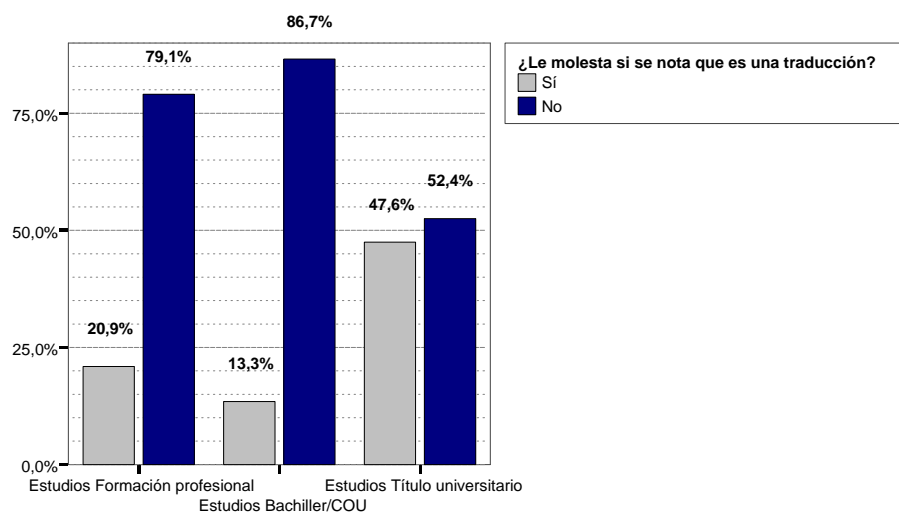


Gráfico 3—6: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Estudios'

3.2.1.3. Valores medios por 'Edad'

Los resultados de la *Tabla 3—19* muestran una tendencia evidente: las preguntas negativas aumentan conforme aumenta la edad de los encuestados. Ello significa que las personas mayores se molestan mucho menos que los jóvenes cuando se le nota a un texto que se trata de una traducción.

Edad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 20 años	Válidos	Sí	2	50,0	50,0	50,0
		No	2	50,0	50,0	100,0
		Total	4	100,0	100,0	
21 a 30 años	Válidos	Sí	13	30,2	30,2	30,2
		No	30	69,8	69,8	100,0
		Total	43	100,0	100,0	
31 a 50 años	Válidos	Sí	12	36,4	36,4	36,4
		No	21	63,6	63,6	100,0
		Total	33	100,0	100,0	
Más de 50 años	Válidos	Sí	27	28,1	28,1	28,1
		No	69	71,9	71,9	100,0
		Total	96	100,0	100,0	

Tabla 3—19: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Edad'

Las diferencias evidentes entre los distintos grupos se aprecian claramente en el *Gráfico 3—7* que reproducimos a continuación:

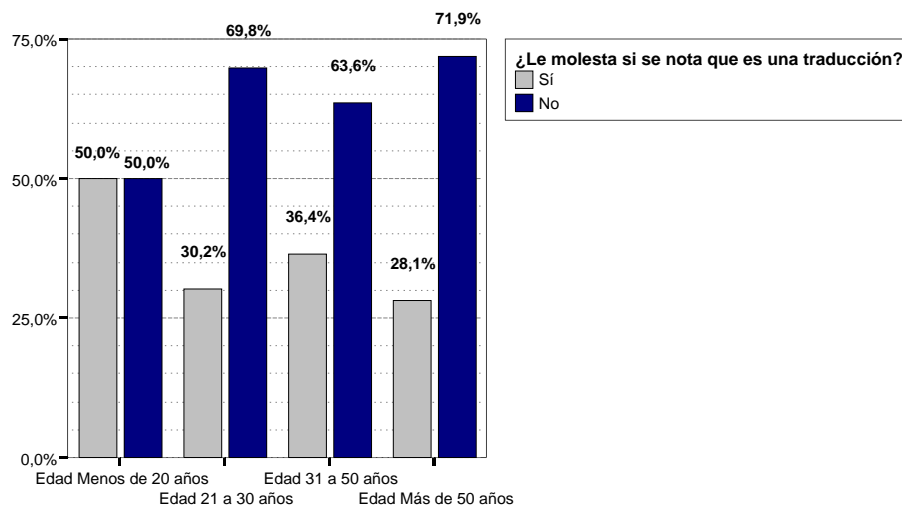


Gráfico 3—7: ¿Le molesta que se note que se trata de una traducción? Resultados por 'Edad'

3.2.2. Discusión

Al observar que en el grupo 'Turismo cultural' se encuentra el porcentaje mayor de sujetos que afirman que les molesta cuando se le nota a un texto que se trata de una traducción y al caracterizarse este grupo especialmente por el alto nivel de estudios de sus integrantes procedimos a segmentar los sujetos en función de la variable 'Nivel de estudios', seguido por la variable 'Edad'. Especialmente los resultados obtenidos de la segmentación de la primera de las dos variables apoyan nuestra hipótesis según la cual un mayor nivel de estudios aumentaría el nivel de exigencias relacionadas con un texto traducido. Asimismo, el hecho de que exista entre todos los sujetos una gran predisposición a aceptar textos comprensibles a los que se nota que se trata de una traducción podría indicar que los usuarios de folletos turísticos traducidos asumen que un texto traducido no ha de satisfacer las mismas exigencias que un texto original y que están dispuestos a aceptar ciertos elementos que no corresponden a los parámetros de calidad que exigen a un texto no traducido. Será necesario e interesante contrastar esta reflexión con la evaluación concreta que los mismos usuarios realizan mediante el

cuestionario 2.

3.3. Parámetros que inducen a pensar que se trata de una traducción

La pregunta 3 del cuestionario 1 enfoca los parámetros que inducen a los sujetos a considerar que un texto sea una traducción. Al tratarse de una pregunta abierta clasificamos las respuestas en función de su pertenencia a los parámetros de calidad barajados, partiendo de la base de que la falta de respeto de los mismos es la que llevaría a los sujetos a pensar que se trata de un texto traducido.

3.3.1. Los parámetros nombrados por los sujetos

A continuación ofrecemos los resultados obtenidos que nos permiten conocer las veces que los sujetos en sus respuestas se refirieron a los distintos parámetros de calidad barajados:

N	Válidos	Información no se corresponde con la realidad	1
		Texto e imagen no concuerdan	1
		Información carece de interés, es superflua	0
		Comprensión dificultosa	39
		Estilo poco usual y extraño	54
		Errores gramaticales	95
		Errores de ortografía	46
		Presentación gráfica y visual poco atractiva	4
		Comportamiento profesional deficiente	9

Tabla 3—20: ¿Qué le hace pensar que se trata de una traducción?

Tal como se aprecia en esta tabla de frecuencia, los sujetos establecen una clara jerarquía entre los parámetros barajados, considerando que los errores gramaticales, seguidos por un estilo inusual, por los errores de ortografía⁶⁸ y por una comprensibilidad deficiente son los principales responsables para que un texto sea percibido como una traducción.

⁶⁸ Sobre la base de los elementos más nombrados por los mismos sujetos introducimos los ‘Errores de ortografía’ como parámetro específico, renunciando a su inclusión en el parámetro de los ‘Errores gramaticales’.

3.3.2. Discusión

Los tres parámetros más nombrados hacen referencia a la forma del texto, mientras que los parámetros menos nombrados se refieren a aspectos relacionados con el contenido del mismo. Es interesante constatar que sólo nueve sujetos nombran de modo explícito la actuación profesional deficiente de la persona que traduce y sólo cuatro la presentación gráfica poco atractiva. Sorprende que ninguna de las respuestas haga referencia a la información carente de interés o superflua. Será interesante comparar la jerarquía establecida con la que resulte de la evaluación concreta de la Tradpubl y la Tradmanipul obtenida mediante el cuestionario 2.

3.4. Razones para no terminar de leer un folleto turístico

3.4.1. Existencia de razones para no terminar de leer un folleto turístico

Las respuestas de los sujetos son elocuentes: una gran mayoría (73,9%) considera que existen razones para no terminar de leer un folleto turístico, tal como lo reflejan la *Tabla 3—21* que reproducimos a continuación y el *Gráfico 3—8*.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	133	73,9	75,6	75,6
	No	43	23,9	24,4	100,0
	Total	176	97,8	100,0	
Perdidos	NS/NC	4	2,2		
Total		180	100,0		

Tabla 3—21: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico?

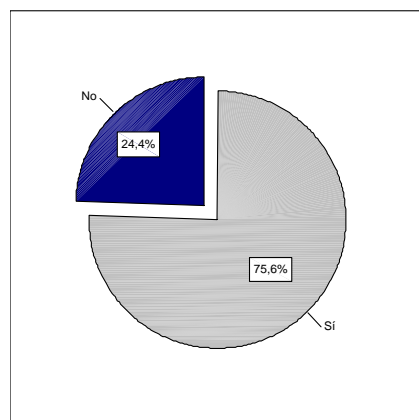


Gráfico 3—8: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico?

3.4.1.1. Resultados por 'Grupo'

Los resultados correspondientes a los tres grupos se diferencian sólo ligeramente, correspondiendo el mayor porcentaje de respuestas afirmativas al grupo de 'Escuelas idiomas' y el menor al de 'Turismo cultural', tal como se puede ver en la *Tabla 3—22* y en el *Gráfico 3—9*.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Sí	49	81,7	83,1	83,1
		No	10	16,7	16,9	100,0
		Total	59	98,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,7		
		Total	60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Sí	41	68,3	68,3	68,3
		No	19	31,7	31,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
		Total				
Circuitos	Válidos	Sí	43	71,7	75,4	75,4
		No	14	23,3	24,6	100,0
		Total	57	95,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	5,0		
		Total	60	100,0		

Tabla 3—22: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico? Resultados por 'Grupo'

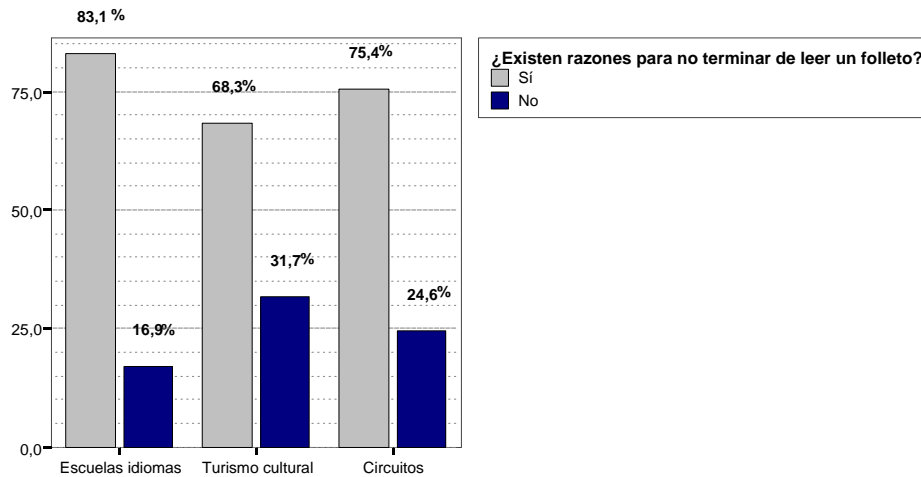


Gráfico 3—9: ¿Existen para Vd. razones para dejar de leer un folleto turístico? Resultados por 'Grupo'

3.4.2. Los parámetros nombrados por los sujetos

Con el objeto de conocer las posibles razones para no terminar de leer un folleto turístico incluimos en el cuestionario 1 una pregunta específica y abierta. Al tratarse de una pregunta abierta volvimos a clasificar las respuestas en función de su pertenencia a los parámetros de calidad barajados y considerando que la falta de respeto de los mismos es la que lleva a los sujetos a considerar que se trata de una traducción. Los resultados obtenidos se ven en la *Tabla 3—23* que sigue.

N	Válidos	Información no se corresponde con la realidad	30
		Texto e imagen no concuerdan	14
		Información carece de interés, es superflua	98
		Comprensión dificultosa	27
		Estilo poco usual y extraño	15
		Errores gramaticales	6
		Errores de ortografía	1
		Presentación gráfica y visual poco atractiva	24
		Comportamiento profesional deficiente	4

Tabla 3—23: ¿Qué razones le inducen a no terminar de leer un folleto turístico?

Los parámetros que más sujetos consideran responsables para la interrupción precoz de la lectura de un folleto turístico tienen que ver con el contenido del mismo, ocupando la información carente de interés o superflua el primer puesto, seguido por la información no fehaciente y la comprensión dificultosa. Sólo cuatro veces se nombra la deficiente capacidad profesional del traductor.

3.4.3. Discusión

El hecho de que una gran mayoría de sujetos manifieste que existen razones para no terminar de leer un folleto turístico es un argumento muy a tener en cuenta por los promotores de folletos turísticos. Sólo el conocimiento de estas razones permitirá concebir los folletos de modo que la posibilidad de que no se terminen de leer sea mínima. Resulta interesante la comparación entre los parámetros que los sujetos responsabilizan para percibir un texto como una traducción (cf. *Tabla 3—20*) y los responsables para una lectura incompleta de un folleto turístico (cf. *Tabla 3—23*). Los resultados reflejan que la ponderación varía de modo sustancial: mientras que en el primer caso los tres parámetros de mayor peso se relacionan todos con la forma del texto ('Errores gramaticales', 'Estilo poco usual y extraño' y 'Errores de ortografía'), en el segundo caso obtienen mayor importancia los relacionados con el contenido ('Información carente de interés', 'Información no fehaciente' y 'Comprensión dificultosa').

3.5. La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico

En la pregunta 5 del cuestionario 1 se enfocan las consecuencias que el no respeto de los parámetros barajados puede tener sobre la calidad de un folleto turístico. En primer lugar presentaremos los resultados referidos a todos los sujetos germanohablantes, después los que resultan de la segmentación de la variable 'Grupo'. Terminaremos con la segmentación de la variable 'Nivel de estudios' al considerarla en este contexto de especial relevancia.

3.5.1. Valores medios

La *Tabla 3—24* refleja los resultados frecuenciales y el *Gráfico 3—10* que le sigue los presenta en el orden de preferencia que los encuestados establecieron, indicando los valores medios de cada uno. Para fijar el grado de incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico disponían de una escala del 1 al 5, significando 1= ninguna merma y 5= máxima merma.

Produce hilaridad, expresiones que hacen gracia	N	Válidos	173
Media			1,77
Error típ. de la media			,078
Se nota que se trata de una traducción	N	Válidos	173
Media			2,21
Error típ. de la media			,081
Errores gramaticales	N	Válidos	175
Media			2,79
Error típ. de la media			,087
Estilo poco habitual y extraño	N	Válidos	174
Media			3,48
Error típ. de la media			,090
Presentación visual y gráfica poco atractiva	N	Válidos	176
Media			3,68
Error típ. de la media			,075
Texto e imagen no concuerdan	N	Válidos	174
Media			4,07
Error típ. de la media			,077
Comprensión del folleto dificultosa	N	Válidos	176
Media			4,16
Error típ. de la media			,069
Información carece de interés o es superflua	N	Válidos	176
Media			4,17
Error típ. de la media			,084
Información no se corresponde con realidad	N	Válidos	174
Media			4,63
Error típ. de la media			,069

Tabla 3—24: La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico. Valores medios

Los tres primeros puestos los ocupan parámetros relacionados con el contenido del TM, obteniendo todos una valoración media superior a 4. En relación con los parámetros que hacen referencia a la forma, los más valorados son los relacionados con la presentación gráfica, incluida la concordancia entre material verbal y visual, que

obtiene con un 4.07 un valor medio que supera los cuatro puntos. La media más baja corresponde con un 1,77 al parámetro ‘Produce hilaridad’, seguido por ‘Se nota que se trata de una traducción’ y los ‘Errores gramaticales’. Al hecho de que un folleto turístico sea reconocido como un texto traducido se le atribuye poca importancia con respecto a la merma de la calidad, al haber obtenido, tal como se aprecia en el *Gráfico 3—10* reproducido a continuación, la segunda valoración más baja.

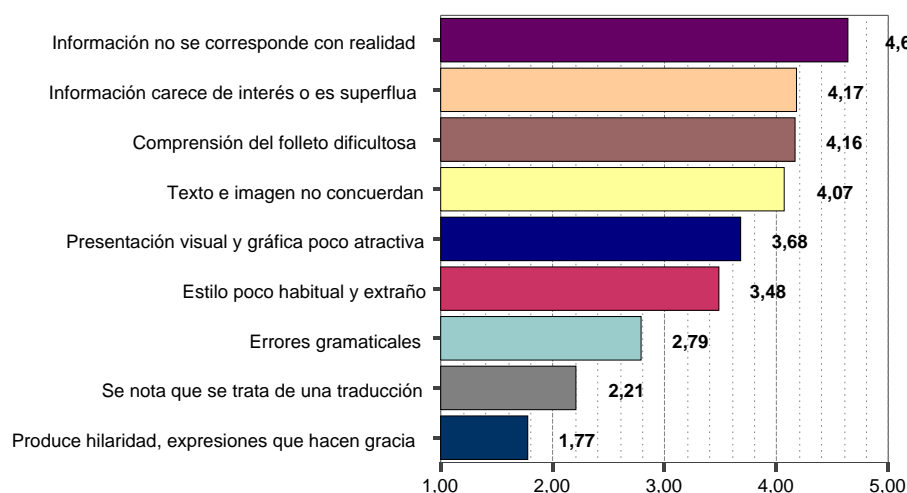


Gráfico 3—10: Incidencia de los parámetros en la merma de la calidad. Valores medios.

3.5.1.1. Valores medios por ‘Grupo’

El enfocar las respuestas en función de la pertenencia de los sujetos a uno de los tres grupos de turistas arroja unos resultados que se distinguen muy poco de los obtenidos sin previa segmentación como se puede ver en la *Tabla 3—25* y la *Tabla 3—26*. En la primera de las dos agrupamos los parámetros relacionados con el contenido del folleto y en la segunda los que remiten primordialmente a su forma. Llama la atención que los valores más bajos, que implican una mínima merma de calidad,

pertenecen todos al ámbito de la forma, mientras que los valores más altos, que los sujetos consideran responsables de una máxima merma de la calidad, remiten exclusivamente al contenido del texto.

Grupo			Texto e imagen no concuerdan	Comprensión del folleto dificultosa	Información carece de interés o es superflua	Información no se corresponde con realidad
Escuelas idiomas	N	Válidos	59	60	60	60
		Perdidos	1	0	0	0
	Media		3,86	4,23	4,12	4,68
		Error típ. de la media	,115	,107	,126	,097
Turismo cultural	N	Válidos	58	58	58	57
		Perdidos	2	2	2	3
	Media		4,38	4,29	4,40	4,84
		Error típ. de la media	,095	,092	,137	,055
Circuitos	N	Válidos	57	58	58	57
		Perdidos	3	2	2	3
	Media		3,96	3,97	4,00	4,35
		Error típ. de la media	,173	,152	,170	,171

Tabla 3—25: La incidencia de los parámetros relacionados con el contenido en la merma de la calidad de un folleto turístico. Valores medios por 'Grupo'

Grupo			Produce hilaridad, expresiones que hacen gracia	Se nota que se trata de una traducción	Errores gramaticales	Estilo poco habitual y extraño	Presentación visual y gráfica poco atractiva
Escuelas idiomas	N	Válidos	60	60	60	60	60
		Perdidos	0	0	0	0	0
	Media		1,62	2,15	2,73	3,17	3,93
		Error típ. de la media	,112	,136	,156	,124	,116
Turismo cultural	N	Válidos	58	58	59	57	59
		Perdidos	2	2	1	3	1
	Media		1,84	2,38	3,00	3,68	3,59
		Error típ. de la media	,134	,147	,139	,170	,126
Circuitos	N	Válidos	55	55	56	57	57
		Perdidos	5	5	4	3	3
	Media		1,87	2,11	2,63	3,61	3,49
		Error típ. de la media	,158	,137	,156	,166	,144

Tabla 3—26: La incidencia de los parámetros relacionados con la forma en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Grupo'

3.5.1.2. Valores medios por 'Nivel de Estudios'

Teniendo en cuenta nuestra hipótesis según la cual un mayor nivel de estudios conllevaría unas exigencias mayores en cuanto a la calidad exigida no podría faltar el análisis de los resultados segmentando el nivel educativo de los sujetos en relación con

los parámetros responsables de una merma de la calidad. Los resultados son interesantes, en el sentido de que podemos observar que los titulados universitarios, son aquellos sujetos que en relación con los parámetros relacionados con la forma del folleto aplican una evaluación más severa que los encuestados con un nivel de estudios más bajo. Sin embargo, en relación con los parámetros que remiten al contenido, son sorprendentemente los sujetos con menos estudios, los que son más exigentes, tal como se puede ver en la *Tabla 3—27* y en la *Tabla 3—28* que siguen:

Estudios			Texto e imagen no concuerdan	Comprensión del folleto dificultosa	Información carece de interés o es superflua	Información no se corresponde con realidad
Formación profesional	N	Válidos	42	43	43	43
		Perdidos	1	0	0	0
	Media		4,00	4,19	4,05	4,58
	Error típ. de la media		,163	,150	,176	,142
Bachiller/COU	N	Válidos	43	44	44	44
		Perdidos	2	1	1	1
	Media		4,07	4,20	4,30	4,70
	Error típ. de la media		,143	,136	,144	,136
Titulo universitario	N	Válidos	62	62	62	60
		Perdidos	1	1	1	3
	Media		4,03	4,08	4,15	4,53
	Error típ. de la media		,134	,118	,156	,120

Tabla 3—27: La incidencia de los parámetros relacionados con el contenido en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Nivel de estudios'

Estudios			Produce hilaridad, expresiones que hacen gracia	Se nota que se trata de una traducción	Errores gramaticales	Estilo poco habitual y extraño	Presentación visual y gráfica poco atractiva
Formación profesional	N	Válidos	42	42	42	43	43
		Perdidos	1	1	1	0	0
	Media		1,69	2,12	2,55	3,35	3,84
	Error típ. de la media		,138	,174	,171	,194	,152
Bachiller/COU	N	Válidos	43	43	43	43	44
		Perdidos	2	2	2	2	1
	Media		1,44	2,05	2,74	3,28	3,84
	Error típ. de la media		,121	,163	,194	,164	,126
Titulo universitario	N	Válidos	62	62	62	61	62
		Perdidos	1	1	1	2	1
	Media		2,11	2,42	2,92	3,51	3,52
	Error típ. de la media		,154	,133	,140	,154	,128

Tabla 3—28: La incidencia de los parámetros relacionados con la forma en la merma de la calidad de un folleto turístico. Resultados por 'Nivel de estudios'

3.5.1.3. Otros aspectos responsables de una merma de la calidad

Para darles a los sujetos la posibilidad de nombrar libremente factores que, en su opinión, contribuyen a disminuir la calidad de un folleto turístico, incluimos una pregunta abierta al respecto. En primer lugar presentamos las respuestas obtenidas y recodificadas en función de los parámetros barajados, al considerar que la no observancia de los mismos origina disminución de la calidad. En segundo lugar resaltaremos algunas de las respuestas literales al considerarlas de especial interés.

N	Válidos		
		Información veraz	14
		Relación entre material verbal y visual	8
		Información útil, interesante, accesible	25
		Claridad, comprensibilidad	12
		Estilo usual	6
		Corrección gramatical	1
		Ortografía	0
		Presentación gráfica atractiva	36
		Comportamiento profesional	0

Tabla 3—29: Otros aspectos responsables de una merma de la calidad originada por la falta de respeto de los parámetros de calidad barajados

El dato más sorprendente que revela la tabla es que el parámetro, con diferencia más nombrado, es el de la ‘Presentación gráfica atractiva’ que en las preguntas anteriores ocupaba sólo un puesto intermedio.

Si contemplamos las respuestas literales más de cerca, podemos observar que muchos sujetos resaltan la importancia de un adecuado diseño gráfico, en concreto hay 16 sujetos que asignan al tamaño de la letra, a la calidad del papel y de la impresión un peso específico, aspectos sin duda nada despreciables, al decidir sobre si el folleto es leído o no. En relación con las respuestas que subsumamos en el segundo parámetro más elegido (‘Información de interés y accesible’), destaca que varias personas resaltan que la falta de la actualidad de las informaciones constituye un aspecto que contribuye a una calidad deficiente. Relacionado con el tercer parámetro más considerado (‘Veracidad de la información’) es interesante observar que más de la mitad de los sujetos que se expresan lo hacen porque consideran que una información que exagera los hechos o una información que contiene demasiados elementos publicitarios es

contraproducente, en el mismo sentido se expresa un sujeto cuando afirma que la calidad sufre con “fotos que mienten”.⁶⁹

3.5.2. Discusión

Establecer en qué medida la falta de respeto de un determinado parámetro se plasma en una determinada merma de la calidad de un texto turístico (traducido) implica una valoración de estos parámetros por parte de los sujetos encuestados. Al haber comprobado en el *pretest* que la correlación entre la valoración y la incidencia de los mismos en la merma de la calidad era casi completa, optamos por descargar el cuestionario definitivo incluyendo una única pregunta que enfoca directamente el peso que los encuestados conceden a estos parámetros en relación con la merma de la calidad. Tal decisión nos parece acertada teniendo en cuenta que las respuestas a la pregunta 5 del cuestionario 1 son un reflejo directo de la valoración general de los parámetros, en la que se basa y en la que los parámetros barajados en esta investigación (cf. 2.3.4.4. *Los parámetros de calidad barajados*) presentan la jerarquía siguiente:

1. Veracidad de la información transmitida
2. Información de interés y accesible para un usuario real del TM
3. Claridad y comprensibilidad
4. Concordancia entre texto e imagen
5. Presentación visual y gráfica atractiva
6. Estilo usual para el tipo del TM
7. Corrección gramatical
8. Recursos estilísticos verbales y visuales adecuados que no provocan efectos no deseados, entre ellos la ‘Hilaridad’⁷⁰.

⁶⁹ En este sentido es muy interesante la opinión de los ‘Expertos’ (cf. *Apéndice III: I Transcripción de entrevistas*).

⁷⁰ Falta el parámetro *Comportamiento profesional/Actuación profesional* al no considerarlo de modo explícito en la pregunta 5 del cuestionario.

Los primeros tres parámetros, que los sujetos consideran más importantes, se refieren todos al contenido del TM, mientras que los cuatro últimos remiten a su forma.

Cabe destacar que las respuestas a las preguntas 4. y 5. inducen a pensar que entre los sujetos existe una predisposición para aceptar que un folleto turístico sea identificado como texto traducido, sin que ello provoque una merma pronunciada de su calidad. De modo parecido, los sujetos admiten que un folleto turístico traducido provoque cierta hilaridad, sin que ello lleve a una merma importante de su calidad. Más adelante compararemos estos resultados con los de la evaluación concreta realizada por los sujetos.

Una de las variables que barajamos en la pregunta 5 no forma parte de los parámetros de calidad propiamente dichos. Se trata de la variable ‘Se nota que se trata de una traducción’ que habíamos enfocado previamente en la pregunta 2. La incluimos una segunda vez para que nos sirviera de control. El valor medio de 2,21 que obtiene confirma los resultados antes obtenidos, dado que, tal como el *Gráfico 3—3* demuestra, la existencia de un alto porcentaje de sujetos germanohablantes que consideran que no les molesta si se nota que un texto es una traducción, concuerda con que consideran que este hecho tiene poca importancia sobre la merma de la calidad de un TM. Más adelante nos preguntaremos si existe correlación entre esta valoración y el grado de profesionalidad que los sujetos atribuyen a la persona que ha traducido el texto (Tradpubl o Tradmanipul) en el que basan su evaluación concreta en el cuestionario 2. En relación con las exigencias que los encuestados formulan respecto a la calidad de un folleto turístico, los resultados referidos a las expectativas de los mismos confirman, en principio, que un nivel de educación mayor implica un mayor nivel de exigencias. Queda por comprobar si esta observación se repite en los resultados relacionados con la evaluación concreta que más adelante presentaremos. Asimismo será interesante averiguar si a la hora de la evaluación los sujetos con mayor nivel educativo vuelven a mostrarse más severos con los parámetros relacionados con la forma del texto que los sujetos con un nivel de educación más básico.

3.6. Adecuación de una traducción a las expectativas de los lectores

Para conocer si los usuarios de folletos turísticos entrevistados opinan que una traducción ha de adecuarse a las expectativas de los lectores o no, incluimos en el cuestionario la pregunta seis.

3.6.1. Resultados referidos a todos los sujetos

Los resultados obtenidos son elocuentes dado que más de dos terceras partes de los encuestados responden de modo afirmativo, tal como lo reflejan la *Tabla 3—30* y el *Gráfico 3—11* que reproducimos a continuación:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	141	78,3	81,0	81,0
	No	33	18,3	19,0	100,0
	Total	174	96,7	100,0	
Perdidos	NS/NC	6	3,3		
	Total	180	100,0		

Tabla 3—30: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados referidos a todos los sujetos

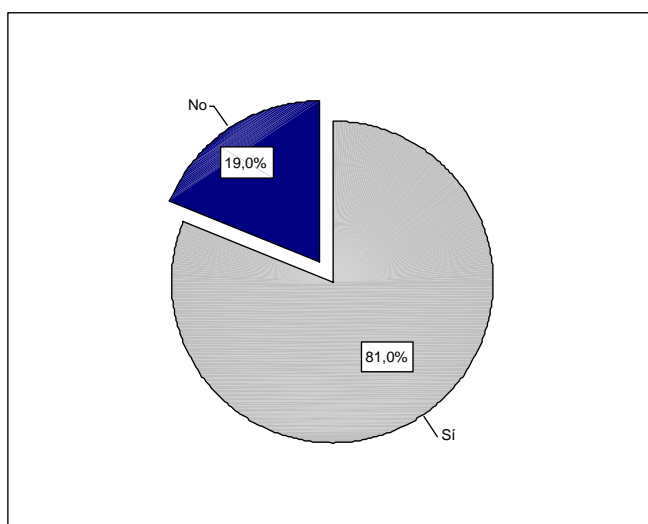


Gráfico 3—11: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados referidos a todos los sujetos

3.6.1.1. Resultados por ‘Grupo’

La segmentación de los resultados en función de la pertenencia a uno de los tres grupos muestra que existe cierta diferencia de opinión, aunque en los tres grupos hay una clara mayoría a favor de adecuar la traducción a las expectativas de los lectores. Si comparamos los porcentajes afirmativos destaca claramente el grupo ‘Turismo cultural’, con el 93,3%, mientras que los estudiantes del grupo ‘Escuela idiomas’ destacan con la mayor proporción de sujetos que opina lo contrario (30,1%). Al diferenciarse estos dos grupos, ante todo, por su edad y su formación presentaremos después de los resultados obtenidos de la segmentación de la variable ‘Grupo’ también los que resulten de la segmentación de las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’.

Grupo			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Escuelas idiomas	Válidos	Si	38	63,3	67,9	67,9
		No	18	30,0	32,1	100,0
		Total	56	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	4	6,7		
	Total		60	100,0		
Turismo cultural	Válidos	Si	56	93,3	93,3	93,3
		No	4	6,7	6,7	100,0
		Total	60	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
	Total					
Circuitos	Válidos	Si	47	78,3	81,0	81,0
		No	11	18,3	19,0	100,0
		Total	58	96,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	3,3		
	Total		60	100,0		

Tabla 3—31: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige?

Resultados por ‘Grupo’

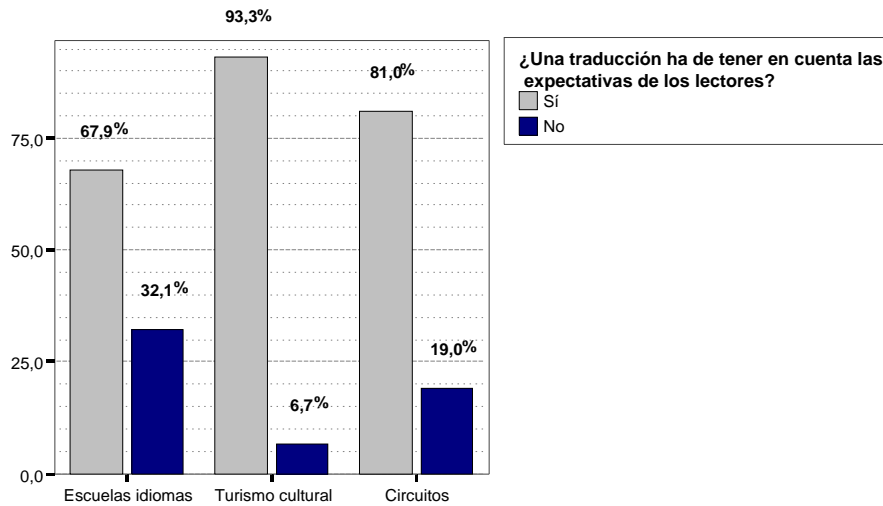


Gráfico 3—12: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por 'Grupo'

3.6.1.2. Resultados por 'Edad'

Tal como se puede apreciar en la *Tabla 3—32* y en el *Gráfico 3—13* que siguen, existen diferencias muy pronunciadas entre las distintas franjas de edad, siendo el grupo de los más jóvenes el que menos importancia le atribuye a la correspondencia a las expectativas de los lectores (50%) y el de los sujetos mayores (86,2%) el que más. Se observa, por lo tanto, una tendencia que nos indica que con mayor edad existe mayor acuerdo en pedirle a una traducción que tenga en cuenta las expectativas de sus lectores. Sin embargo tenemos que tener en cuenta que el porcentaje de los más jóvenes se basa en un número de sujetos muy reducido.

Edad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 20 años	Válidos	Sí	2	50,0	50,0	50,0
		No	2	50,0	50,0	100,0
		Total	4	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
Total						
21 a 30 años	Válidos	Sí	29	67,4	72,5	72,5
		No	11	25,6	27,5	100,0
		Total	40	93,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	7,0		
Total		43	100,0			
31 a 50 años	Válidos	Sí	26	78,8	81,3	81,3
		No	6	18,2	18,8	100,0
		Total	32	97,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	3,0		
Total		33	100,0			
Más de 50 años	Válidos	Sí	81	84,4	86,2	86,2
		No	13	13,5	13,8	100,0
		Total	94	97,9	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	2,1		
Total		96	100,0			

Tabla 3—32: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige?
Resultados por 'Edad'

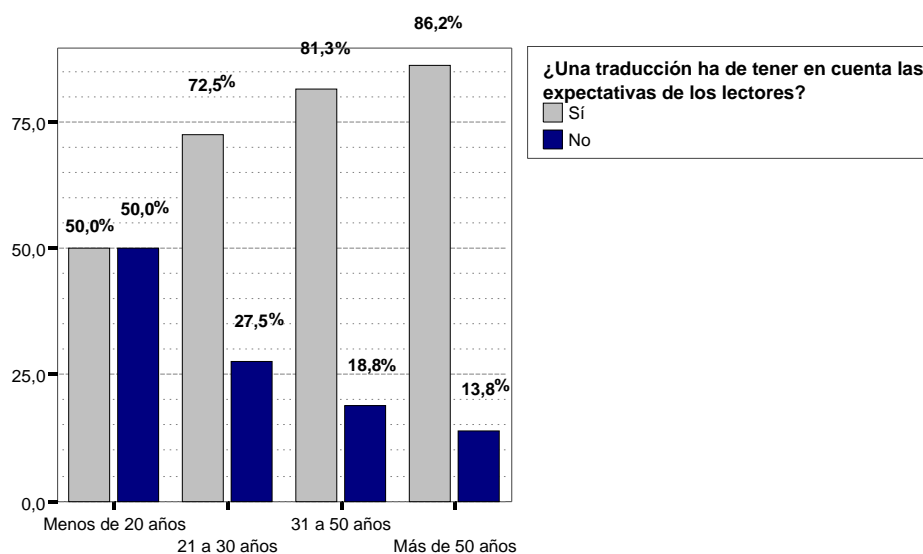


Gráfico 3—13: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por 'Edad'

3.6.1.3. Resultados por 'Nivel de estudios'

Segmentando los resultados en función del nivel de estudios podemos observar que en los tres grupos existe una clara mayoría de sujetos que consideran que una traducción ha de tener en cuenta las expectativas de sus lectores. Sin embargo existen claras diferencias entre los tres grupos, destacando los titulados universitarios con el porcentaje más alto de respuestas afirmativas (90,3%), seguido por el grupo de las personas que disponen de un título en formación profesional (81%). El menor porcentaje afirmativo le corresponde al grupo de los sujetos que disponen de estudios de bachillerato. La tabla siguiente (Tabla 3—33) pone de evidencia que con un mayor nivel de estudios aumenta la proporción de los sujetos que opinan que una traducción ha de tener en cuenta las expectativas de los lectores. De hecho se puede constatar una diferencia de casi 20 puntos entre los bachilleres y los titulados universitarios, ocupando los sujetos con un nivel de estudios intermedio (Formación profesional) un porcentaje

situado a medio camino entre los dos, lo que se aprecia de modo muy claro en el *Gráfico 3—14* reproducido después de la *Tabla 3—33* que sigue:

Estudios			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Formación profesional	Válidos	Sí	34	79,1	81,0	81,0
		No	8	18,6	19,0	100,0
		Total	42	97,7	100,0	
	Perdido	NS/NC	1	2,3		
	Total	43	100,0			
Bachiller/COU	Válidos	Sí	28	62,2	68,3	68,3
		No	13	28,9	31,7	100,0
		Total	41	91,1	100,0	
	Perdido	NS/NC	4	8,9		
	Total	45	100,0			
Título universitario	Válidos	Sí	56	88,9	90,3	90,3
		No	6	9,5	9,7	100,0
		Total	62	98,4	100,0	
	Perdido	NS/NC	1	1,6		
	Total	63	100,0			

Tabla 3—33: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por ‘Nivel de estudios’

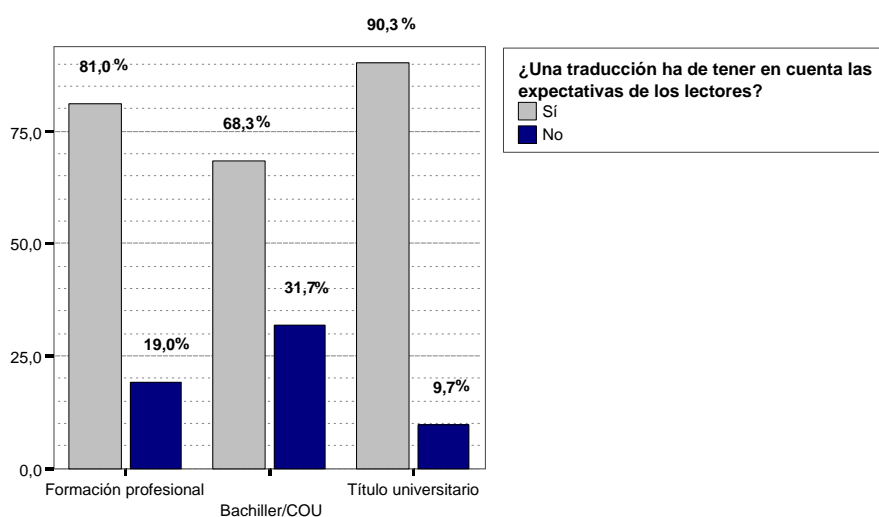


Gráfico 3—14: ¿Ha de tener en cuenta una traducción las expectativas de los lectores a los que se dirige? Resultados por ‘Nivel de estudios’

3.6.2. Discusión

Resumiendo podemos afirmar que las respuestas a la pregunta 6 arrojan los siguientes resultados: en primer lugar ponen de evidencia que la mayoría de los sujetos considera que una traducción ha de tener en cuenta las expectativas de los lectores a los que se dirige. En segundo lugar llama la atención que la segmentación de las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’ revela unos resultados que se distinguen claramente de los obtenidos sin previa segmentación. En este sentido destaca la observación de que conforme va avanzando la edad y el nivel de estudios de los sujetos se produce un incremento de las respuestas afirmativas que implican que una traducción ha de tener en cuenta las expectativas de los destinatarios. Este resultado apunta hacia una confirmación de nuestra hipótesis según la cual las expectativas de los usuarios de folletos turísticos cambiarían en función de determinadas características de los lectores a los que se quiere llegar. Una discusión detallada sobre las hipótesis nos la reservamos, sin embargo, para la discusión general y para las conclusiones que presentaremos al final de nuestra investigación.

3.7. La pertinencia de información específica sobre Sierra Nevada en el folleto presentado

Con la pregunta 7 pretendimos averiguar si los sujetos esperaban en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información específica sobre Sierra Nevada.

3.7.1. Resultados referidos a todos los sujetos

La mayoría de los sujetos (79,1%) no esperan en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información específica sobre Sierra Nevada, siendo la proporción de los que no contestan con tres personas, sobre un total de 180, mínima, tal como se aprecia en la *Tabla 3—34* y en el *Gráfico 3—15*:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	37	20,6	20,9	20,9
	No	140	77,8	79,1	100,0
	Total	177	98,3	100,0	
Perdidos	NS/NC	3	1,7		
Total		180	100,0		

Tabla 3—34: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre *Sierra Nevada*? Resultados referidos a todos los sujetos

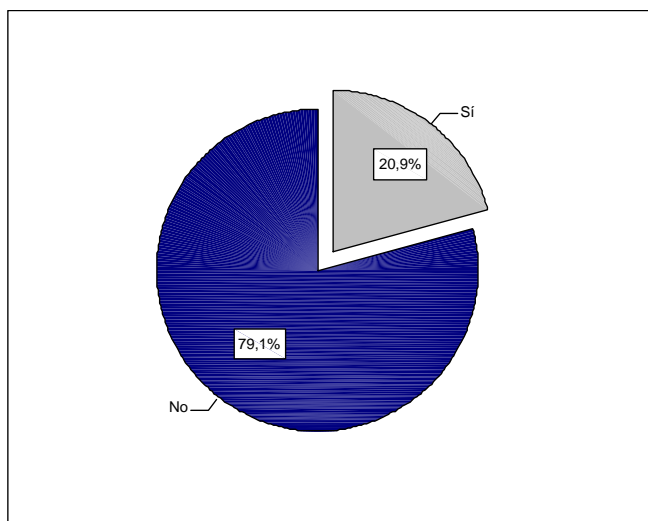


Gráfico 3—15: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre *Sierra Nevada*? Resultados referidos a todos los sujetos

Para averiguar si la opinión de los sujetos en relación con la pregunta 6 varía, en función de si son aficionados al esquí, aficionados al senderismo y si tenían conocimientos previos sobre Sierra Nevada, segmentamos los resultados por las tres siguientes variables: ‘Aficionado al esquí’, ‘Aficionado al senderismo’ y ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’.

3.7.1.1. Resultados por ‘Afición al esquí’

De la tabla siguiente (Tabla 3—35) se desprende que tanto entre los aficionados al esquí como entre las personas que no comparten esta afición se encuentra una gran mayoría de sujetos que no esperan información sobre Sierra Nevada en un folleto titulado *La Granada monumental*. La segmentación de la variable ‘Aficionado al esquí’ implica sólo una variación mínima de los porcentajes referidos a las respuestas afirmativas o negativas, siendo el porcentaje de las respuestas afirmativas sólo un 4,1% más alto cuando no existe afición al esquí.

Aficionado al esquí			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	Válidos	Sí	18	22,5	23,4	23,4
		No	59	73,8	76,6	100,0
		Total	77	96,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	3	3,8		
		Total	80	100,0		
No	Válidos	Sí	17	18,3	18,3	18,3
		No	76	81,7	81,7	100,0
		Total	93	100,0	100,0	
	Perdidos	NS/NC				
		Total				

Tabla 3—35: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre Sierra Nevada? Resultados por ‘Aficionado al esquí’

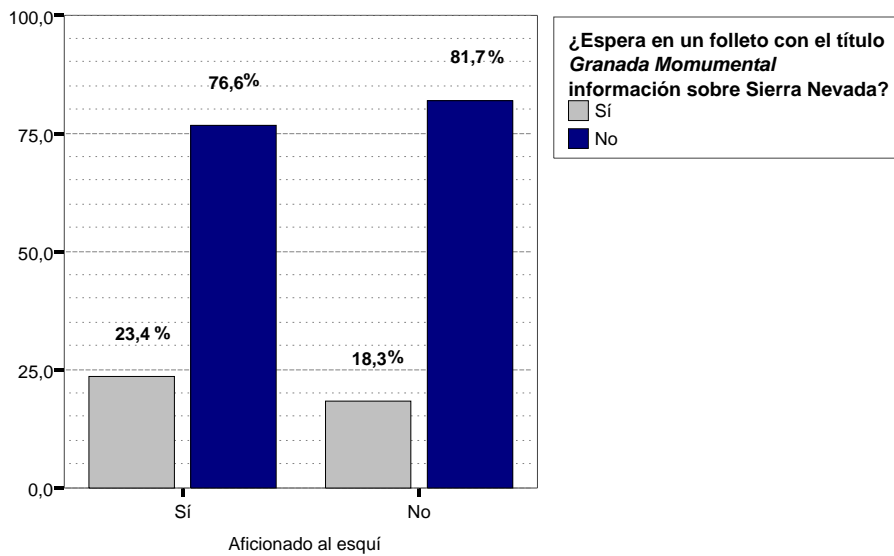


Gráfico 3—16: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre *Sierra Nevada*? Resultados por 'Aficionado al esquí'

3.7.1.2. Resultados por 'Afición al senderismo'

Tanto los aficionados al senderismo como los que no declaran tal afición se pronuncian mayoritariamente en contra de que se incluya información sobre Sierra Nevada en un folleto sobre la Granada monumental. En comparación con la tabla anterior (*Tabla 3—35*) se aprecia un mayor porcentaje entre los sujetos que no son aficionados al senderismo que esperan información sobre Sierra Nevada (28,6%) que entre los sujetos que se declaran no ser aficionados al esquí (18,3%).

Aficionado al senderismo y a las excursiones en			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	Válidos	Sí	31	19,6	19,9	19,9
		No	125	79,1	80,1	100,0
		Total	156	98,7	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	1,3		
		Total	158	100,0		
No	Válidos	Sí	4	26,7	28,6	28,6
		No	10	66,7	71,4	100,0
		Total	14	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	6,7		
		Total	15	100,0		

Tabla 3—36: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre *Sierra Nevada*? Resultados por ‘Aficionado al senderismo’

La segmentación de la variable ‘Aficionado al senderismo’ arroja mayores porcentajes de respuestas afirmativas que en el caso de la segmentación de la variable ‘Aficionado al esquí’, destacando el 28,6% de sujetos que esperan información específica sobre Sierra Nevada entre los encuestados que no profesan ninguna afición al senderismo, tal como se puede apreciar de modo muy claro en el *Gráfico 3—17* siguiente:

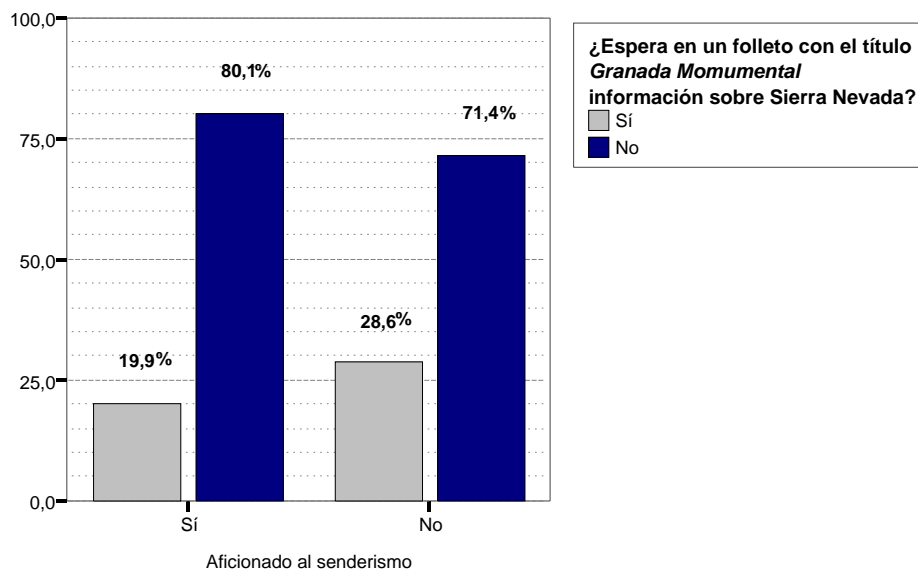


Gráfico 3—17: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Aficionado al senderismo'

3.7.1.3. Resultados por 'Conocimiento previo de Sierra Nevada'

El hecho de que los sujetos tengan conocimientos previos sobre Sierra Nevada parece influir poco en los resultados de la pregunta siete, dado que los valores entre los que conocen Sierra Nevada y los que no tienen conocimientos previos sobre ella varían poco, alcanzando sólo un 8,7%, tanto en relación con las respuestas afirmativas como con las negativas. Son los sujetos sin conocimiento previo los que más información demandan, aunque la gran mayoría de los sujetos se pronuncia de modo inequívoco por la no inclusión de tal información, como lo demuestra la *Tabla 3—37* y el *Gráfico 3—18* reproducidos en la página siguiente:

Comentario [MLN5]: 5.comprobar

Conoce Sierra Nevada			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	Válidos	Sí	6	15,0	15,4	15,4
		No	33	82,5	84,6	100,0
		Total	39	97,5	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	2,5		
		Total	40	100,0		
No	Válidos	Sí	30	22,4	22,7	22,7
		No	102	76,1	77,3	100,0
		Total	132	98,5	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	1,5		
		Total	134	100,0		

Tabla 3—37: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Conocimiento previo de Sierra Nevada'

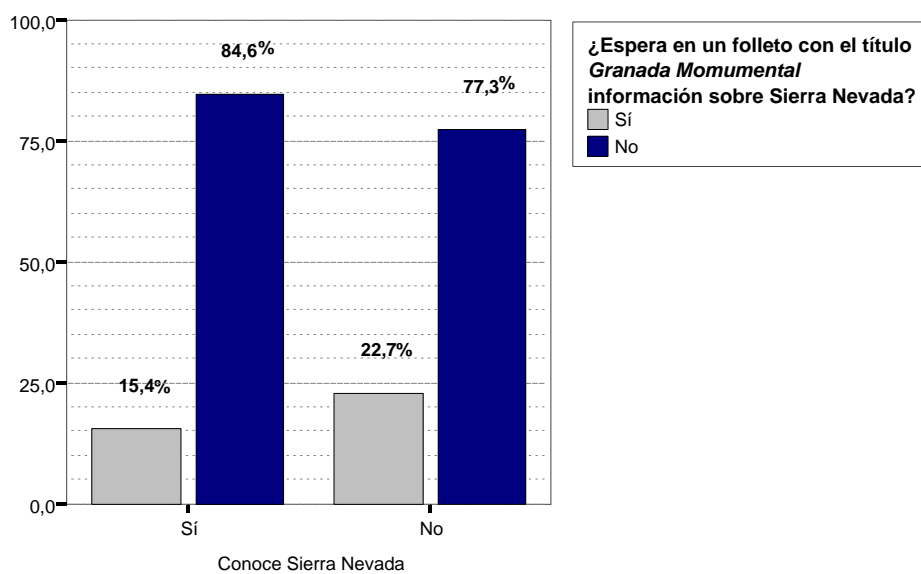


Gráfico 3—18: ¿Espera en un folleto turístico con el título *La Granada monumental* información sobre Sierra Nevada? Resultados por 'Conocimiento previo de Sierra Nevada'

3.7.2. **Discusión**

Lo más llamativo es la coincidencia entre la gran mayoría de los sujetos en considerar que no esperan información específica sobre Sierra Nevada en un folleto turístico sobre la ciudad de Granada. Ello revela que los editores del prospecto traducido descuidan las expectativas reales de los destinatarios. La segmentación de los resultados arroja un panorama muy parecido al obtenido sin segmentación previa, lo que representa un indicio más para llegar a la conclusión de que el prospecto en su versión alemana ha sido concebido ignorando que la información sobre Sierra Nevada carece para la gran mayoría de los receptores a los que se dirige de interés y podría no tener, por lo tanto, el efecto publicitario deseado.

3.8. **La pertinencia de informaciones concretas sobre Sierra Nevada.**

Con independencia a los resultados obtenidos en la pregunta siete formulamos la pregunta ocho para conocer qué tipo de información concreta esperarían los sujetos en un prospecto específico sobre Sierra Nevada.

3.8.1. **Resultados referidos a todos los sujetos**

Los resultados evidencian que los sujetos son selectivos a la hora de las informaciones que esperan sobre Sierra Nevada. Existen informaciones que una gran mayoría estima de interés, mientras que hay otras tantas informaciones que gran parte de los sujetos considera de poca relevancia. Las preguntas que incluimos en esta pregunta reflejan en su gran mayoría los elementos de información sobre Sierra Nevada contenidos en el texto base de nuestro experimento (cf. *Apéndice I:A*). El porcentaje mayor de respuestas afirmativas (98,3%) lo reúne la información sobre la posibilidad de dedicarse al senderismo y al alpinismo en la época estival. En la *Tabla 3—38* y en el *Gráfico 3—19* que reproducimos en la página siguiente se ve claramente que la información que menos se espera es una comparación explícita con otras estaciones de esquí (25,7%), seguida por la información acerca de discotecas, pubs y bares (32,4%) así como de tiendas (35,1%).

Comentario [MLN6]: 6.comp
robar

		Sí	No
Distinción otras estaciones como los Alpes	%	25,7%	74,3%
Discotecas, pubs y bares	%	32,4%	67,6%
Tiendas	%	35,1%	64,9%
Competiciones deportivas internacionales	%	49,4%	50,6%
Vista panorámica hasta África	%	54,0%	46,0%
Ambiente alpino	%	63,9%	36,1%
Medio ambiente	%	81,4%	18,6%
Remontes	%	83,9%	16,1%
Estación de esquí	%	91,1%	8,9%
Oferta Hotelera	%	91,6%	8,4%
Parque Natural	%	96,6%	3,4%
Verano. excursiones y alpinismo	%	98,3%	1,7%

Tabla 3—38: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados referidos a todos los sujetos

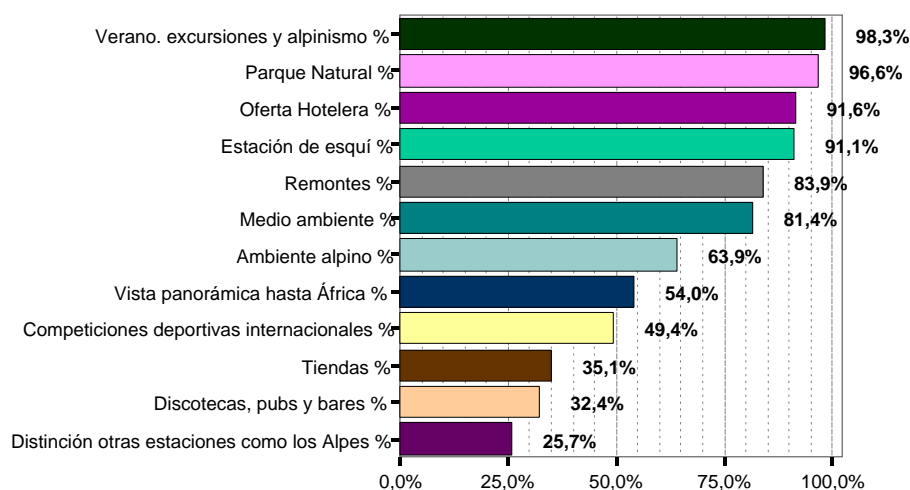


Gráfico 3—19: ¿Considera indispensables en un folleto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados referidos a todos los sujetos

Para comprobar si los resultados varían o no, en función de determinadas características de los sujetos, segmentamos a continuación las variables ‘Edad’ y ‘Afición al esquí’. Asimismo, y para disponer de otro dato más, presentaremos también

los resultados referidos al grupo de referencia de los ‘Españoles’.

3.8.1.1. Resultados por ‘Edad’

La segmentación de la variable ‘Edad’ arroja unos resultados sólo en parte distintos a los obtenidos sin segmentación previa. Las diferencias más llamativas se encuentran entre los sujetos más jóvenes que aún no han cumplido los veinte años. Sólo la mitad espera información sobre la estación de esquí, porcentaje que contrasta con los valores cercanos al 100% de las otras franjas de edad. En esta misma línea se sitúan las respuestas a la pregunta sobre si los sujetos consideran indispensable la información sobre los remontes en Sierra Nevada. Los menores de veinte años, con el 66,7%, se muestran mayoritariamente nada interesados en tal información, mientras que entre los sujetos de las franjas de edad superiores esta proporción se invierte. Relacionado con la información concreta sobre discotecas, bares, pubs, tiendas, así como sobre competiciones deportivas internacionales son los más jóvenes los que la demandan muy por encima de los sujetos de edades más avanzadas.

	Edad	Sí	No
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Verano. excursiones y alpinismo	Menos de 20 años	100.0%	
	21 a 30 años	100.0%	
	31 a 50 años	100.0%	
	Más de 50 años	96.8%	3.2%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Parque Natural	Menos de 20 años	100.0%	
	21 a 30 años	97.7%	2.3%
	31 a 50 años	87.9%	12.1%
	Más de 50 años	98.9%	1.1%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Oferta Hotelera	Menos de 20 años	100.0%	
	21 a 30 años	95.3%	4.7%
	31 a 50 años	90.9%	9.1%
	Más de 50 años	91.5%	8.5%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Estación de esquí	Menos de 20 años	50.0%	50.0%
	21 a 30 años	97.7%	2.3%
	31 a 50 años	97.0%	3.0%
	Más de 50 años	87.4%	12.6%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Remontes	Menos de 20 años	33.3%	66.7%
	21 a 30 años	73.8%	26.2%
	31 a 50 años	81.8%	18.2%
	Más de 50 años	90.2%	9.8%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Medio ambiente	Menos de 20 años	100.0%	
	21 a 30 años	72.1%	27.9%
	31 a 50 años	78.1%	21.9%
	Más de 50 años	87.2%	12.8%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Ambiente alpino	Menos de 20 años	33.3%	66.7%
	21 a 30 años	65.1%	34.9%
	31 a 50 años	76.7%	23.3%
	Más de 50 años	59.6%	40.4%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Vista panorámica hasta África	Menos de 20 años	50.0%	50.0%
	21 a 30 años	69.8%	30.2%
	31 a 50 años	51.5%	48.5%
	Más de 50 años	47.8%	52.2%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Competiciones deportivas internacionales	Menos de 20 años	66.7%	33.3%
	21 a 30 años	51.2%	48.8%
	31 a 50 años	46.9%	53.1%
	Más de 50 años	48.9%	51.1%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Tiendas	Menos de 20 años	66.7%	33.3%
	21 a 30 años	23.3%	76.7%
	31 a 50 años	40.6%	59.4%
	Más de 50 años	39.1%	60.9%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Discotecas, pubs y bares	Menos de 20 años	66.7%	33.3%
	21 a 30 años	51.2%	48.8%
	31 a 50 años	37.5%	62.5%
	Más de 50 años	20.9%	79.1%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Distinción otras estaciones como los Alpes	Menos de 20 años	25.0%	75.0%
	21 a 30 años	20.9%	79.1%
	31 a 50 años	22.6%	77.4%
	Más de 50 años	29.2%	70.8%

Tabla 3—39: ¿Considera indispensables las siguientes informaciones sobre SN? Resultados por 'Edad'

3.8.1.2. Resultados por ‘Afición al esquí’

La afición al esquí no incide de modo sustancial en los resultados a la pregunta ocho: podemos observar que la diferencia mayor entre los valores de los aficionados al esquí y los que no tienen devoción por este deporte alcanza el 13% en el caso del elemento informativo ‘Ambiente alpino de Sierra Nevada’, dado que los esquiadores le conceden mayor importancia a este tipo de información que los que no esquían. Otros dos parámetros informativos que reúnen una aceptación distinta en función de que los encuestados sean esquiadores o no, es la información que hace referencia a la cercanía del continente africano y la información sobre distintas opciones de pasar el ocio en establecimientos comerciales específicos como discotecas, pubs y bares. En ambos casos la demanda de información de los esquiadores supera a la de los no esquiadores, en el primer caso en un 8,4% y en el segundo en un 7,7%. A excepción de estos tres elementos informativos se observa que la variable ‘Afición al esquí’ influye poco en los resultados obtenidos, lo que se manifiesta en general en unas diferencias mínimas entre las respuestas afirmativas y negativas de esquiadores y personas que no son aficionados a este deporte, tal como se puede ver en la *Tabla 3—40* que sigue:

	Aficionado al esquí	Sí	No
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Verano. excursiones y alpinismo	Sí	98.8%	1.3%
	No	97.8%	2.2%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Parque Natural	Sí	96.2%	3.8%
	No	96.7%	3.3%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Oferta Hotelera	Sí	90.0%	10.0%
	No	94.5%	5.5%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Estación de esquí	Sí	93.8%	6.3%
	No	88.0%	12.0%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Remontes	Sí	82.3%	17.7%
	No	84.1%	15.9%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Medio ambiente	Sí	83.5%	16.5%
	No	82.4%	17.6%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Ambiente alpino	Sí	69.6%	30.4%
	No	56.6%	43.4%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Vista panorámica hasta África	Sí	59.5%	40.5%
	No	51.1%	48.9%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Competiciones deportivas internacionales	Sí	50.6%	49.4%
	No	48.9%	51.1%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Tiendas	Sí	34.2%	65.8%
	No	38.6%	61.4%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Discotecas, pubs y bares	Sí	37.2%	62.8%
	No	29.5%	70.5%
Información indispensable sobre Sierra Nevada: Distinción otras estaciones como los Alpes	Sí	28.6%	71.4%
	No	21.8%	78.2%

Tabla 3—40: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por ‘Afición al esquí’

3.8.1.3. Resultados por ‘Españoles’

Al caracterizarse el grupo de referencia de los hispanohablantes por su pertenencia a la primera franja de edad (menos de 20 años) y por su nivel homogéneo de estudios (todos menos uno tienen sólo estudios de bachillerato), la segmentación de la variable ‘Españoles’ se convierte al mismo tiempo en una segmentación de las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’. Tal como se puede ver en la tabla siguiente tabla (*Tabla 3—41*) y en el *Gráfico 3—20*, los resultados son muy interesantes, al diferenciarse claramente de los resultados referidos a los sujetos de nuestra investigación. Para

facilitar la comparación y visualización de los resultados referidos a las personas hispanohablantes y los resultados de los sujetos de nuestro estudio volvemos a reproducir después de los resultados referidos al grupo de referencia ‘Españoles’ los resultados de nuestro estudio, disponiendo los dos respectivos gráficos de barras en la página siguiente.

Comentario [MLN7]: 7.comp

		Sí	No
Distinción otras estaciones como los Alpes	%	35,0%	65,0%
Discotecas, pubs y bares	%	64,4%	35,6%
Tiendas	%	39,0%	61,0%
Competiciones deportivas internacionales	%	81,4%	18,6%
Vista panorámica hasta África	%	39,0%	61,0%
Ambiente alpino	%	74,6%	25,4%
Medio ambiente	%	84,5%	15,5%
Remontes	%	45,6%	54,4%
Estación de esquí	%	96,7%	3,3%
Oferta Hotelera	%	88,3%	11,7%
Parque Natural	%	88,1%	11,9%
Verano. excursiones y alpinismo	%	79,7%	20,3%

Tabla 3—41: *¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por ‘Españoles’*

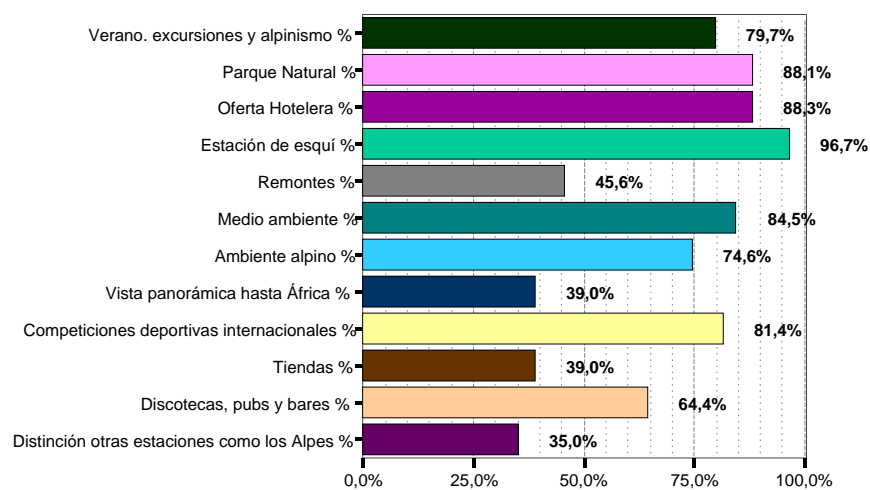


Gráfico 3—20: ¿Considera indispensables en un prospecto sobre Sierra Nevada las siguientes informaciones? Resultados por 'Españoles'

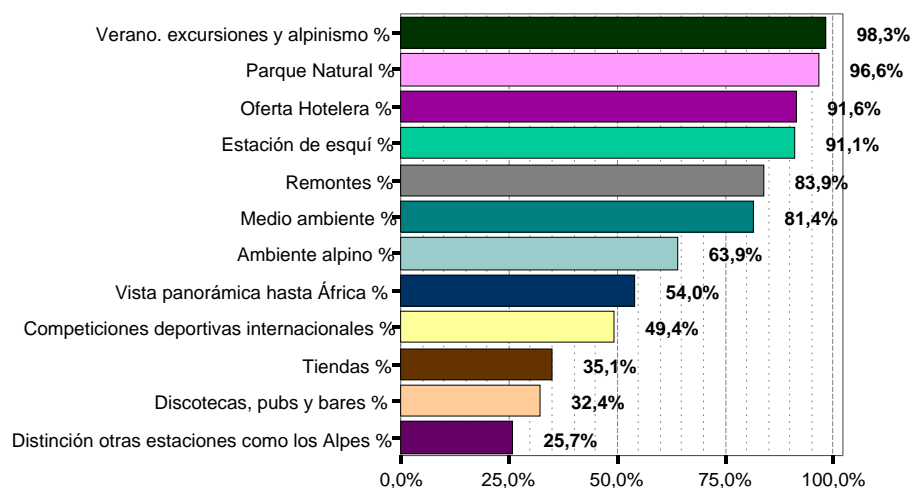


Gráfico 3—21: Resultados referidos a todos los sujetos

Es evidente que los sujetos (germanohablantes) del estudio y las personas del grupo de referencia de los ‘Españoles’ no son comparables en todas sus vertientes al existir diferencias claras en cuanto a determinadas características socioculturales y sociodemográficas (cf. 2.6. *Los sujetos*). No obstante y teniendo en cuenta esta clara limitación nos parece interesante señalar las siguientes diferencias: la mayor diferencia la podemos constatar relacionado con la variable ‘Remontes’, dado que una mayoría notable de los sujetos germanohablantes (83,9%) demandan esta información específica, mientras que entre los hispanohablantes no lo consideran así ni siquiera la mitad de los encuestados (45,6%), lo que supone una diferencia porcentual de un 38,3%. Otra diferencia considerable se puede observar en relación con la variable ‘Discotecas, pubs y bares’, pero esta vez son los hispanohablantes los que demandan mayoritariamente este tipo de información (64,4%), mientras que entre los sujetos germanohablantes no se encuentra ni siquiera un tercio (32,4%) que así lo considera alcanzando la diferencia porcentual el 32%, al igual que en relación con la variable ‘Competiciones deportivas internacionales’. En este caso son también los ‘Españoles’ los que, con el 81,4%, superan la demanda de los sujetos germanohablantes (49,4%).

3.8.2. Discusión

Los resultados sorprenden en el sentido de que la segmentación en relación con la información que los turistas germanohablantes demandarían en un folleto sobre Sierra Nevada no arroja diferencias sustanciales en comparación con los resultados obtenidos sin segmentación previa si exceptuamos las diferencias constatadas en relación con los ítems ‘Tiendas’, ‘Discotecas, pubs y bares’ y ‘Competiciones deportivas internacionales’, donde se observa de modo claro una mayor demanda entre los más jóvenes. Referido a la información sobre los ‘Remontes’ pasa justo lo contrario: son los más jóvenes los que menos se interesan por ella, lo que en un primer momento puede sorprender, si, de modo intuitivo, partimos de la base de que el deporte del esquí ejerce mayor atractivo sobre los jóvenes. Sin entrar en conjeturas sobre las causas de este resultado nos limitamos a constatar que no coincide con las propias expectativas.

CAPÍTULO 4:
RESULTADOS REFERIDOS
A LA EVALUACIÓN DE LOS USUARIOS

4. RESULTADOS REFERIDOS A LA EVALUACIÓN DE LOS USUARIOS

En la presentación de los resultados relativos a la evaluación procederemos de la misma forma que en el caso de las expectativas. En primer lugar presentaremos los resultados referidos a la totalidad de los sujetos sin distinción ninguna. A continuación y con el objeto de poder observar posibles diferencias entre los datos en función de distintas características de los sujetos, tal como lo prevé el diseño de la investigación, segmentaremos los resultados por las respectivas variables de interés. Para no desviar la atención sobre aspectos secundarios segmentaremos sólo las preguntas 1 y 11 por la totalidad de las variables socioculturales y sociodemográficas barajadas. En la presentación de los resultados seguiremos el orden de aparición de las preguntas en el cuestionario 2. Dado que la mitad de los sujetos evaluaron la Tradpubl y la otra mitad la Tradmanipul separaremos todos los resultados en función del texto en el que se basó la evaluación. Concluiremos cada apartado con la discusión de los aspectos más relevantes.

4.1. La calidad global de la traducción

En la primera pregunta (cuestionario 2) relacionada con la evaluación del texto previamente leído, les pedimos a los sujetos que evaluaran de modo global la calidad del TM en una escala del 1 al 5, significando 1=excelente y 5=pésimo⁷¹. Después de presentar los resultados generales sin distinguir ninguna de las particularidades de los encuestados incidiremos en los resultados obtenidos de la segmentación de doce⁷²

⁷¹ Recordamos que optamos por invertir la escala con respecto al *pretest*, dado que en la mayoría de los países germanohablantes la mejor calificación es el 1 y la peor el 5, ello significa que la mejor calidad se manifiesta en la puntuación más baja lo que contrasta con la costumbre española de aumentar la puntuación conforme mejora la evaluación.

⁷² Las trece variables segmentadas en relación con las expectativas de los usuarios se quedan en doce, al prescindir el diseño de la investigación de la variable 'Lengua materna' en la parte relacionada con la evaluación.

variables que reflejan las características socioculturales y sociodemográficos de los sujetos.

4.1.1. Valores medios

La siguiente tabla refleja los resultados obtenidos distinguiendo entre la traducción publicada (Tradpubl) y la traducción manipulada (Tradmanipul) y presenta la media aritmética y la mediana⁷³ resultantes.

En la *Tabla 4—1* y en los *Gráficos 4—1* y *4—2* podemos observar que la Tradmanipul obtiene una valoración ligeramente mejor que la Tradpubl, alcanzando la diferencia entre las dos medias 0,48 puntos. Si comparamos las medianas, en el lugar de las medias, la diferencia es con 0,80 puntos algo mayor.

Evaluación calidad			
1 Tradpubl	N	Válidos	90
		Perdidos	0
	Media		3,2206
	Error típ. de la media		,09812
	Mediana		3,3000
	Mínimo		1,40
2 Tradmanipul	N	Válidos	90
		Perdidos	0
	Media		2,7350
	Error típ. de la media		,09354
	Mediana		2,5000
	Mínimo		1,00
	Máximo		5,00

Tabla 4—1: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul

⁷³ La mediana es aquel punto de una escala por encima y por debajo del cual se encuentran la mitad de los valores medidos. Se trata de un valor estadístico que en relación con resultados frecuenciales basados en una gran cantidad de valores recabados no sufre el efecto distorsionador de posibles valores extremos, al contrario de lo que sucede en la media aritmética (cf. Bühl & Zöfel, 2002:118).

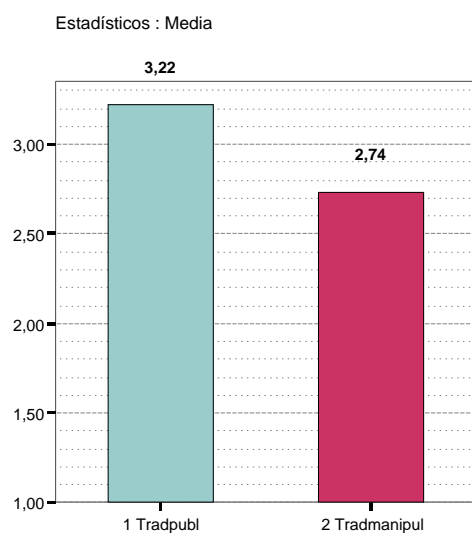


Gráfico 4—1: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul (media aritmética)

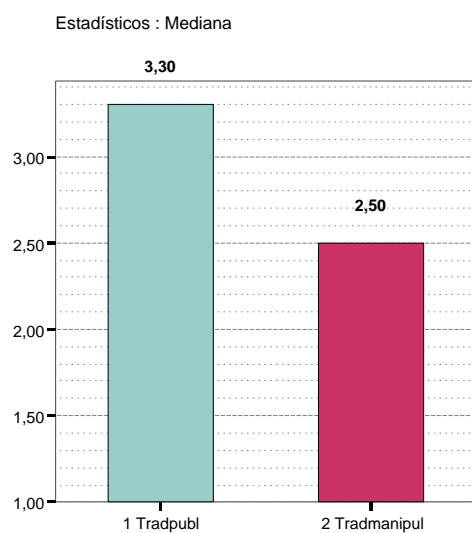


Gráfico 4—2: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul (mediana)

4.1.1.1. Valores medios por ‘Grupo’

Lo primero que destaca es que todos los grupos evalúan la Tradmanipul mejor

que la Tradpubl. Sin embargo dentro de esta unanimidad, sobresale el hecho de que mientras que en relación con la Tradmanipul las evaluaciones por parte de los tres grupos son casi idénticas (la diferencia mayor alcanza sólo 0,08 puntos) en la evaluación de la Tradpubl se dan diferencias más claras, acercándose la diferencia mayor a un punto entero (0,73). El grupo ‘Escuelas idiomas’ es el que evalúa de modo más severo, lo que se refleja en las puntuaciones mayores en relación con ambas traducciones.

Evaluación calidad				
Escuelas idiomas	1 Tradpubl	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			3,6200
	Error típ. de la media			,16255
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			2,7833
	Error típ. de la media			,20550
	<hr/>			
Turismo cultural	1 Tradpubl	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			3,1533
	Error típ. de la media			,12764
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			2,7033
	Error típ. de la media			,15112
	<hr/>			
Circuitos	1 Tradpubl	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			2,8883
	Error típ. de la media			,19094
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	N	Válidos	30
			Perdidos	0
	Media			2,7183
	Error típ. de la media			,12398

Tabla 4—2: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Grupo’

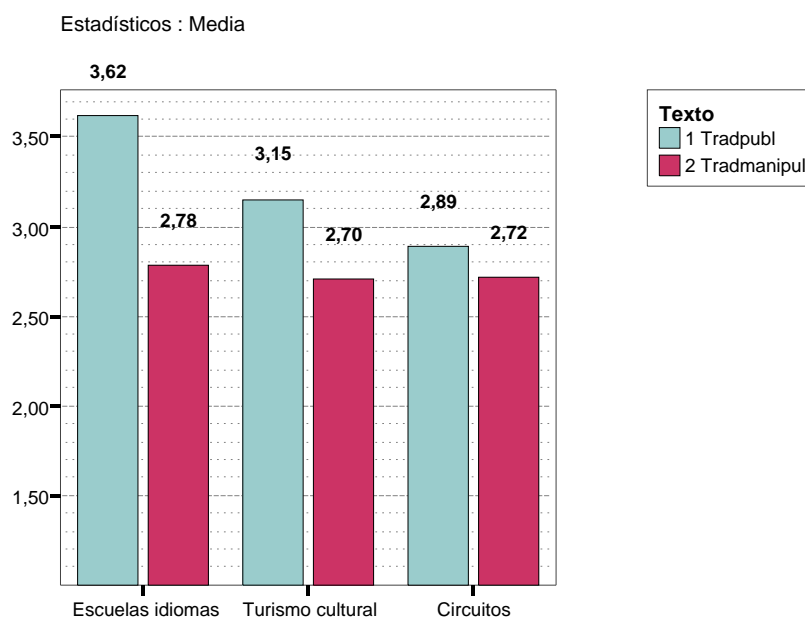


Gráfico 4—3: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Grupo'

4.1.1.2. Valores medios por 'Edad'

En todas las franjas de edad la calidad de la Tradmanipul es considerada mejor que la Tradpubl, alcanzando la diferencia mayor entre las dos 1,73 en la franja de los más jóvenes, frente a la diferencia menor de 0,24 entre los sujetos mayores de 50 años. Se puede observar que existe una variación considerable entre las evaluaciones de las distintas franjas de edad, siendo los más jóvenes los que se caracterizan por una evaluación mucho más severa en relación con la Tradpubl (3,73) que con la Tradmanipul (2,0). Estos resultados relacionados con la franja de edad de los más jóvenes han de contemplarse con gran reserva dado el reducido número de sujetos. Otro dato interesante es que la diferencia entre la valoración de las dos traducciones disminuye conforme avanza la edad de los sujetos, al contabilizar en el caso de la Tradpubl sólo tres personas y en el de la Tradmanipul sólo una (3/1). Esta diferencia

entre la calidad de las dos traducciones se evidencia muy bien en el *Gráfico 4—4* que presentamos después de la tabla que sigue (*Tabla 4—3*). Si enfocamos los valores que cada franja de edad le concede a la Tradmanipul podemos constatar que la oscilación es mínima (0,11⁷⁴), mientras que la que corresponde a los valores de la Tradpubl se eleva casi a un punto (0,83).

Evaluación calidad				
Menos de 20 años	1 Tradpubl	N	Válidos	3
			Perdidos	0
		Media		3,7333
		Error típ. de la media		,28480
	2 Tradmanipul	N	Válidos	1
			Perdidos	0
Media			2,0000	
	Error típ. de la media			
21 a 30 años	1 Tradpubl	N	Válidos	23
			Perdidos	0
		Media		3,6217
		Error típ. de la media		,19910
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,8450	
	Error típ. de la media		,23039	
31 a 50 años	1 Tradpubl	N	Válidos	15
			Perdidos	0
		Media		3,5667
		Error típ. de la media		,19510
	2 Tradmanipul	N	Válidos	18
			Perdidos	0
Media			2,7167	
	Error típ. de la media		,27950	
Más de 50 años	1 Tradpubl	N	Válidos	48
			Perdidos	0
		Media		2,9031
		Error típ. de la media		,12795
	2 Tradmanipul	N	Válidos	48
			Perdidos	0
Media			2,7385	
	Error típ. de la media		,10232	

Tabla 4—3: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Edad'

⁷⁴ Excluimos el valor obtenido por la franja de edad de los que tienen menos de 20 años, debido a la imposibilidad de calcular el error típico de la media como consecuencia del reducido número de sujetos.

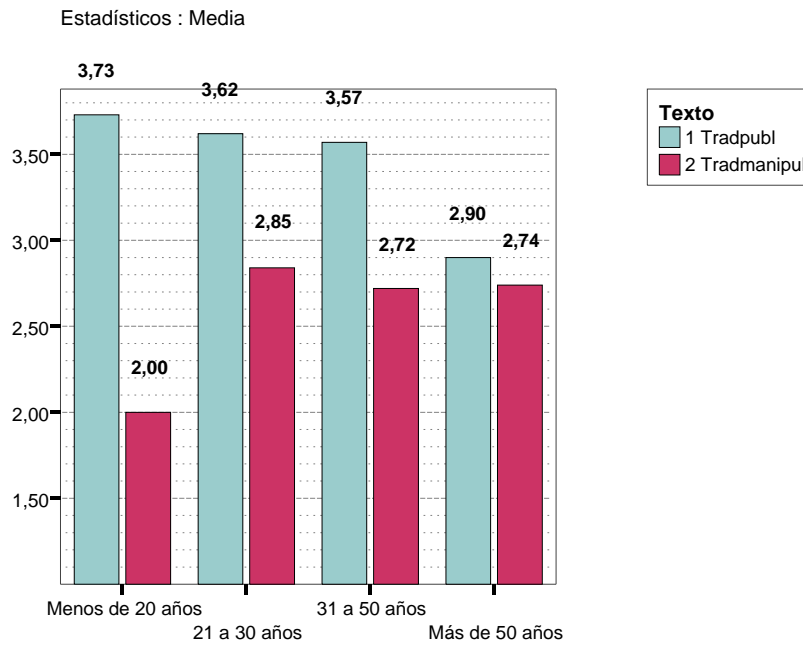


Gráfico 4—4: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Edad'

4.1.1.3. Valores medios por 'Sexo'

La tabla y el gráfico siguientes (*Tabla 4—4* y *Gráfico 4—5*) demuestran que el sexo femenino es algo más severo a la hora de la evaluación de la calidad de ambas traducciones, dado que tanto en relación con la Tradpubl como con la Tradmanipul sus puntuaciones son más altas que las de los hombres, alcanzando la diferencia en el caso de la Tradpubl 0,3 y en el de la Tradmanipul 0,11. La calidad de la Tradmanipul es considerada por ambos sexos como la mejor aunque la diferencia que establecen las mujeres a favor de la Tradmanipul es algo más alta (0,56) que la de los hombres (0,37). En cuanto a la evaluación de la Tradmanipul los valores que hombres y mujeres conceden son casi iguales con una oscilación mínima de 0,11 puntos.

Evaluación calidad				
Mujer	1 Tradpubl	N	Válidos	53
			Perdidos	0
		Media		3,3481
		Error típ. de la media		,13270
	2 Tradmanipul	N	Válidos	52
		Perdidos	0	
		Media		2,7933
		Error típ. de la media		,12543
Hombre	1 Tradpubl	N	Válidos	36
			Perdidos	0
		Media		3,0528
		Error típ. de la media		,14417
	2 Tradmanipul	N	Válidos	36
		Perdidos	0	
		Media		2,6806
		Error típ. de la media		,14512

Tabla 4—4: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Sexo'

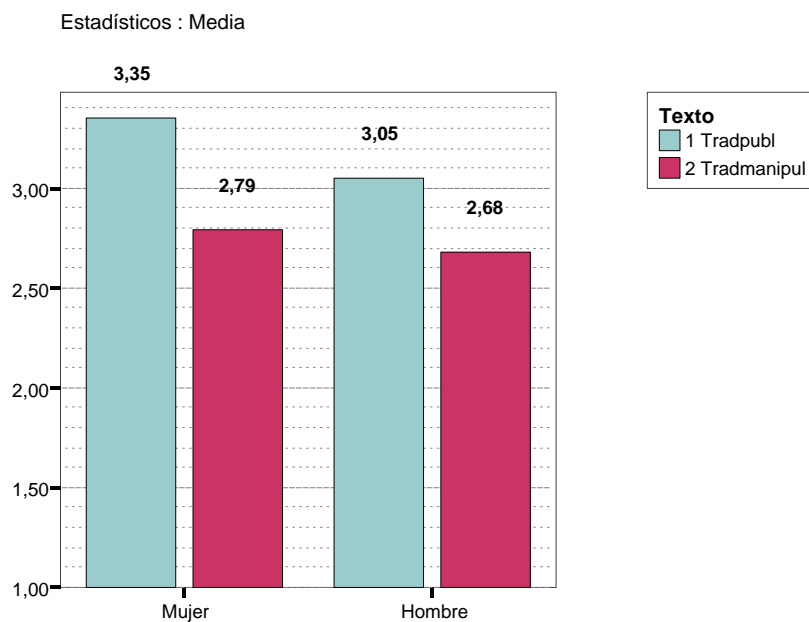


Gráfico 4—5: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Sexo'

4.1.1.4. Valores medios por ‘Tamaño de la localidad de residencia’

En la segmentación de esta variable podemos constatar que el segmento de las personas residentes en núcleos de población con menos de 2000 habitantes es el único en concederle a la Tradpubl una evaluación mejor (2,38) que a la Tradmanipul (3,2). Este resultado ha de ser tomado en cuenta con gran reserva, dado el número limitado de sujetos en el que se basa (6/2), y teniendo en cuenta el valor muy alto del error típico de la media. La oscilación entre los valores de la Tradmanipul es con 0,68 menor que la de la Tradpubl que alcanza un valor de 1,07. En general se puede observar que la segmentación no arroja unos resultados sustancialmente distintos a los obtenidos sin previa segmentación, tal como se puede ver en la tabla y en el gráfico que siguen (*Tabla 4—5* y *Gráfico 4—6*).

Evaluación calidad				
Menos de 2000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	0
		Media		2,3750
		Error típ. de la media		,57645
	2 Tradmanipul	N	Válidos	2
			Perdidos	0
		Media		3,2000
		Error típ. de la media		,70000
2001 a 10000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	12
			Perdidos	0
		Media		3,4500
		Error típ. de la media		,27178
	2 Tradmanipul	N	Válidos	11
			Perdidos	0
		Media		3,0273
		Error típ. de la media		,24087
10001 a 50000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	23
			Perdidos	0
		Media		3,0174
		Error típ. de la media		,14860
	2 Tradmanipul	N	Válidos	25
			Perdidos	0
		Media		2,6620
		Error típ. de la media		,14455
50001 a 200000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	18
			Perdidos	0
		Media		3,4500
		Error típ. de la media		,18172
	2 Tradmanipul	N	Válidos	16
			Perdidos	0
		Media		3,0312
		Error típ. de la media		,23852
200001 a 500000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	9
			Perdidos	0
		Media		3,2889
		Error típ. de la media		,33017
	2 Tradmanipul	N	Válidos	13
			Perdidos	0
		Media		2,5769
		Error típ. de la media		,26364
Más de 500000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	21
			Perdidos	0
		Media		3,3524
		Error típ. de la media		,22239
	2 Tradmanipul	N	Válidos	23
			Perdidos	0
		Media		2,5174
		Error típ. de la media		,20552

Tabla 4—5: Evaluación global: Valores medios por 'Tamaño localidad residencia'

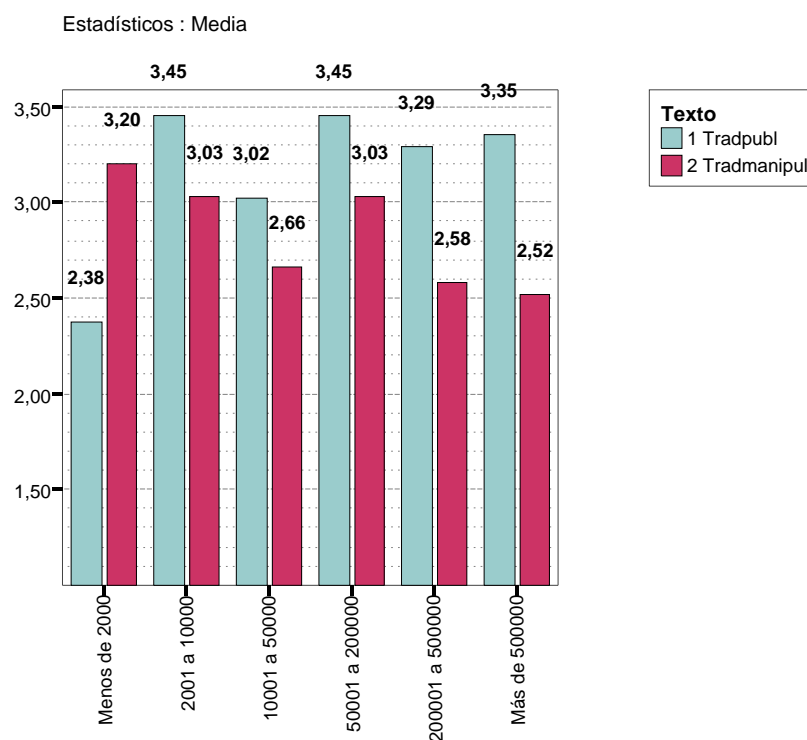


Gráfico 4—6: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Tamaño localidad residencia'

4.1.1.5. Valores medios por 'Situación laboral'

Podemos observar unas mínimas diferencias entre los resultados correspondientes a las cuatro situaciones laborales. Existe coincidencia entre todos los grupos segmentados en considerar mejor la calidad global de la Tradmanipul que la de la Tradpubl. Llama la atención de que para los pensionistas la calidad de las dos traducciones es casi idéntica, al ascender la diferencia entre las dos valoraciones sólo a 0,15 puntos. Las amas de casas son el grupo que establece una diferencia mayor entre las dos traducciones. Para ellas la Tradmanipul aventaja la Tradpubl en 0,66 puntos lo

que está ligeramente por encima de la diferencia obtenida sin segmentación. Asimismo son las amas de casa el grupo que peor calificación le concede a la Tradpubl (3,60), mientras que los sujetos que participan de modo activo en el mercado laboral son los que emiten la mejor evaluación de la Tradmanipul (2,56). En relación con los segmentos ‘Amas de casa’ y ‘Estudiantes’ no hay que perder de vista que se caracterizan por un error típico de la media elevado al basarse en un número muy reducido de sujetos que en el caso de las ‘Amas de casas’ es mínimo al contabilizar sólo 3 sujetos referidos a la Tradpubl y 6 sujetos referidos a la Tradmanipul (3/6). Tampoco puede faltar la observación de que la oscilación de los valores referidos a la Tradmanipul es claramente menor que la que se da en relación con la Tradpubl, tal como se ve claramente en el gráfico (*Gráfico 4—7*) y en la tabla que siguen (*Tabla 4—7*):

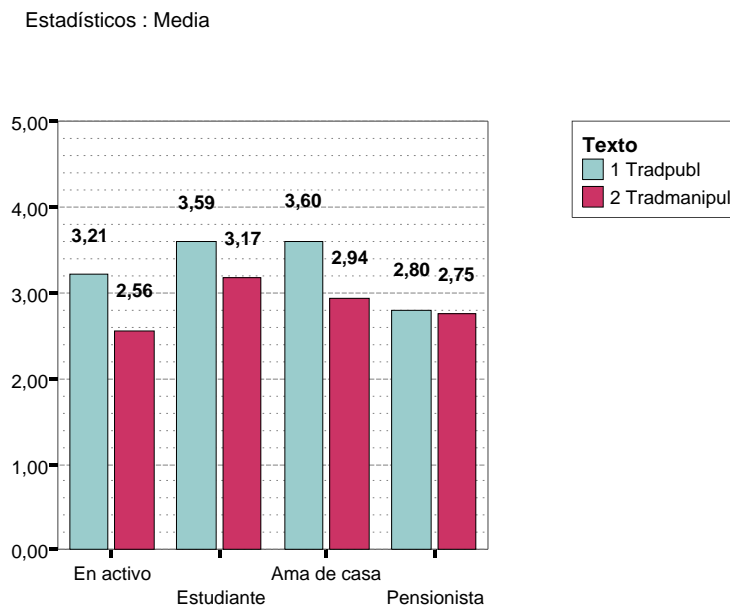


Gráfico 4—7: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Situación laboral’

Evaluación calidad				
En activo	1 Tradpubl	N	Válidos	35
			Perdidos	0
			Media	3,2071
		Error típ. de la media	,15133	
	2 Tradmanipul	N	Válidos	36
		Perdidos	0	
		Media	2,5583	
		Error típ. de la media	,16112	
Estudiante	1 Tradpubl	N	Válidos	16
			Perdidos	0
			Media	3,5938
		Error típ. de la media	,24723	
	2 Tradmanipul	N	Válidos	10
		Perdidos	0	
		Media	3,1700	
		Error típ. de la media	,30842	
Ama de casa	1 Tradpubl	N	Válidos	3
			Perdidos	0
			Media	3,6000
		Error típ. de la media	,70238	
	2 Tradmanipul	N	Válidos	6
		Perdidos	0	
		Media	2,9417	
		Error típ. de la media	,26721	
Pensionista	1 Tradpubl	N	Válidos	26
			Perdidos	0
			Media	2,7962
		Error típ. de la media	,15526	
	2 Tradmanipul	N	Válidos	26
		Perdidos	0	
		Media	2,7538	
		Error típ. de la media	,13176	

Tabla 4—6: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Situación laboral’

4.1.1.6. Valores medios por ‘Nivel de estudios’

Con independencia del nivel de estudios todos los sujetos consideran que la calidad global de la Tradmanipul es mejor aunque hay que destacar que en el grupo segmentado formado por los sujetos que disponen de estudios de ‘Formación profesional’ la diferencia establecida entre la calidad global de las dos traducciones es mínima dado que la Tradmanipul sólo es considerada en 0,09 puntos mejor que la

Tradpubl. Asimismo queda patente que todas las valoraciones referidas a la Tradmanipul apenas se diferencian, de modo que la oscilación sólo es de 0,12 puntos. Relacionada con la valoración de la Tradpubl, la oscilación es algo mayor alcanzando 0,60 puntos En el grupo de los bachilleres se aprecia con 0,79 la mayor diferencia entre la valoración de las dos traducciones. Asimismo es de destacar que las calificaciones de los titulados universitarios son las más severas al concederle tanto a la Tradmanipul (2,82) como a la Tradpubl (3,50) la peor nota, esta última en compañía de los bachilleres.

Variables: Evaluación calidad

Formación profesional	1 Tradpubl	N	Válidos	23
			Perdidos	0
		Media		2,9022
		Error típ. de la media		,19952
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,8075	
	Error típ. de la media		,17038	
Bachiller/COU	1 Tradpubl	N	Válidos	25
			Perdidos	0
		Media		3,4960
		Error típ. de la media		,18407
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,7100	
	Error típ. de la media		,28626	
Título universitario	1 Tradpubl	N	Válidos	31
			Perdidos	0
		Media		3,4968
		Error típ. de la media		,13611
	2 Tradmanipul	N	Válidos	32
			Perdidos	0
Media			2,8281	
	Error típ. de la media		,13892	

Tabla 4—7: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Nivel de estudios'

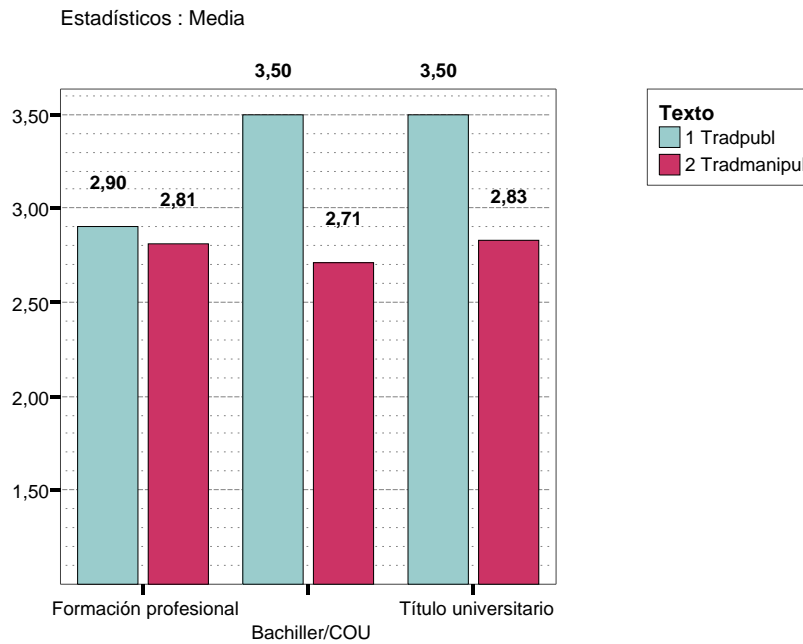


Gráfico 4—8: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nivel de estudios’

4.1.1.7. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Granada’

Se aprecia coincidencia en considerar que la calidad de la Tradmanipul es mejor, tanto para los que tienen conocimientos previos de Granada como para los que carecen de ellos, aunque la diferencia que establecen los segundos alcanza con 0,70 a favor de la Tradmanipul justo el doble del que conceden los primeros. Tal como se puede ver en la *Tabla 4—8* y en el *Gráfico 4—9* que siguen, la peor calificación la conceden los que no habían estado en Granada con anterioridad a la Tradpubl con un 3,47. Los resultados agrupados en función de que los sujetos tengan o no conocimientos previos sobre Granada se diferencian muy poco entre sí, dado que los dos grupos segmentados coinciden plenamente en la valoración de la Tradmanipul (2,77) y la oscilación entre las valoraciones de la Tradpubl asciende sólo a 0,35 puntos, siendo los que habían estado

en Granada con anterioridad más severos en su evaluación que los que carecen de conocimientos previos de Granada.

Evaluación calidad				
Por primera vez	1 Tradpubl	N	Válidos	62
			Perdidos	0
	Media			3,1234
	Error típ. de la media			,12187
2 Tradmanipul	N	Válidos	62	
			Perdidos	0
	Media			2,7653
	Error típ. de la media			,10390
Estuvo con anterioridad	1 Tradpubl	N	Válidos	27
			Perdidos	0
	Media			3,4704
	Error típ. de la media			,16082
2 Tradmanipul	N	Válidos	23	
			Perdidos	0
	Media			2,7739
	Error típ. de la media			,22661

Tabla 4—8: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Granada’

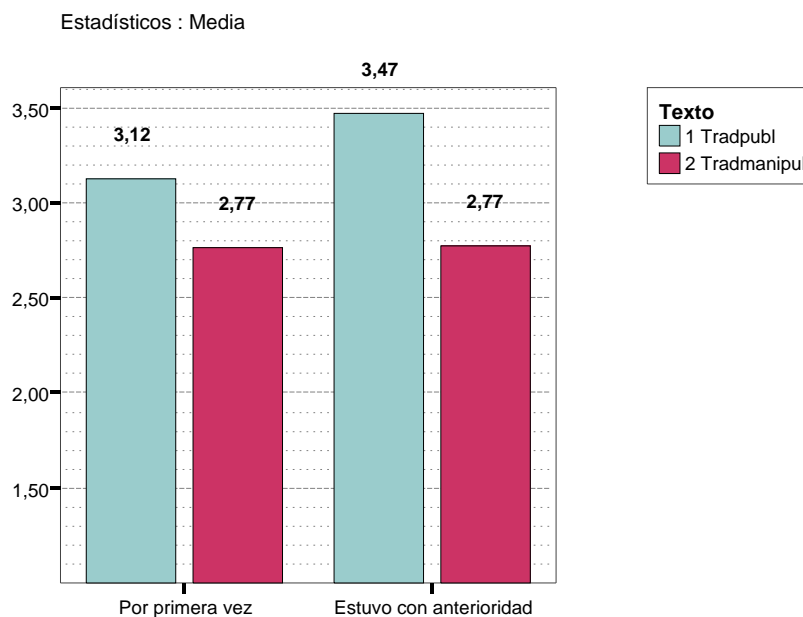


Gráfico 4—9: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Conocimientos previos de Granada’

4.1.1.8. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’

El conocimiento previo de Sierra Nevada como variable de segmentación arroja pocas variaciones entre los resultados de los dos grupos segmentados, alcanzando la diferencia en el caso de la Tradpubl sólo 0,26 puntos y en el caso de la Tradmanipul incluso menos (0,19). Como dato llamativo se puede nombrar que la diferencia entre la valoración de las dos traducciones que establecen las personas que tienen conocimientos previos de Sierra Nevada alcanza más del doble (0,82) que la establecida por los sujetos que no disponen de estos conocimientos previos (0,37). Existe coincidencia en considerar la calidad global de la Tradmanipul mejor que la de la Tradpubl. Los sujetos que conocen Sierra Nevada conceden a la Tradpubl con un 3,43 la peor y a la Tradmanipul con un 2,61 la mejor nota, tal como lo evidencia la tabla y el gráfico siguientes (Tabla 4—9 y Gráfico 4—10). Asimismo llama la atención que la Tradpubl

obtenga una valoración claramente mejor entre los que no disponen de conocimientos previos de Sierra Nevada, siendo la evaluación de los que conocen Sierra Nevada más severa.

Evaluación calidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	19
			Perdidos	0
			Media	3,4263
	Error típ. de la media			,24860
	2 Tradmanipul	N	Válidos	21
			Perdidos	0
Media			2,6143	
Error típ. de la media			,19090	
No	1 Tradpubl	N	Válidos	69
			Perdidos	0
			Media	3,1717
	Error típ. de la media			,10773
	2 Tradmanipul	N	Válidos	65
			Perdidos	0
Media			2,7977	
Error típ. de la media			,11241	

Tabla 4—9: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Conocimientos previos de Sierra Nevada'

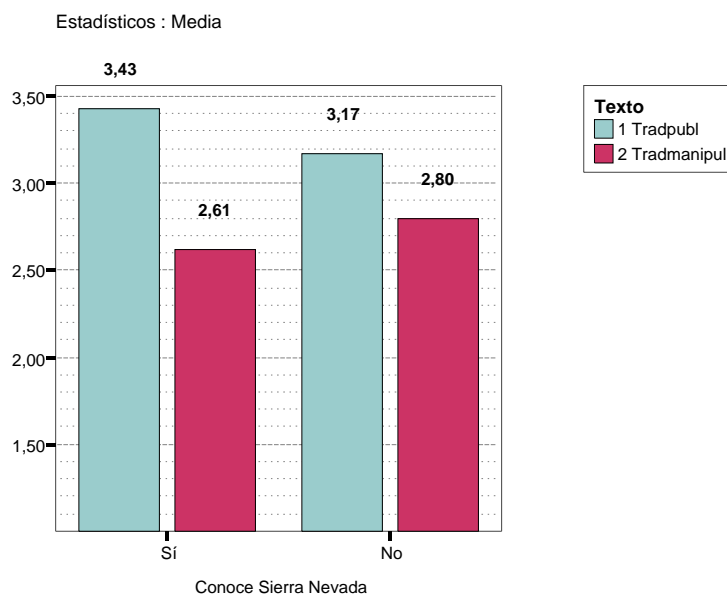


Gráfico 4—10: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Conocimientos previos de Sierra Nevada'

4.1.1.9. Valores medios por 'Afición al esquí'

Los resultados procedentes de la segmentación de la variable 'Afición al esquí' casi no se distinguen de los resultados sin segmentar, dado que la diferencia entre la valoración de la Tradpubl por los dos grupos segmentados no llega ni a dos décimas (0,15) y en el caso de la Tradmanipul es aún menor (0,11). Existe unanimidad en calificar mejor la Tradmanipul a la que los aficionados al esquí conceden la mejor nota con un 2,68. La peor nota es un 3,33 que conceden los que no están aficionados al esquí a la Tradpubl.

Evaluación calidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	46
			Perdidos	0
		Media		3,1848
		Error típ. de la media		,14662
2 Tradmanipul	N	Válidos	34	
		Perdidos	0	
		Media		2,6765
		Error típ. de la media		,16110
No	1 Tradpubl	N	Válidos	41
			Perdidos	0
		Media		3,3256
		Error típ. de la media		,13429
2 Tradmanipul	N	Válidos	52	
		Perdidos	0	
		Media		2,7885
		Error típ. de la media		,12101

Tabla 4—10: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’

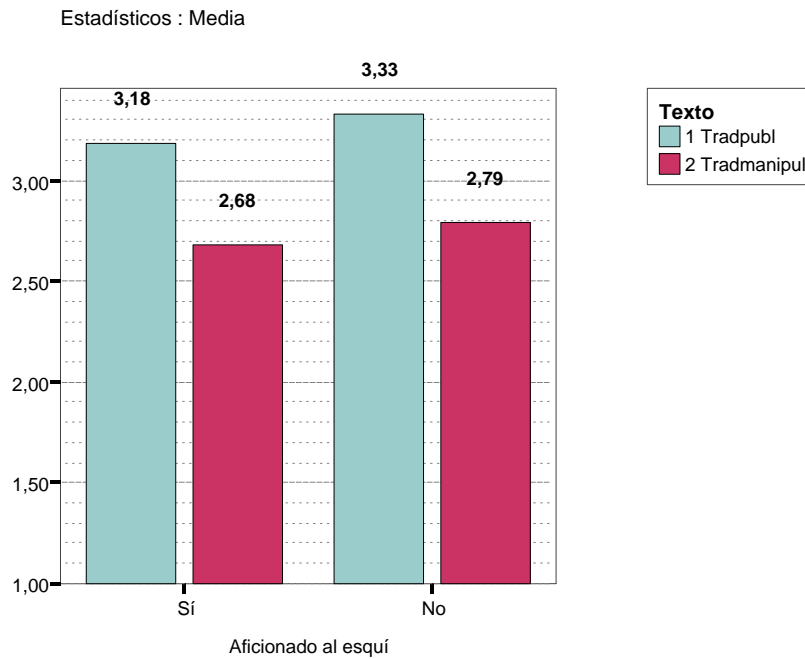


Gráfico 4—11: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al esquí’

4.1.1.10. Valores medios por ‘Afición al senderismo’

La segmentación de la variable ‘Afición al senderismo’ depara unos resultados que, en comparación con los resultados de la segmentación de la variable ‘Afición al esquí’, muestran una variación algo mayor.

Son los no aficionados los que evalúan de modo más severo, concediéndole a la Tradpubl con 3,77 la peor nota. Todos los grupos segmentados coinciden en que la calidad global de la Tradmanipul es mejor que la de la Tradpubl. Las valoraciones de los dos grupos segmentados se diferencian en 0,59 puntos para la Tradpubl y en 0,37 para la Tradmanipul y la diferencia que establece el segmento de los que no son aficionados al senderismo entre las dos traducciones se eleva a 1,36 mientras que los que sí tienen esta afición establecen una diferencia menor de 0,40. Los no aficionados al senderismo son a la vez los que conceden la peor y la mejor calificación (3,77 para la Tradpubl y 2,41 para la Tradmanipul). Hay que tener en cuenta que el error típico de la media es muy elevado en el caso de los encuestados que se declaran no aficionados al senderismo debido al número reducido de sujetos (Tradpubl: 7/Tradmanipul: 8).

Evaluación calidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	79
			Perdidos	0
		Media		3,1766
		Error típ. de la media		,10531
	2 Tradmanipul	N	Válidos	79
			Perdidos	0
Media			2,7842	
	Error típ. de la media		,09870	
No	1 Tradpubl	N	Válidos	7
			Perdidos	0
		Media		3,7714
		Error típ. de la media		,25701
	2 Tradmanipul	N	Válidos	8
			Perdidos	0
Media			2,4125	
	Error típ. de la media		,36422	

Tabla 4—11: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Aficionado al senderismo’

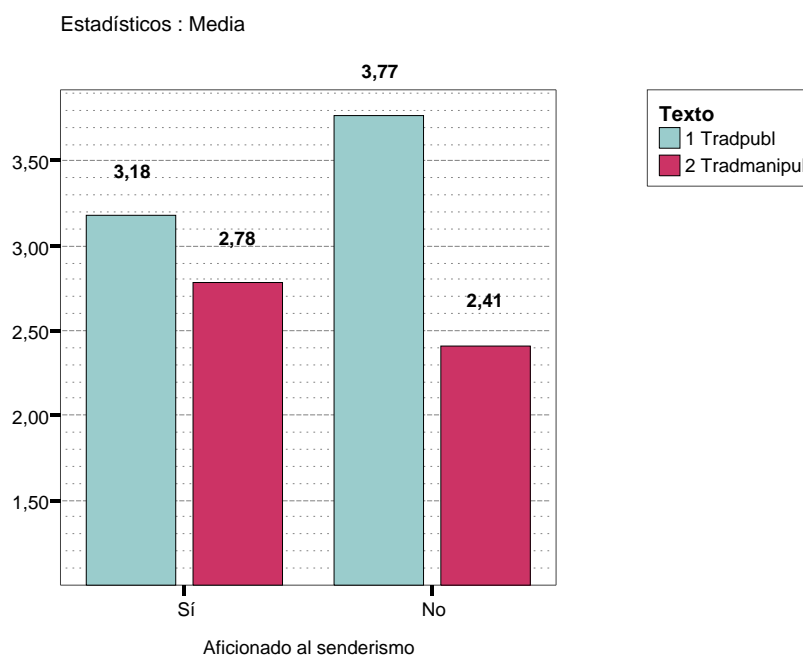


Gráfico 4—12: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Aficionado al senderismo'

4.1.1.11. Valores medios por 'Conocimientos de español'

Conforme aumenta el conocimiento de la lengua castellana la evaluación de la Tradpubl se endurece obteniendo en el grupo que indica tener buenos conocimientos la peor puntuación con un valor cercano al 4 (3,97). Sin embargo, esta tendencia se rompe con otro resultado muy llamativo: el grupo que califica sus propios conocimientos de español como perfectos invierte la jerarquía entre Tradpubl y Tradmanipul, evaluando mejor la calidad de la Tradpubl. Todos los resultados referidos a los tres últimos grupos segmentados, que incluyen los sujetos que califican sus conocimientos de español como medianos, buenos o excelentes, han de tratarse con suma cautela, al basarse en un número muy reducido de sujetos (7/7, 6/8, 2/5) y al presentar un error típico muy elevado. Otro elemento a destacar es el hecho de que las diferencias entre la puntuación

de las dos traducciones por los sujetos del mismo segmento arrojan unos valores relativamente altos al estar en dos casos por encima de 1 punto (1,18 y 1,16). Tal como se deduce de la *Tabla 4—12* y del *Gráfico4—13* que siguen, estos valores más altos que los demás se dan precisamente en relación con los segmentos a los que acabamos de aludir y que se caracterizan por un grado de fiabilidad limitado. Si comparamos la oscilación entre los valores concedidos a ambas traducciones podemos constatar una diferencia clara en el sentido de que la oscilación en el caso de la Tradmanipul es con 0,25 puntos mínima, mientras que en el caso de la Tradpubl alcanza un valor que supera un punto (1,06).

Evaluación calidad				
1 Ningún conocimiento	1 Tradpubl	N	Válidos	39
			Perdidos	0
		Media		2,9141
		Error típ. de la media		,14072
	2 Tradmanipul	N	Válidos	40
			Perdidos	0
Media			2,5913	
	Error típ. de la media		,11536	
2	1 Tradpubl	N	Válidos	35
			Perdidos	0
		Media		3,3543
		Error típ. de la media		,15434
	2 Tradmanipul	N	Válidos	27
			Perdidos	0
Media			2,8444	
	Error típ. de la media		,17454	
3	1 Tradpubl	N	Válidos	7
			Perdidos	0
		Media		3,8571
		Error típ. de la media		,37850
	2 Tradmanipul	N	Válidos	7
			Perdidos	0
Media			2,7000	
	Error típ. de la media		,40766	
4	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	0
		Media		3,9667
		Error típ. de la media		,24855
	2 Tradmanipul	N	Válidos	8
			Perdidos	0
Media			2,7875	
	Error típ. de la media		,44898	
5 Dominio perfecto	1 Tradpubl	N	Válidos	2
			Perdidos	0
		Media		2,7500
		Error típ. de la media		,25000
	2 Tradmanipul	N	Válidos	5
			Perdidos	0
Media			3,5200	
	Error típ. de la media		,43635	

Tabla 4—12: Evaluación global de la calidad. Valores medios por ‘Conocimientos de español’

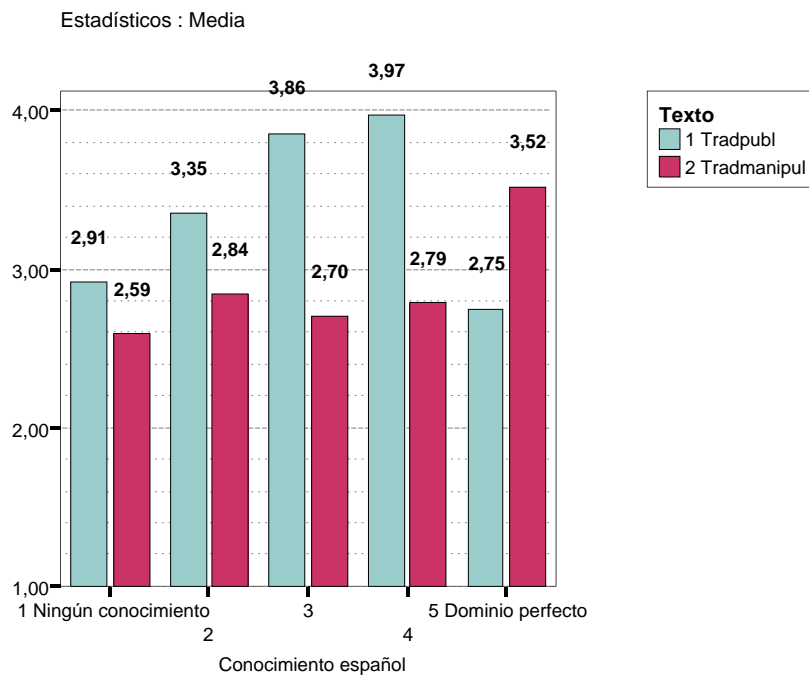


Gráfico 4—13: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Conocimientos de español'

4.1.1.12. Valores medios por ‘Nacionalidad’

Los resultados agrupados en función de la nacionalidad de los encuestados no se diferencian de modo sustancial de los resultados obtenidos sin previa segmentación. En la *Tabla 4—13* y en el *Gráfico 4—14* que siguen se ve que para los tres segmentos la mejor traducción es la Tradmanipul. Asimismo se puede observar que los sujetos austriacos dieron al mismo tiempo la peor puntuación (3,5 para la Tradpubl) y la mejor (2,26 para la Tradmanipul). Los valores referidos a la Tradmanipul son en los tres segmentos muy parecidos, elevándose la oscilación a 0,52. En relación con la Tradmanipul las diferentes valoraciones son algo más dispares alcanzando la oscilación 0,88 puntos. Es de suma importancia resaltar que el número de los sujetos austriacos (6/7) y, ante todo, de los suizos (3/1), en los que se basan los resultados es muy reducido, lo que se ve reflejado en valores de errores típicos de la media muy elevados.

Evaluación calidad				
D	1 Tradpubl	N	Válidos	81
			Perdidos	0
			Media	3,2204
	Error típ. de la media			,09904
	2 Tradmanipul	N	Válidos	82
			Perdidos	0
Media			2,7787	
Error típ. de la media			,09741	
A	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	0
			Media	3,5000
	Error típ. de la media			,60553
	2 Tradmanipul	N	Válidos	7
			Perdidos	0
Media			2,2571	
Error típ. de la media			,35379	
CH	1 Tradpubl	N	Válidos	3
			Perdidos	0
			Media	2,6667
	Error típ. de la media			,44096
	2 Tradmanipul	N	Válidos	1
			Perdidos	0
Media			2,5000	
Error típ. de la media				

Tabla 4—13: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por ‘Nacionalidad’

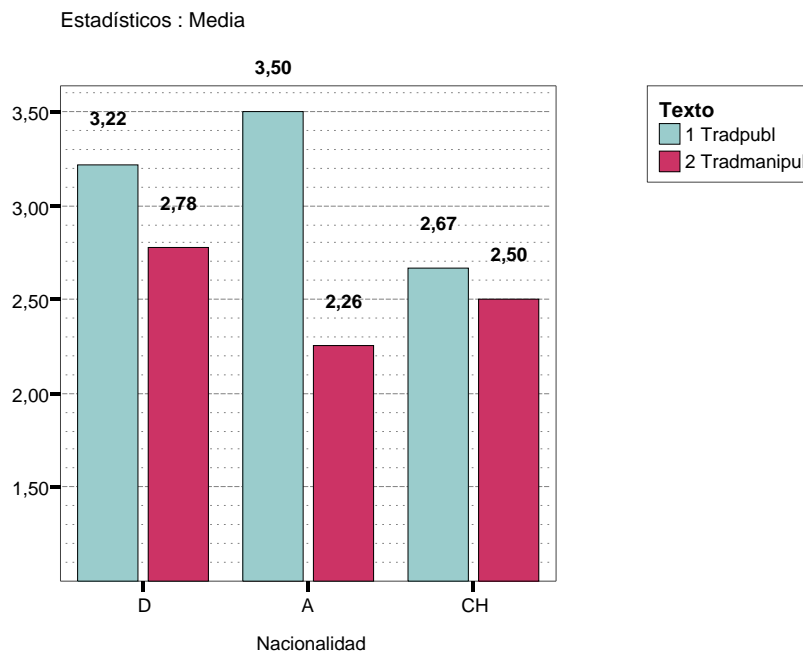


Gráfico 4—14: Evaluación global de la calidad de la Tradpubl y la Tradmanipul. Valores medios por 'Nacionalidad'

4.1.2. Discusión

Nos basamos en Gile (1990) cuando en la primera pregunta del cuestionario 2 pretendemos conocer cuál es la evaluación global que realizan los usuarios de las dos traducciones que les presentamos. Al igual que con la primera pregunta del cuestionario 1 presentamos, además de los resultados referidos a todos los sujetos, los resultados obtenidos de la segmentación de todas las variables socioculturales y sociodemográficas barajadas. La idea que nos lleva a aplicar este procedimiento es la de recabar datos que nos permitan validar o rechazar la hipótesis, según la cual la evaluación de los usuarios variaría en función de determinadas características de los sujetos.

Antes de resumir los resultados más interesantes haremos algunas observaciones sobre el grado de fiabilidad de los mismos. Como no podía ser de otra manera, los

resultados segmentados se basan en un número más reducido de sujetos que los resultados sin segmentación. Además hay que tener en cuenta de que, relacionado con la evaluación que realizan los sujetos mediante el cuestionario 2, la mitad de los encuestados basa su evaluación en la Tradpubl y la otra en la Tradmanipul. Enfocando la fiabilidad de los resultados ello se puede convertir en un problema serio cuando el número de los sujetos es tan reducido que no es posible calcular el error típico de la media o si éste alcanza valores elevados. De hecho en determinados grupos de sujetos que son el resultado de la segmentación de determinadas variables sociodemográficas y socioculturales el número de los sujetos se reduce a un mínimo. En relación con los datos de nuestro estudio consideraremos que los resultados que imposibilitan calcular un error típico y los que arrojan un error típico que supera el valor de tres décimas (0,3) son de una escasísima fiabilidad. Después de haber incluido la totalidad de los resultados dentro de la descripción de los datos recabados que acabamos de presentar y después de haber resaltado aquellos valores que se basan en un número reducido de sujetos, hemos optado por no tenerlos en cuenta a la hora de la discusión. De este modo pretendemos centrar nuestro interés en aquellos resultados que ofrecen una mayor fiabilidad sin desviar la atención a los datos menos fiables entre los que se encuentran los siguientes segmentos que reflejamos a continuación junto con la variable en la que se encuentran:

Variable	Segmento
'Edad'	'Menores de 20 años'
'Tamaño localidad de residencia'	'Menos de 2000 habitantes'
'Situación laboral'	'Ama de casa'
'Situación laboral'	'Estudiante'
'Conocimientos de español'	'Dominio perfecto 5'
'Conocimientos de español'	'Dominio muy bueno 4'
'Conocimientos de español'	'Dominio mediano 3'
'Nacionalidad'	'A = Austriaco'
'Nacionalidad'	'CH = Suizo'

Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad

Resumiendo y limitándonos a los resultados más interesantes resaltamos los siguientes:

- a. Los resultados obtenidos sin previa segmentación muestran que la calidad global de la Tradmanipul es considerada mejor que la de la Tradpubl.
- b. Todos los grupos segmentados consideran que la calidad global de la Tradmanipul es mejor que la de la Tradpubl.⁷⁵
- c. Los valores segmentados referidos a la Tradpubl oscilan entre 2,89 (variable 'Grupo'/segmento 'Circuitos') y 3,77 (variable 'Afición al senderismo'/segmento 'Sí'), elevándose la diferencia entre estos dos valores extremos a 0,88 puntos.
- d. Los valores segmentados referidos a la Tradmanipul oscilan entre 2,41 (variable Afición al senderismo/segmento 'Sí') y 2,83 (variable 'Nivel de

⁷⁵ Prescindiendo de los resultados relacionados con las variables 'Tamaño de la localidad de residencia'/segmento 'Menos de 2000 habitantes' y 'Conocimientos del español'/segmento 'Dominio perfecto' (cf. Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad).

estudios'/segmento 'Titulados universitarios'), elevándose la diferencia entre estos dos valores extremos a 0,42 puntos.

- e. Si enfocamos las diferencias entre los dos valores extremos en cada una de las variables de segmentación podemos constatar que:
- Referido a la Tradpubl se distribuyen de la siguiente manera, no superando en ningún caso la horquilla 1 punto⁷⁶: Tres veces se sitúa entre 0,5 y 0,99, siete veces entre 0,25 y 0,49, una vez entre 0,10 y 0,24 y una vez por debajo de 0,10.
 - Referido a la Tradmanipul la distribución es la siguiente, no superando en ningún caso la horquilla 1 punto: una sólo vez se sitúa entre 0,5 y 0,99, tres veces entre 0,25 y 0,49, cinco veces entre 0,10 y 0,24 y tres veces por debajo de 0,10.
- f. Si enfocamos las diferencias entre las valoraciones que en un mismo segmento se pueden observar para la Tradpubl y la Tradmanipul vemos que oscilan entre 0,09 (variable 'Nivel de estudios/segmento 'Formación profesional') y 0,87 (variable 'Conoce SN'/segmento 'Sí conoce')⁷⁷. En todos los casos estas diferencias favorecen la Tradmanipul. Entre las tres diferencias mayores se encuentran, aparte de la mayor que acabamos de nombrar, la establecida en la variable 'Tamaño de la localidad de residencia'/segmento 'Más de 500.000 habitantes' (0,83) y en la variable 'Grupo'/segmento 'Escuelas idiomas' (0,84). La diferencia menor que nombramos es seguida por la que se da en relación con la variable 'Situación laboral'/segmento 'Pensionista' con 0,15 y con la que se encuentra en la variable 'Grupo'/segmento 'Circuitos' con 0,17 puntos. Será interesante comparar estas diferencias con las que resultan de la evaluación de la profesionalidad del traductor que comentaremos más adelante.

⁷⁶ Prescindiendo de los resultados relacionados con la variable 'Tamaño de localidad'/segmento 'Menos de 2000 habitantes' y con la variable 'Conocimientos de español/segmento 'Dominio perfecto' (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

⁷⁷ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable 'Edad'/segmento 'Menos de 20 años' en la que se observa una diferencia entre Tradpubl y Tradmanipul de 1,73 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

- g. Si comparamos las oscilaciones referidas a ambas traducciones podemos constatar que la diferencia entre los dos valores extremos suma en el caso de la Tradpubl más del doble que en relación con la Tradmanipul.
- h. Si comparamos los valores absolutos obtenidos sin segmentación con los que resultan de la segmentación de las doce variables barajadas podemos constatar lo siguiente:
- Referido a la Tradpubl las diferencias oscilan entre 0,55 punto en el caso de la variable ‘Afición al esquí’/segmento ‘Sí’ y 0,01 punto en el caso de las tres variables y segmentos siguientes: variable ‘Situación laboral’/segmento ‘En activo’, variable ‘Conoce Granada’/segmento ‘Sí’ y variable ‘Afición al senderismo’/segmento ‘No’⁷⁸. Es evidente que en todos los casos se trata de unas diferencias muy pequeñas por lo que se puede afirmar que los resultados segmentados se diferencian muy poco de los resultados sin segmentación.
 - Referido a la Tradmanipul las diferencias oscilan entre 0,52 punto en el caso de la variable ‘Grupo’/segmento ‘Turismo cultural’ y 0 punto en el caso del segmento ‘Mayores de 50 años’ dentro de la variable ‘Edad’.⁷⁹ Es evidente de que en todos los casos se trata de unas diferencias muy pequeñas por lo que se puede afirmar que los resultados segmentados se diferencian muy poco de los resultados sin segmentación.

⁷⁸ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’/segmento ‘Menos de 2000 habitantes’ en la que se observa una diferencia entre valores segmentados y sin segmentar de 0,84 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

⁷⁹ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Conocimientos de español’/segmento ‘Dominio muy bueno’ en el que obtiene una calificación de 3,97 (cf. *Tabla??: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

- i. La peor calificación es un 3,57 para la Tradpubl, concedida por el segmento de los que ‘Sí conocen SN’ dentro de la variable ‘Conocimiento previo de SN’⁸⁰.
- j. La mejor calificación es un 2,59 para la Tradmanipul, concedida por el segmento de los que ‘No tienen ningunos conocimientos de español’ dentro de la variable ‘Conocimientos de español’⁸¹
- k. Las diferencias en función del nivel de estudios en relación con la evaluación concreta de la Tradpubl y de la Tradmanipul no se evidencian más allá de la observación de que los titulados universitarios son los que evalúan con un mayor grado de severidad, concediéndole la peor nota a la Tradpubl y la mejor a la Tradmanipul en comparación con las evaluaciones realizadas por los otros dos grupos segmentados que resultan de la segmentación de la variable ‘Nivel de estudios’.

Los resultados que acabamos de resumir son, en principio, un indicio para rechazar nuestra hipótesis según la que la evaluación de una determinada traducción variaría en función de las características socioculturales de los sujetos. Basamos esta afirmación en la observación de que los resultados segmentados ofrecen una gran similitud con los resultados obtenidos sin previa segmentación, lo que se manifiesta en una oscilación mínima entre los valores mínimos y los valores máximos que resultan de las distintas segmentaciones.

Comparando las distribuciones de las diferencias entre valores extremos referidos a la Tradpubl y a la Tradmanipul, tal como los presentamos en el apartado e., podemos constatar que en la Tradmanipul las oscilaciones son menores que en la Tradpubl, lo que indica hacia un mayor grado de coincidencia entre los evaluadores de

⁸⁰ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Edad’/segmento ‘Menos de 20 años’ en la que se observa una calificación de 3.90 (cf. *Tabla??: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

⁸¹ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’/segmento ‘menos de 2000 habitantes’ en el que obtiene una calificación de 2,00 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

la Tradmanipul, o, lo que es lo mismo, hacia unos criterios de evaluación más dispares por parte de los evaluadores de la Tradpubl.

La necesaria discusión sobre la problemática de decidir cuando consideramos que una diferencia es significativa nos la reservamos para la discusión general que más adelante realizaremos.

4.2. Aspectos positivos del folleto

La tabla siguiente (*Tabla 4—15*) y el gráfico que le sigue (*Gráfico 4—15*) reflejan las respuestas a la pregunta 2. Revelan que tanto en relación con la Tradpubl como con la Tradmanipul la mayoría de los sujetos indican no haber encontrado nada que les haya llamado la atención de modo positivo, siendo el porcentaje de las respuestas afirmativas algo mayor en el caso de la Tradmanipul.

Texto			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Tradpubl	Válidos	Sí	33	36,7	39,3	39,3
		No	51	56,7	60,7	100,0
		Total	84	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	6	6,7		
	Total		90	100,0		
2 Tradmanipul	Válidos	Sí	38	42,2	44,2	44,2
		No	48	53,3	55,8	100,0
		Total	86	95,6	100,0	
	Perdidos	NS/NC	4	4,4		
	Total		90	100,0		

Tabla 4—15: ¿Algo le ha llamado la atención de modo positivo en el folleto?

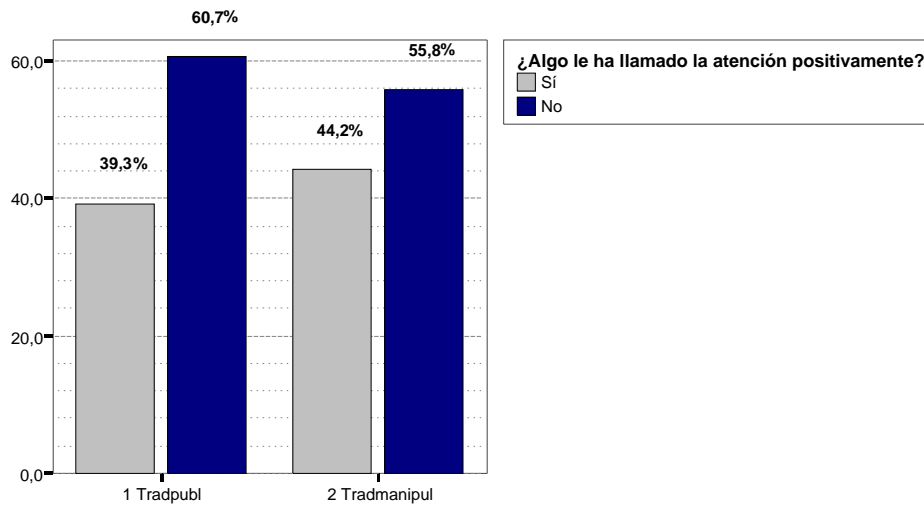


Gráfico 4—15: ¿Algo le ha llamado la atención de modo positivo en el folleto?

4.2.1. Aspectos positivos detectados

Mediante una pregunta abierta pretendimos darles a los sujetos la posibilidad para manifestar de modo explícito lo que consideraban positivo en relación con el folleto leído, tanto en relación con el material verbal como con el material visual.

4.2.1.1. Lo positivo en el material verbal

En primer lugar hay que destacar que a la pregunta que enfoca los aspectos positivos detectados en el material verbal del folleto sólo contestaron los sujetos que en la pregunta anterior habían contestado con una respuesta afirmativa. Los datos recabados se basan en el 32,2% de los evaluadores de la Tradpubl y en el 41,1% de los evaluadores de la Tradmanipul. En aras de poder interpretar el gran volumen de comentarios muy variados procedimos a su categorización adscribiéndolos a los parámetros de calidad barajados en las demás preguntas de los cuestionarios, es decir:

- Veracidad de la información transmitida
- Información de interés y accesible para un usuario real del TM

- Claridad y comprensibilidad del TM
- Concordancia entre texto e imagen
- Presentación visual y gráfica atractiva
- Estilo usual para el tipo del TM que no provoca efectos no deseados como por ejemplo la hilaridad.
- Corrección gramatical
- Corrección ortográfica⁸²
- Comportamiento profesional

Los resultados obtenidos de esta recodificación se ven reflejados en la tabla siguiente (*Tabla 4—16*) que recoge las veces que los sujetos nombraron los respectivos parámetros para referirse a los aspectos positivos encontrados en el material verbal del folleto evaluado.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
N	Válidos	Información veraz	0	1
		Relación entre material verbal y visual	2	2
		Información útil, interesante, accesible	12	16
		Claridad, comprensibilidad	7	5
		Estilo usual	1	4
		Corrección gramatical	0	4
		Ortografía	0	0
		Presentación gráfica atractiva	6	0
		Comportamiento profesional	1	4
		Otros	0	1

Tabla 4—16: ¿Qué le ha llamado la atención de modo positivo en el material verbal del folleto?

4.2.1.2. Lo positivo en el material visual

En relación con los aspectos positivos del material visual, los encuestados son mucho menos explícitos que con el material verbal, de modo que en el caso de la Tradpubl sólo el 17,8% de los sujetos y en el de la Tradmanipul el 12,2% enumeran aspectos positivos concretos. Lo sorprendente es que, aunque la pregunta enfoca claramente lo positivo del diseño gráfico y las imágenes, varios sujetos resalten aspectos

⁸² Al igual que en la pregunta 3 del cuestionario relacionado con las expectativas introducimos en la recodificación la corrección ortográfica como parámetro específico, renunciando a su inclusión en el parámetro ‘Corrección gramatical’.

que les molestan, como por ejemplo la mala calidad de la impresión. En este mismo sentido es destacable que varios sujetos expresan que la cubierta del folleto les parece muy bonita pero que no está en concordancia con el contenido del texto leído. Los comentarios respecto a la Tradpubl y la Tradmanipul apenas se distinguen entre sí. El comentario más repetido es el que se considera especialmente conseguida la foto con la vista panorámica del paisaje nevado y de la estación de esquí.

4.2.2. Discusión

Los datos no dejan lugar a dudas en el sentido de que la mayoría de los sujetos considera que el folleto en su globalidad no contiene aspectos positivos destacables. En relación con las respuestas procedentes de los sujetos que sí encontraron algo positivo y así lo manifestaron existen algunas diferencias entre la Tradpubl y la Tradmanipul concretamente en los parámetros ‘Estilo usual’, ‘Corrección gramatical’ y ‘Comportamiento profesional’ que se nombran más veces como aspectos positivos en la Tradmanipul. Asimismo es llamativo que el parámetro ‘Presentación gráfica atractiva’ se nombre sólo en la Tradpubl. En relación con los demás parámetros las diferencias son mínimas o nulas. En cuanto a los aspectos positivos referidos al material visual, además del número muy reducido de respuestas, sobresale el hecho de que incluso preguntando por los aspectos positivos se introdujeron un número considerable de comentarios que se refieren a los aspectos negativos, aludiendo a la deficiente calidad de las fotos y la poca concordancia entre éstas y el contenido del texto. Los resultados obtenidos son, seguramente, en parte la consecuencia de no haber manipulado en el experimento ni la presentación visual ni el material visual, utilizando exactamente las mismas fotos y la misma disposición del material visual y verbal en la Tradmanipul como en la Tradpubl.

4.3. Aspectos negativos del folleto

En la tabla siguiente (*Tabla 4—17*) podemos observar que la proporción de sujetos que se expresa de modo explícito respecto a los aspectos negativos es sustancialmente mayor que la que lo hace respecto a los aspectos positivos (cf. *Tabla*

4—15). Asimismo la proporción de los que consideran que existen aspectos negativos es con el 85,9% ligeramente mayor entre los sujetos que basan su evaluación en la Tradmanipul que entre los que se basan en la Tradpubl (81,9%).

Texto			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Tradpubl	Válidos	Sí	68	75,6	81,9	81,9
		No	15	16,7	18,1	100,0
		Total	83	92,2	100,0	
	Perdidos	NS/NC	7	7,8		
	Total		90	100,0		
2 Tradmanipul	Válidos	Sí	73	81,1	85,9	85,9
		No	12	13,3	14,1	100,0
		Total	85	94,4	100,0	
	Perdidos	NS/NC	5	5,6		
	Total		90	100,0		

Tabla 4—17: ¿Algo le ha llamado la atención de modo negativo en el folleto?

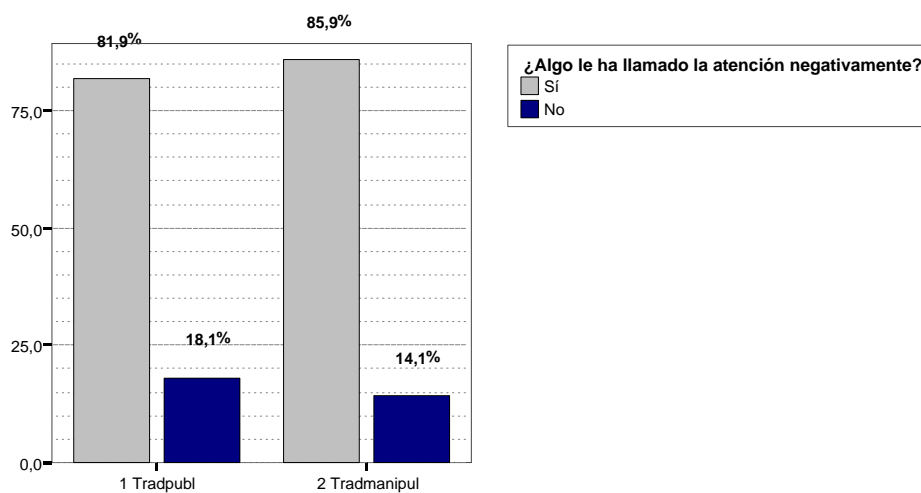


Gráfico 4—16: ¿Algo le ha llamado la atención de modo negativo en el folleto?

4.3.1. Aspectos negativos detectados

4.3.1.1. Lo negativo en el material verbal

Casi dos tercios (64,4%) de los sujetos que evalúan la Tradpubl consideran que su material verbal contiene aspectos negativos y los plasman mediante comentarios concretos en contestación a la pregunta 3.1. del cuestionario 2. En relación con los sujetos que basan su evaluación en la Tradmanipul la proporción es con el 51,1% algo menor. Al igual que en relación con los aspectos positivos del material verbal y para facilitar la interpretación del gran volumen de comentarios muy variados procedimos a su categorización adscribiéndolos a los parámetros de calidad que barajamos en todo el estudio. Los resultados de la tabla siguiente (*Tabla 4—18*) revelan cuántas veces los sujetos responsabilizan el no respeto de los parámetros barajados a la existencia de los aspectos negativos detectados.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
N	Válidos	Información veraz	6	9
		Relación entre material verbal y visual	11	10
		Información útil, interesante, accesible	15	16
		Claridad, comprensibilidad	2	3
		Estilo usual	9	2
		Corrección gramatical	7	1
		Ortografía	5	0
		Presentación gráfica atractiva	1	3
		Comportamiento profesional	2	1
		Otros	0	0

Tabla 4—18: ¿Qué le ha llamado la atención de modo negativo en el material verbal del folleto?

4.3.1.2. Lo negativo en el material visual

La lista de comentarios sobre los elementos negativos relacionados con el diseño visual y las fotos es mucho más amplia que la lista relacionada con los aspectos positivos. En relación con la Tradpubl disponemos de las respuestas explícitas del 48,9% (aspectos positivos: 17,8%) de los encuestados, en relación con la Tradmanipul, este porcentaje sube al 56,7% (aspectos positivos: 12,2%). Todos los comentarios inciden en lo poco atractivo que resulta el diseño gráfico del texto. Se puede observar una coincidencia casi absoluta entre las respuestas, con independencia de que hayan sido realizadas por los sujetos que basan su evaluación en la Tradpubl o en la Tradmanipul. Entre los aspectos más nombrados se encuentran los siguientes:

- La calidad de la impresión es deficiente
- La foto de la portada no concuerda con el texto
- La resolución de las fotos es mala
- Las fotos son poco expresivas
- Las fotos son anticuadas
- Las fotos son tomadas exclusivamente en invierno
- Las fotos son demasiado pequeñas
- La fuente de la letra es demasiado pequeña
- El diseño gráfico no es profesional

-
- El diseño gráfico es anticuado
 - Las leyendas de las fotos no aclaran el contenido de las fotos
 - Las fotos muestran remotes anticuados
 - La proporción entre material verbal y visual no es la adecuada: sobra texto

4.3.2. Discusión

Al prevalecer la consideración de que existen elementos negativos en el folleto, las respuestas detalladas enumerando aspectos negativos detectados son más numerosas y más variadas que las referidas a los aspectos positivos. En relación con lo que los sujetos evalúan como algo negativo relacionado con el material verbal se evidencian determinadas diferencias entre la Tradpubl y la Tradmanipul entre las que destacan las siguientes: Hay mayor número de sujetos que nombran la falta de respeto de los parámetros ‘Estilo usual’, ‘Corrección gramatical’ y ‘Corrección ortográfica’ en el caso de la Tradpubl que en el de la Tradmanipul, lo que confirma lo expresado en la pregunta relacionada con los aspectos negativos y lo que es una consecuencia de haber manipulado precisamente estos tres parámetros en la Tradmanipul. Además es destacable que la referencia a la profesionalidad de la persona que ha traducido el texto vuelve a ser minoritaria y en relación con los demás parámetros las diferencias que establecen los evaluadores de las dos traducciones son mínimas. El hecho de haber mantenido en la Tradmanipul exactamente el mismo diseño visual, sin haberlo cambiado ni un ápice, podría explicar que los sujetos, a pesar de evaluar algo mejor la Tradmanipul no lleguen a constatar unas diferencias significativas entre ambas traducciones.

4.4. Lectura total o parcial del folleto

Mediante la pregunta 4 pretendimos conocer si los sujetos, en condiciones normales, hubieran terminado de leer el folleto o si hubieran acabado su lectura antes de terminar.

4.4.1. Resultados obtenidos

En la tabla que sigue (*Tabla 4—19*) y en el *Gráfico 4—17*) se puede ver que en relación con ambas traducciones hay una mayoría de respuestas afirmativas, siendo el porcentaje en el caso de la Tradpubl ligeramente más alto que en el de la Tradmanipul.

Texto			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Tradpubl	Válidos	Sí	48	53,3	57,1	57,1
		No	36	40,0	42,9	100,0
		Total	84	93,3	100,0	
	Perdidos	NS/NC	6	6,7		
		Total	90	100,0		
2 Tradmanipul	Válidos	Sí	49	54,4	55,1	55,1
		No	40	44,4	44,9	100,0
		Total	89	98,9	100,0	
	Perdidos	NS/NC	1	1,1		
		Total	90	100,0		

Tabla 4—19: ¿Habría terminado de leer el folleto?

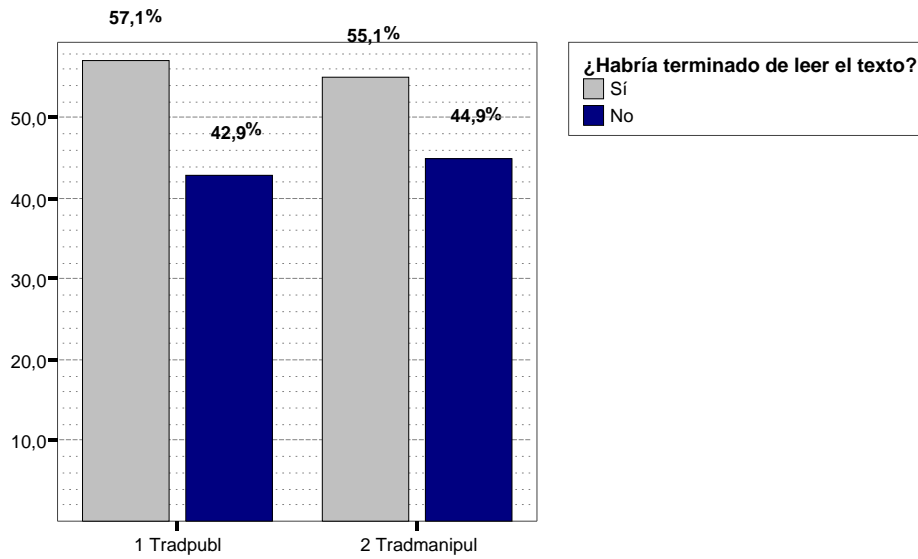


Gráfico 4—17: ¿Habría terminado de leer el folleto?

4.4.2. Discusión

La introducción de esta pregunta se basa en la observación sencilla de que la lectura completa de un folleto turístico es un factor primordial que decide sobre si los objetivos que los editores de este tipo de texto pretenden conseguir se cumplen, o no. Si tenemos en cuenta que el porcentaje de las personas que no terminarían de leer el folleto está en ambas traducciones por encima del 40% no podemos más que cuestionar la eficacia de ambas. Este resultado nos ha de hacer reflexionar sobre lo complejo que resulta establecer la calidad de un folleto traducido y lo problemático de limitar nuestra atención, tal como lo hemos hecho en la Tradmanipul, únicamente en parte de los parámetros barajados. Tal como lo presuponíamos el efecto que las dos traducciones tienen sobre sus lectores es muy similar, lo que podría ser un indicio para confirmar algo que hasta ahora sólo intuíamos: un texto gramaticalmente correcto, que presenta un estilo usual y que carece de segmentos que dificultan la comprensión no es suficiente para que un porcentaje cercano del 50% de los lectores de un folleto turístico descarte la

interrupción de la lectura del mismo. Esta argumentación enfoca la complejidad de la recepción de los folletos turísticos en la que, además de jugar un papel primordial la adecuada relación entre elementos verbales y visuales también ha de tenerse en cuenta que en culturas distintas el uso de los elementos visuales puede variar (cf. Müller, 1999; Aderkas, 2000).

4.5. La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad del folleto evaluado

En este apartado presentaremos los datos recabados mediante las preguntas 5, 6, 7, 8, 9 y 10 del segundo cuestionario. Los agruparemos en el orden de preferencia que los sujetos establecieron en el cuestionario 1 entre los parámetros cuya falta de respeto consideran en mayor o menor grado responsables de la merma de la calidad del folleto (cf. A. *LAS EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS: 5. La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico*).

4.5.1. Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros y valoración del grado de su incidencia en la merma de la calidad

Para la detección de los segmentos correspondientes los sujetos disponían de cinco opciones, significando la opción 1=ningún segmento, la opción 2=un segmento, la opción 3=algunos segmentos, la opción 4=muchos segmentos y la opción 5=muchísimos segmentos. Para establecer el grado de incidencia de los segmentos detectados en la merma de la calidad del folleto las opciones eran también cinco, significando 1=ninguna merma, 2=escasa merma, 3=mediana merma, 4=gran merma y 5=máxima merma.

4.5.1.1. Valores medios por no respetar el parámetro ‘Información fehaciente’

Mediante la pregunta 10 pretendemos saber si los encuestados han detectado segmentos que les hacen dudar de la veracidad de su contenido y cómo valoran la incidencia de la existencia de estos segmentos sobre la merma de la calidad del folleto leído, obteniendo los resultados que la tabla y el gráfico siguientes reflejan (*Tabla 4—20 y Gráfico 4—18*). Podemos observar que las medias obtenidas, tanto en relación con la detección de los segmentos como con la valoración de su incidencia sobre la merma de la calidad son ligeramente más altas en el caso de la Tradmanipul lo que significa que los sujetos que evaluaron la Tradmanipul han detectado más segmentos que los sujetos que basaron su evaluación en la Tradpubl. Asimismo los evaluadores de la Tradmanipul establecen un impacto mayor sobre la merma de la calidad que los de la Tradpubl. En cifras, las diferencias entre las dos traducciones en cuanto al número de segmentos detectados se eleva a 0,15 y respecto al grado de incidencia sobre la merma de la calidad a 0,32 puntos, lo que en ambos casos es muy poco.

Texto			Hay información que no se corresponde con la realidad	Provoca una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	81	46
		Perdidos	9	44
		Media	1,58	2,17
		Error típ. de la media	,096	,182
2 Tradmanipul	N	Válidos	84	51
		Perdidos	6	39
		Media	1,73	2,49
		Error típ. de la media	,101	,169

Tabla 4—20: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Información fehaciente’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

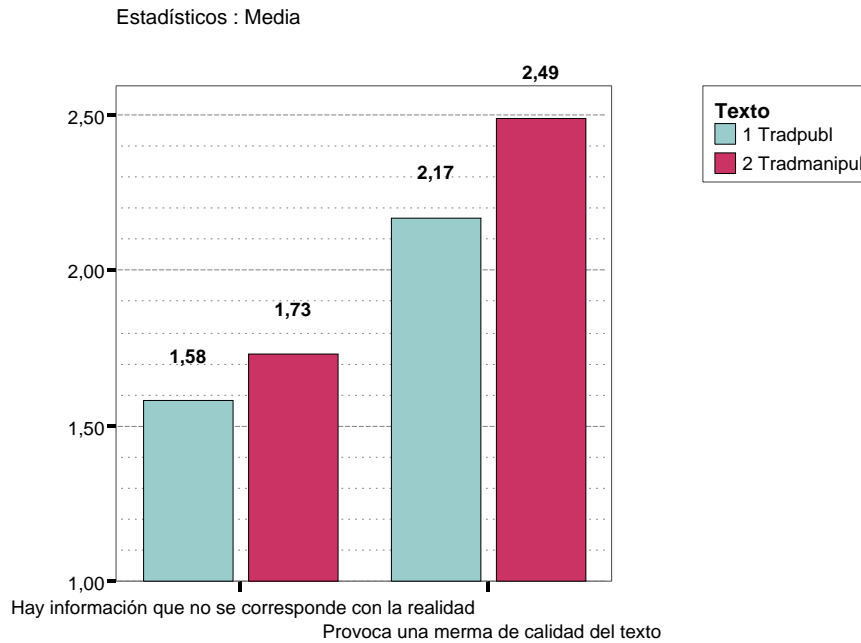


Gráfico 4—18: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Información fehaciente’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.1.2. Valores medios por no respetar el parámetro ‘Información útil y accesible’

Con la pregunta sobre si los sujetos encuentran en el texto evaluado información superflua o poco útil enfocamos el parámetro ‘Información útil, de interés y accesible’ al que los sujetos adscribieron en su propia jerarquía el segundo lugar. Tal como se puede ver en la *Tabla 4—21* y en el *Gráfico 4—19* que reproducimos a continuación los resultados en relación con la detección de segmentos que no respetan el parámetro en cuestión revelan que existe una diferencia mínima de 0,04 entre Tradpubl y Tradmanipul. En relación con el grado de incidencia que se les atribuye la diferencia tampoco es muy alta, alcanzando escuetos 0,25 puntos. Llama la atención que el impacto sobre la merma de la calidad que le atribuyen los evaluadores de ambas traducciones arroja un valor mayor que el de la detección de los segmentos.

Texto			Hay información superflua o poco útil	Provoca una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	84	64
		Perdidos	6	26
	Media	2,24	2,64	
	Error típ. de la media	,135	,150	
2 Tradmanipul	N	Válidos	85	62
		Perdidos	5	28
	Media	2,20	2,39	
	Error típ. de la media	,126	,144	

Tabla 4—21: Segmentos que no respetan el parámetro 'Información útil y accesible' y su incidencia en la merma de la calidad del texto

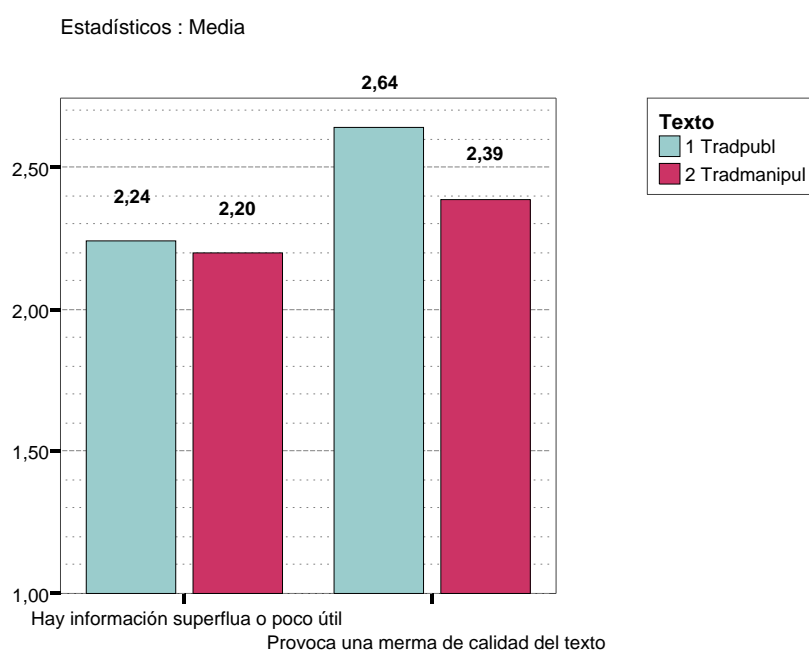


Gráfico 4—19: No respeto 'Información útil y accesible' y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.1.3. Valores medios por no respetar el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’

La pregunta 6 nos muestra si los sujetos detectan segmentos que infringen contra el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’. En caso de una detección fructífera, los sujetos habían de indicar en qué medida estos segmentos son responsables de una merma de la calidad del texto. Tal como se puede ver en la tabla y en el gráfico siguientes (*Tabla 4—22* y *Gráfico 4—20*) los valores medios son más elevados en relación con la Tradpubl, tanto a la hora de detectar los segmentos (1,68) que suponen una falta de respeto del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ como a la hora de cuantificar su incidencia en la merma de la calidad (2,37). Además podemos observar que el valor con el que los evaluadores de ambas traducciones cuantifican la incidencia en la merma de la calidad es mayor que el que corresponde a la cuantificación de los segmentos detectados, con la particularidad de que los sujetos que basan su evaluación en la Tradpubl penalizan el no respeto del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ con un valor más alto que los que evalúan la Tradmanipul.

Texto			Segmentos que dificultan la comprensión	Provocan una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	84	59
		Perdidos	6	31
	Media		1,68	2,37
	Error típ. de la media		,100	,164
2 Tradmanipul	N	Válidos	85	37
		Perdidos	5	53
	Media		1,29	1,78
	Error típ. de la media		,075	,174

Tabla 4—22: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

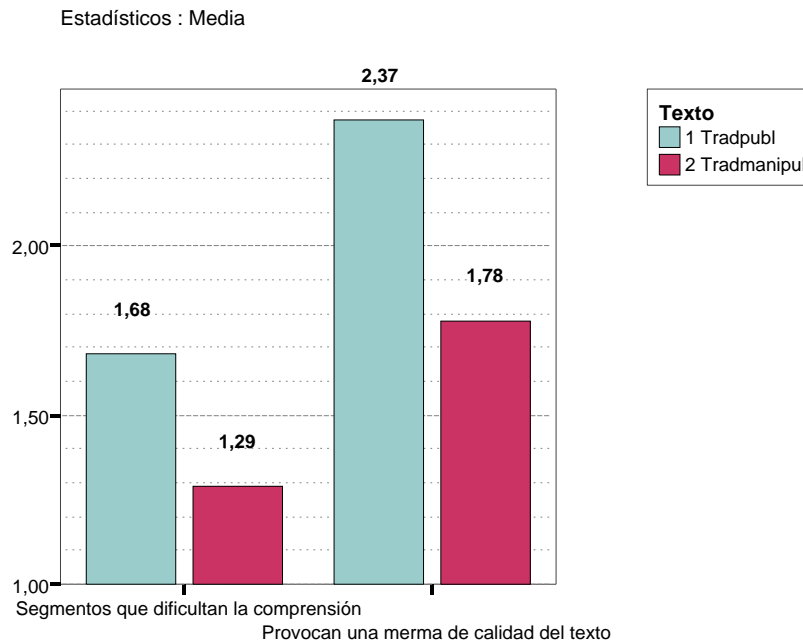


Gráfico 4—20: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.1.4. Valores medios por no respetar el parámetro ‘Estilo usual’

En la pregunta 8 del cuestionario 2 nos interesaba que los sujetos detectasen las faltas de respeto del parámetro ‘Estilo usual’. Los resultados obtenidos son los que la *Tabla 4—23* y el *Gráfico 4—21* reflejan y entre los que destacan los siguientes: Los valores más bajos corresponden a la Tradmanipul por haber encontrado menos segmentos y haber considerado que el grado de impacto sobre la merma de la calidad es menor. Si comparamos los dos valores de la misma traducción podemos observar que en relación con ambas traducciones el valor de la incidencia de los segmentos sobre la merma de la calidad es mayor que el valor que refleja los segmentos detectados, alcanzando la diferencia en el caso de la Tradpubl 0,15 y en el de la Tradmanipul 0,36 puntos. Es interesante ver que los evaluadores de la Tradmanipul, aun concediendo calificaciones que en valores absolutos son mejores, penalizan más o evalúan de modo

más severo, circunstancia que se desprende del hecho de que la cuantificación de la merma de la calidad provocada supera en 0,36 el valor que corresponde a la cuantificación de los segmentos detectados, mientras que en relación con la Tradpubl los valores relacionados con la detección de segmentos y su incidencia en la merma de la calidad sólo se diferencian en 0,15 puntos, a pesar de que ambos sean claramente más altos y por tanto peores que los de la Tradmanipul.

Texto			Segmentos con un estilo poco habitual y/o extraño	Provocan una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	84	60
		Perdidos	6	30
	Media		2,35	2,50
	Error típ. de la media		,139	,153
2 Tradmanipul	N	Válidos	84	51
		Perdidos	6	39
	Media		1,88	2,24
	Error típ. de la media		,115	,162

Tabla 4—23: Segmentos que no respetan el parámetro 'Estilo usual' y su incidencia en la merma de la calidad del texto

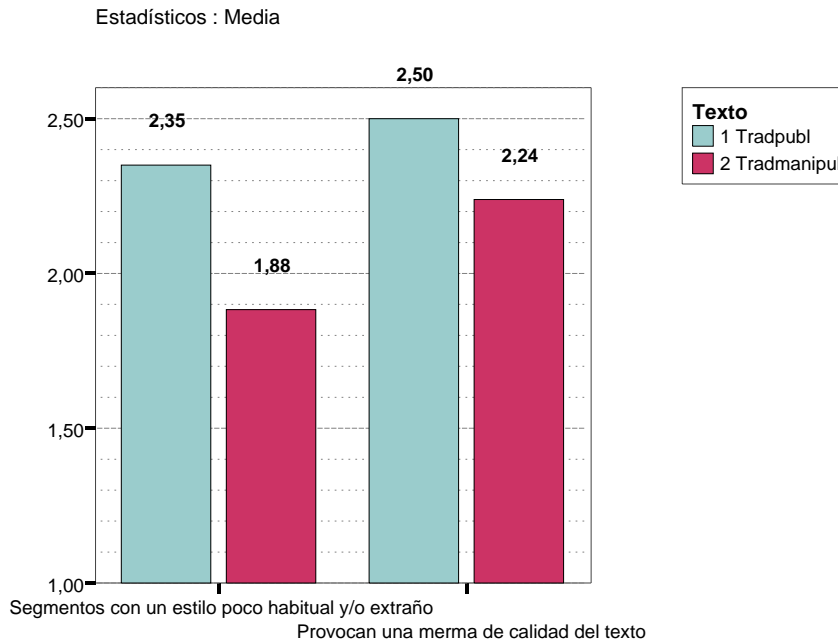


Gráfico 4—21: Segmentos que no respetan el parámetro 'Estilo usual' y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.1.5. Valores medios por no respetar el parámetro 'Corrección gramatical'

En la pregunta 7 enfocamos la detección de segmentos que según los sujetos constituyen una infracción contra el parámetro de la 'Corrección gramatical' y la valoración de su incidencia sobre la merma de la calidad. Los datos recabados revelan una clara diferencia entre los resultados basados en la evaluación de la Tradpubl y la Tradmanipul, dado que la evaluación de la primera obtiene unos valores claramente más altos, tanto en la detección de los segmentos como en la valoración de su incidencia en la merma de la calidad, lo que significa que los sujetos que basaron su evaluación en la Tradpubl consideran que ésta se caracteriza por un mayor número de errores gramaticales y que éstos tienen un impacto considerable en la merma de la calidad. Lo más llamativo de estos resultados es, sin duda, que en ambas traducciones los valores obtenidos en la detección de los segmentos y los de su incidencia en la merma de la

calidad son casi idénticas al elevarse la diferencia en ambos casos sólo a 0,09 puntos, tal como se puede ver en la tabla y en el gráfico que siguen (*Tabla 4—24 y Gráfico 4—22*). Sin embargo llama otra vez la atención de que los evaluadores de la Tradmanipul son los con mayor severidad cuantifican la incidencia de los errores gramaticales sobre la calidad a pesar de haber detectado en la Tradmanipul claramente menos segmentos que suponen una infracción contra el parámetro de la ‘Corrección gramatical’.

Texto			Detectó errores gramaticales	Provocan una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	82	66
		Perdidos	8	24
	Media		2,48	2,39
	Error típ. de la media		,113	,128
2 Tradmanipul	N	Válidos	84	42
		Perdidos	6	48
	Media		1,43	1,52
	Error típ. de la media		,082	,129

Tabla 4—24: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Corrección gramatical’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

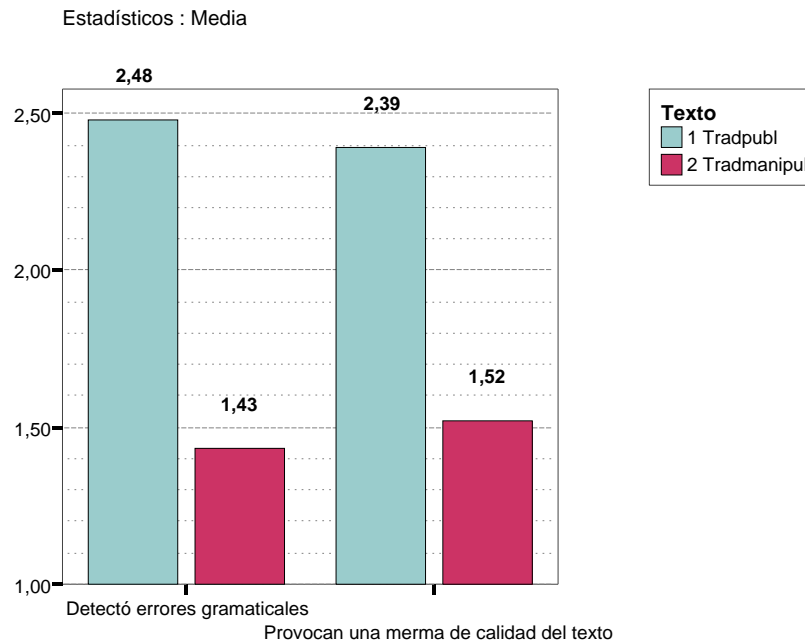


Gráfico 4—22: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Corrección gramatical’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.1.6. Valores medios por no respetar el parámetro ‘Estilo usual’ y provocar el efecto no deseado de ‘Hilaridad’

En la pregunta 5 les pedimos a los sujetos en primer lugar que detectasen aquellos segmentos del texto previamente leído que les causen cierta hilaridad sin que por ello la comprensibilidad del texto se viese afectada. De este modo retomamos el parámetro ‘Estilo usual’ centrándonos en una de sus manifestaciones peculiares y frecuentes en folletos turísticos para comprobar si el efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ es evaluado de manera distinta que las demás infracciones contra el parámetro del ‘Estilo usual’. Los datos recabados muestran que en la Tradpubl se detecta un mayor número de segmentos que causan hilaridad que en la Tradmanipul, elevándose la diferencia entre los dos valores medios a 0,64 puntos. En relación con el grado de merma que estos segmentos detectados conllevan se puede ver en la tabla y el gráfico

siguientes (*Tabla 4—25* y *Gráfico 4—23*) que la diferencia alcanza con 0,64 exactamente el mismo valor. Si comparamos los valores obtenidos en la detección de los segmentos con la cuantificación del grado de incidencia sobre la merma de la calidad vemos que en el caso de esta última las cifras son más altas en ambas traducciones aunque las diferencias son mínimas tanto en relación con la Tradpubl como con la Tradmanipul alcanzando en ambas el mismo valor de 0,11 puntos. De ello se puede deducir que una infracción contra el parámetro del efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ goza de una cierta tolerancia por parte de los sujetos de ambas traducciones.

Tabla 4—25: Segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ en forma del efecto no deseado de

Texto			Segmentos que le causan hilaridad	Provocan una merma de calidad del texto
1 Tradpubl	N	Válidos	85	65
		Perdidos	5	25
	Media		2,26	2,37
	Error típ. de la media		,123	,136
2 Tradmanipul	N	Válidos	86	51
		Perdidos	4	39
	Media		1,62	1,73
	Error típ. de la media		,088	,137

la ‘Hilaridad’ y su incidencia en la merma de la calidad del texto

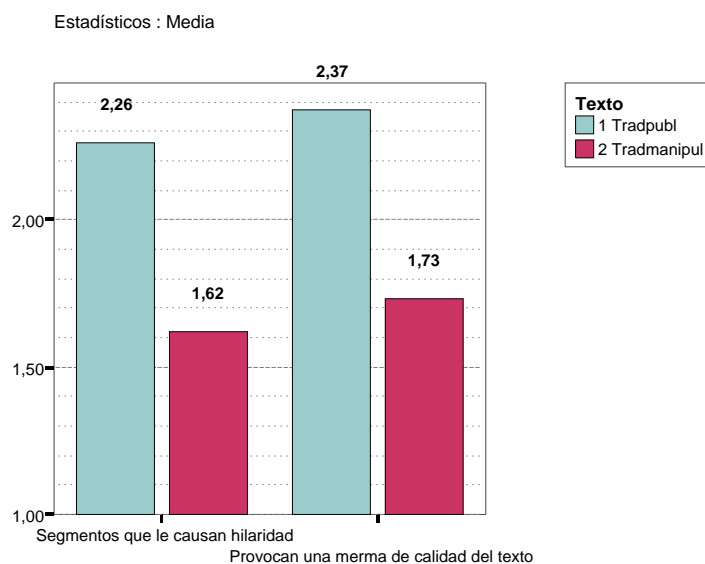


Gráfico 4—23: Segmentos que no respetan el parámetro 'Estilo usual' en forma del efecto no deseado de la 'Hilaridad' y su incidencia en la merma de la calidad del texto

4.5.2. Discusión

Los datos que acabamos de presentar pueden recobrar mayor interés si los comparamos entre sí. Con el fin de facilitar esta tarea agrupamos los valores recabados en la *Tabla 4—26* que reproducimos en la página siguiente:

	‘Información fehaciente’	‘Información útil y accesible’	‘Claridad y comprensibilidad’	‘Estilo usual’	‘Hilaridad’	‘Corrección gramatical’
Tradpubl: Detección de segmentos: Valores medios	1,58	2,24	1,68	2,35	2,26	2,48
Tradmanipul: Detección de segmentos: Valores medios	1,73	2,20	1,29	1,88	1,62	1,43
Tradpubl: Incidencia en la merma de la calidad: Valores medios	2,17	2,64	2,37	2,50	2,37	2,39
Tradmanipul: Incidencia en la merma de la calidad: Valores medios	2,49	2,39	1,78	2,24	1,73	1,52
Tradpubl y Tradmanipul: Diferencia entre valores medios de segmentos detectados	0,15	0,04	0,39	0,47	0,64	1,05
Tradpubl y Tradmanipul: Diferencia entre valores medios de la incidencia en la merma de la calidad	0,32	0,25	0,59	0,26	0,64	0,87
Tradpubl: Diferencia entre valores medios de segmentos detectados y su incidencia en merma de la calidad	0,59	0,40	0,69	0,15	0,11	0,09
Tradmanipul: Diferencia entre valores medios de segmentos detectados y su incidencia en merma de la calidad	0,76	0,19	0,49	0,36	0,11	0,09

Tabla 4—26: Segmentos que no respetan determinados parámetros y su incidencia en la merma de la calidad. Valores medios y diferencias entre valores medios

- a. Si comparamos los valores que reflejan la detección de segmentos que no respetan uno de los parámetros vemos que las cifras de la Tradmanipul son en cinco de los seis parámetros menores que las de la Tradpubl, lo que equivaldría a una evaluación más favorable de la Tradmanipul. Sólo en el parámetro ‘Información fehaciente’ se invierte la valoración, siendo en este caso más favorable a la Tradpubl. Lo mismo sucede en relación con los valores que reflejan la incidencia de estos segmentos en la merma de la

calidad del texto, al obtener la Tradpubl en todos los casos una valoración peor, excepto en el caso de la ‘Información fehaciente’. Cabe hacerse la pregunta por qué los sujetos hacen una excepción referido a este parámetro. Una de las claves para entenderlo podría encontrarse en el hecho de que se trata de uno de los parámetros no manipulados, como lo prevé el diseño de la investigación (cf. 2.4.1.3 *La traducción manipulada*). Sin embargo hay que constatar que no sucede lo mismo con el parámetro ‘Información útil y accesible’ que tampoco se ha manipulado. Una posible explicación la podemos encontrar si enfocamos las diferencias entre los valores medios obtenidos en la detección de los segmentos en las dos traducciones y los obtenidos a la hora de valorar su incidencia sobre la calidad, dado que podemos observar que se trata de diferencias mínimas en el caso de ambos parámetros no manipulados. Los valores casi idénticos no serían otra cosa que la consecuencia lógica de que estos dos parámetros han sido tratados igual en la elaboración de las dos traducciones evaluadas.

- b. Una de las preguntas más interesantes que, en relación con los resultados recabados se puede plantear, es la siguiente: ¿Detectan los sujetos una diferencia sustancial entre la Tradpubl y la Tradmanipul respecto a aquellos parámetros que efectivamente se manipularon en la Tradmanipul y aquellos que se dejaron inalterados? En relación con dos de los parámetros no manipulados acabamos de dar una explicación. Antes de dar una respuesta en relación con los parámetros manipulados recordemos que son los siguientes: ‘Claridad y comprensibilidad’, ‘Estilo usual’ y ‘Corrección gramatical’ y efecto no deseado de ‘Hilaridad’. Según el diseño de la investigación los cinco restantes parámetros formados por la ‘Información fehaciente’, la ‘Información útil y accesible’, la ‘Concordancia entre texto e imagen’, la ‘Presentación visual y gráfica atractiva’ y el ‘Comportamiento profesional’ quedan excluidos de la manipulación (cf. 2.4.1.3 *La traducción manipulada*).

-
- En relación con el parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ se observa una diferencia entre la evaluación de la Tradmanipul y la Tradpubl, obteniendo la primera dos veces la media más baja, lo que significa una calificación mejor, tanto en la detección de segmentos que dificultan la comprensión como en la valoración de su incidencia en la merma de la calidad. Sin embargo no podemos cerrar los ojos ante la evidencia de que ni el valor de la Tradmanipul (1,29), ni el de la Tradpubl (1,68) llega a 2 puntos lo que refleja que en ambas traducciones se han encontrado muy pocos segmentos que dificultan la comprensión, dado que 1 significa ningún segmento y 2 un único segmento detectado. En cuanto a la evaluación de la incidencia sobre la merma de la calidad, los valores son en ambas traducciones más altos que los relacionados con la detección de los segmentos y se puede observar que el valor de la Tradpubl se acerca con 2,37 a una mediana merma mientras el valor de la Tradmanipul se sitúa entre ninguna y una escasa merma de la calidad. Resumiendo se podría decir que aun obteniendo la Tradmanipul mejores calificaciones, y aun considerando que el impacto negativo sobre la calidad de la Tradpubl es mayor, ésta tampoco se percibe como una traducción que se caracteriza por presentar dificultades serias para su comprensión.
 - En relación con el parámetro ‘Estilo usual’ podemos observar algo parecido al parámetro que acabamos de tratar, en el sentido de que los valores obtenidos por la Tradmanipul son mejores que los de la Tradpubl. Sin embargo salta a la vista que los valores absolutos son más altos que en relación con el parámetro anterior, elevándose en el caso de la detección de los segmentos que no respetan el parámetro ‘Estilo usual’ en la Tradpubl a 2,35 lo que equivale a más de un segmento detectado y en la Tradmanipul a 1,88, que es un valor ligeramente por debajo de un 2 que equivaldría a un segmento detectado. En ambas traducciones la diferencia alcanzada entre la cuantificación de los segmentos detectados y la valoración del grado del impacto en la merma de la calidad no es más alta que las diferencias que se puede observar en relación con los parámetros no manipulados. Resumiendo podemos

decir que los evaluadores de la Tradmanipul consideran que ésta respeta el parámetro del ‘Estilo usual’ en mayor medida que los evaluadores de la Tradpubl. Sin embargo el hecho de que los evaluadores de la Tradmanipul cuantifiquen la incidencia de los segmentos detectados en la merma de la calidad en 2,24 puntos es también un indicio para no descuidar que éstos tampoco perciben el estilo utilizado en la Tradmanipul como completamente usual a pesar de que en su elaboración el parámetro ‘Estilo usual’ se haya manipulado. Además nos indica que los evaluadores de la Tradmanipul son más severos que los de la Tradpubl, dado que a pesar de detectar menos segmentos que no respetan el parámetro en cuestión la cuantificación de la incidencia en la merma de la calidad alcanza casi el mismo valor.

- Con la ‘Hilaridad’ como efecto específico no deseado pero frecuente en folletos turísticos, estamos enfocando la falta de respeto del parámetro ‘Estilo usual’ en una de sus manifestaciones más peculiares y usuales. Los datos recabados nos muestran que los valores relacionados con la provocación de una sonrisa en los lectores se diferencian de los valores relacionados con la falta de respeto del parámetro ‘Estilo usual’ sin especificar ninguna de sus manifestaciones concretas, siendo los valores en el caso de la ‘Hilaridad’ en ambas traducciones mejores. Este hecho es un indicio más para confirmar la hipótesis según la cual los usuarios están dispuestos a aceptar que un folleto turístico contenga algunos segmentos que provoquen su sonrisa sin que la calidad del mismo se resienta tanto como en relación con otros efectos no deseados que tienen su origen en la falta de respeto del parámetro ‘Estilo usual’. Asimismo es especialmente interesante ver que tanto en el caso de la Tradpubl como en el de la Tradmanipul los sujetos le conceden al número de segmentos detectados y al impacto sobre la merma de la calidad valores casi idénticos, elevándose la diferencia en ambas traducciones a sólo 0,11 puntos. Ello constituye una excepción dado que en todos los parámetros hasta ahora comentados, el valor del impacto es sustancialmente mayor que el derivado de la detección de un número concreto de segmentos que no respetan un determinado parámetro.

-
- En relación con el parámetro manipulado de la ‘Corrección gramatical’ los resultados referidos a las dos traducciones se caracterizan por las diferencias más pronunciadas tanto en relación con la cuantificación de los segmentos encontrados como en el efecto que estos tienen sobre la merma de la calidad. Relacionado con la detección de segmentos que se caracterizan por contener errores gramaticales los sujetos que basan su evaluación en la Tradpubl establecen con 2,48 el valor más alto, lo que equivale a la peor valoración de todos los parámetros. Referido a la Tradmanipul este mismo valor es con 1,43 claramente mejor y superado únicamente por el que obtiene la Tradmanipul respecto al parámetro manipulado de la ‘Claridad y comprensibilidad’ que alcanza con 1,29 una valoración aun mejor. Asimismo hay que subrayar que en el parámetro ‘Corrección gramatical’ los evaluadores de la Tradmanipul establecen con 1,05 la mayor diferencia entre el valor referido a la detección de segmentos y el referido a la cuantificación del grado de su incidencia en la merma de la calidad. Ello significa que los evaluadores de la Tradmanipul son más severos a la hora de cuantificar el impacto sobre la merma de la calidad. Asimismo estos resultados reflejan de modo claro que los evaluadores llegan respecto a la ‘Corrección gramatical’ a una valoración claramente más favorable para la Tradmanipul, lo que se puede interpretar como consecuencia de la manipulación de este parámetro en la elaboración de la misma.

 - c. Es necesario plantearse algunas preguntas referidas a la relación entre los valores que corresponden a la detección de segmentos que no respetan un determinado parámetro de calidad y la cuantificación de su incidencia sobre la merma de la calidad del folleto, dado que, además de los números absolutos, la relación que los sujetos establecen entre los dos valores cobra especial interés. Para facilitar el seguimiento de nuestros argumentos presentamos a continuación los datos referidos a la Tradpubl y la Tradmanipul agrupados por detección de segmentos y su incidencia sobre la merma de la calidad. Con el objeto de disponer de unos valores de

comparación incluimos también los resultados referido al grupo ‘Expertos’.

- En relación con la detección de segmentos que contienen infracciones contra los respectivos parámetros y su incidencia concreta en la merma de la calidad, los sujetos que evaluaron la TRADPUBL establecieron la siguiente jerarquía, significando 1=ningún segmento detectado/mínima merma de la calidad y 5=muchísimos segmentos detectados/máxima merma de la calidad y C=contenido y F= forma:

Orden jerárquico	Detección de segmentos que no respetan parámetros de calidad	Incidencia sobre la merma de la calidad
1^{er} puesto	Corrección gramatical (2,48) F	Información de interés (2,64) C
2^o puesto	Estilo usual (2,25) F	Estilo usual (2,50) F
3^{er} puesto	Estilo usual que no causa ‘Hilaridad’ (2,26) F	Corrección gramatical (2,39) F
4^o puesto	Información de interés (2,24) C	Claridad y comprensibilidad (2,37) C
5^o puesto	Claridad y comprensibilidad (1,68) C	Estilo usual q no causa ‘Hilaridad’ (2,37) F
6^o puesto	Información fehaciente (1,58) C	Información fehaciente (2,17) C

Tabla 4—27: Tradpubl: Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros de calidad y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad

- En relación con la detección de segmentos que contienen infracciones contra los respectivos parámetros y su incidencia concreta en la merma de la calidad, los sujetos que evaluaron la TRADMANIPUL establecieron la siguiente jerarquía, significando 1=ningún segmento detectado/mínima merma de la calidad y 5=muchísimos segmentos detectados/máxima merma de la calidad y C=contenido y F= forma:

Orden jerárquico	Detección de segmentos que no respetan parámetros de calidad	Incidencia sobre la merma de la calidad
1^{er} puesto	Información de interés (2,20) C	Información fehaciente (2,49) C
2^o puesto	Estilo usual (1,88) F	Información de interés (2,39) C
3^{er} puesto	Información fehaciente (1,73) C	Estilo usual (2,24) F
4^o puesto	Estilo usual que no causa ‘Hilaridad’ (1,64) F	Claridad y comprensibilidad (1,78) C
5^o puesto	Corrección gramatical (1,43) F	Estilo usual q no causa ‘Hilaridad’ (1,73) F
6^o puesto	Claridad y comprensibilidad (1,29) C	Corrección gramatical (1,52) F

Tabla 4—28: Tradmanipul: Detección de segmentos que no respetan determinados parámetros de calidad y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad

- En relación con la detección de segmentos que contienen infracciones contra los respectivos parámetros y su incidencia concreta en la merma de la calidad, los ‘Expertos’ que evaluaron la TRADPUBL establecieron la siguiente jerarquía, significando 1=ningún segmento detectado/mínima merma de la calidad y 5=muchísimos segmentos detectados/máxima merma de la calidad y C=contenido y F= forma:

Orden jerárquico	Detección de segmentos que no respetan parámetros de calidad	Incidencia sobre la merma de la calidad
1^{er} puesto	Estilo usual que no causa ‘Hilaridad’ (3,57) F	Claridad y comprensibilidad (4,50) C
2^o puesto	Estilo usual (3,43) F	Estilo usual (3,43) F
3^{er} puesto	Información fehaciente (3,14) C	Estilo usual q no causa ‘Hilaridad’ (3,14) F
4^o puesto	Información de interés (2,57) C	Corrección gramatical (3,00) F
5^o puesto	Corrección gramatical (2,57) F	Información fehaciente (2,50) C
6^o puesto	Claridad y comprensibilidad (2,29) C	Información de interés (2,50) C

Tabla 4—29: Grupo ‘Expertos’ Tradpubl: Detección de segmentos y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad

- En relación con la detección de segmentos que contienen infracciones contra los respectivos parámetros y su incidencia concreta en la merma de la calidad, los ‘Expertos’ que evaluaron la TRADMANIPUL establecieron la siguiente jerarquía,

significando 1=ningún segmento detectado/mínima merma de la calidad y 5=muchísimos segmentos detectados/máxima merma de la calidad y C=contenido y F= forma:

Orden jerárquico	Detección de segmentos que no respetan parámetros de calidad	Incidencia sobre la merma de la calidad
1^{er} puesto	Información fehaciente (2,43) C	Estilo usual (2,75) F
2^o puesto	Estilo usual (2,29) F	Información fehaciente (2,25) C
3^{er} puesto	Estilo usual que no causa ‘Hilaridad’ (2,14) F	Información de interés (2,25) C
4^o puesto	Información de interés (2,00) C	Estilo usual q no causa ‘Hilaridad’ (2,25) F
5^o puesto	Claridad y comprensibilidad (1,14) C	Claridad y comprensibilidad (2,00) C
6^o puesto	Corrección gramatical (1,14) F	Corrección gramatical (1,00) F

Tabla 4—30: Grupo ‘Expertos’ Tradmanipul: Detección de segmentos y evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad

Lo primero que salta a la vista es que las diferencias entre los valores de la Tradpubl y la Tradmanipul son pequeñas aunque comparando los valores uno por uno podemos constatar que la Tradmanipul obtiene valoraciones más bajas, sobre todo en la detección de infracciones contra los parámetros ‘Corrección gramatical’, ‘Estilo usual’ que no causa ‘Hilaridad’ y ‘Claridad y comprensibilidad’. Sin embargo cabe preguntarse por qué en el parámetro ‘Información fehaciente’ sale con ventajas la Tradpubl. Si vemos que la diferencia se eleva sólo a 0,15 puntos podemos encontrar una explicación en el hecho de que se trata de un parámetro no manipulado por lo que las diferencias son mínimas. Otra explicación podría basarse en el hecho de que los sujetos de la Tradmanipul concentran sus críticas mayormente en los parámetros que se refieren a aspectos relacionados con el contenido, al no concentrar su atención en el cúmulo de deficiencias de tipo formal como los sujetos de la Tradpubl.

Otra observación interesante es que el orden jerárquico establecido en la detección de los segmentos deficientes no coincide con el orden que los sujetos

establecen para ponderar la incidencia sobre la merma de la calidad. Cabe preguntarse lo que significa que el valor que cuantifica los segmentos con deficiencias encontrados es más pequeño que el valor que cuantifica la incidencia sobre la merma de la calidad, y lo que significa el caso contrario en el que el valor de la detección es mayor que el de la incidencia sobre la merma de la calidad. Nuestra interpretación es la siguiente: Si los sujetos le conceden un valor mayor a la incidencia que a la detección, es porque consideran que la calidad sufre por encima de lo que en principio cabría pensar. Conforme va aumentando la diferencia a favor de la incidencia, la merma de la calidad es percibida como mayor. En este sentido podemos resaltar que las tres mayores diferencias en relación con la Tradpubl se dan en los siguientes parámetros: ‘Claridad y comprensibilidad’ (0,69), ‘Información fehaciente’ (0,59) e ‘Información de interés’ (0,40). Referido a la Tradmanipul los tres parámetros son los siguientes: ‘Información fehaciente’ (0,76), ‘Claridad y comprensibilidad’ (0,49) y ‘Estilo usual’ (0,36). Llama la atención que las diferencias entre Tradpubl y Tradmanipul son mínimas, y una explicación plausible para ello no es fácil de encontrar, a no ser que recurramos a explicaciones de tipo psicológico en los que profundizaremos en la discusión general y que se podrían resumir con el argumento de que los sujetos que basan su evaluación en un texto que presenta menos deficiencias formales disponen del tiempo necesario y se atreven a hacer una crítica más a fondo de todos los aspectos, no solamente de los relacionados con la forma sino también de los que se refieren al contenido del folleto.

En el caso de que el valor correspondiente a la detección sea mayor que el que cuantifica la incidencia de los segmentos deficientes sobre la merma de la calidad (caso que en relación con la Tradpubl se da en el parámetro ‘Corrección gramatical’ y en el de la Tradmanipul en ninguno) la explicación también tiene una vertiente psicológica, dado que se basa en una actitud condescendiente por parte de los sujetos que se plantean que las deficiencias a pesar de existir no son tan graves por lo que consideran que su incidencia sobre la merma de la calidad está limitada.

Referido a los resultados de los ‘Expertos’ es de destacar que este grupo

establece unas diferencias entre Tradpubl y Tradmanipul claramente mayores que los sujetos de nuestra investigación. En este sentido podemos nombrar que referido a la Tradpubl los valores de la detección oscilan entre 3,57 ('Estilo usual que no causa hilaridad') y 2,29 ('Claridad y comprensibilidad') mientras que referido a la Tradmanipul la oscilación se produce entre el valor máximo de 2,43 ('Información fehaciente') y el valor mínimo de 1,14 ('Corrección gramatical'). La causa para ello la tenemos que buscar, sin duda, en que los expertos, al contrario de nuestros sujetos, conocían los dos folletos, por lo que podían establecer comparaciones entre ellos. Algo parecido pasa con los valores que cuantifican la incidencia que tienen los segmentos detectados sobre la merma de la calidad al ser la horquilla entre el valor mayor y el menor más pequeña en la Tradmanipul, alcanzando el valor mayor 2,75 ('Estilo usual') y el menor 1,00 ('Corrección gramatical'), que en la Tradpubl donde tenemos una horquilla que se abre bastante más, abarcando valores entre 4,50 ('Claridad y comprensibilidad') y 2,50 ('Información fehaciente' e 'Información de interés'). La explicación de tal resultado es la misma que acabamos de presentar en relación con las diferencias que observamos en la detección de los segmentos deficientes.

Otra observación interesante referida a los 'Expertos' es el hecho de que los expertos son claramente más severos a la hora de detectar segmentos que suponen una infracción de uno de los parámetros barajados que a la hora de la cuantificar el efecto negativo de éstos sobre la calidad del folleto, lo que se manifiesta en que en el caso de la Tradpubl la cuantificación de la incidencia sobre la calidad obtiene en tres ocasiones un valor más bajo que el valor con el que los sujetos cuantifican los segmentos deficientes y en el caso de la Tradmanipul sucede lo mismo en dos ocasiones. En principio no resulta fácil encontrar una explicación convincente para ello, en todo caso una posible causa podría esconderse en una de las características del grupo de los 'Expertos', dado que siendo todos profesores de lengua alemana en la Universidad de Granada agudizaron su esfuerzo a la hora de detectar segmentos deficientes, mientras que relativizaron sus consecuencias sobre el efecto comunicativo de las dos traducciones en las que basaron su evaluación. Lo que nos

lleva a hacer esta observación son algunos de los comentarios que los siete expertos formularon en la entrevista que mantuvimos con cada uno, una vez entregados los cuestionarios cumplimentados y los que evidencian que de alguna manera se sintieron obligados a detectar incluso la más mínima incorrección, lo que se muestra sobre todo en relación con el parámetro de la ‘Corrección gramatical’. Como ejemplo nos sirva lo dicho por algunos de los expertos encuestados. El ‘Experto N° 1’ se expresó de la siguiente manera: “No me resultó fácil detectar errores gramaticales aunque por mi profesión entrarían en mi competencia” (cf. *Apéndice III: I. Transcripción de entrevistas con expertos*). En la misma línea entra lo dicho por el ‘Experto N° 3’ que manifestó: “No he encontrado ningún error gramatical, aunque a lo mejor se me ha escapado alguno. Pero lo he leído dos veces y en principio no he visto nada.” (cf. *Apéndice III: I. Transcripción de entrevistas con expertos*). Para terminar citamos al ‘Sujeto N° 4’ que se expresó como sigue: “A primera vista no he encontrado ningún error gramatical de peso, ni en la Tradpubl ni en la Tradmanipul. Puede ser que en una lectura más a fondo, y dependiendo de cómo se defina un error gramatical, encontrara alguno.” (cf. *Apéndice III: I. Transcripción de entrevistas con expertos*).

- d. Consideramos importante terminar esta discusión con la siguiente reflexión: Si nos fijamos en la relación que los sujetos establecen entre la cuantificación de los segmentos que contienen una infracción contra un determinado parámetro y la cuantificación de su incidencia en la merma de la calidad, podemos observar que el valor que establece el grado de la merma de la calidad es siempre mayor que el que corresponde a la cuantificación de las infracciones detectados, excepto en el caso de la evaluación de la Tradpubl respecto al parámetro ‘Corrección gramatical’ donde los sujetos establecen que el impacto sobre la calidad del folleto es en 0,09 puntos menor. Lo que a primera vista no se aprecia es el hecho de que a pesar de que la Tradmanipul aparezca en relación con todos los parámetros, excepto en el de la ‘Información fehaciente’, como la que

menos infracciones contiene, los evaluadores de la misma se caracterizan por cuantificar la incidencia de las mismas sobre la calidad con mayor severidad lo que se manifiesta en que el incremento que existe entre los dos valores es, incluso en números absolutos, casi idéntico respecto a las dos traducciones (cf. últimas dos filas de la *Tabla 4—26*).

4.6. El grado de profesionalidad del traductor

En la pregunta 11 del cuestionario 2 invitamos a los sujetos a evaluar el grado de profesionalidad que conceden a la persona que ha realizado la traducción leída, para lo que disponían de una escala del 1 al 5, siendo posible la elección de un valor decimal y significando 1=absolutamente profesional y 5=nada profesional. En primer lugar presentaremos los datos referidos a todos los sujetos sin segmentación ninguna. A continuación procederemos a segmentar los resultados por todas las variables socioculturales y sociodemográficas barajadas.

4.6.1. Valores medios

En la tabla siguiente (*Tabla 4—31*) y en el *Gráfico 4—24* se aprecia que la valoración media de la Tradmanipul es más baja que la de la Tradpubl, lo que significa que los evaluadores de la Tradmanipul califican el grado de profesionalidad del traductor en 0,78 puntos mejor que los sujetos que evaluaron la Tradpubl.

Grado profesionalidad			
1 Tradpubl	N	Válidos	87
		Perdidos	3
	Media		2,9799
	Error típ. de la media		,10350
2 Tradmanipul	N	Válidos	88
		Perdidos	2
	Media		2,1955
	Error típ. de la media		,08873

Tabla 4—31: El grado de profesionalidad del traductor

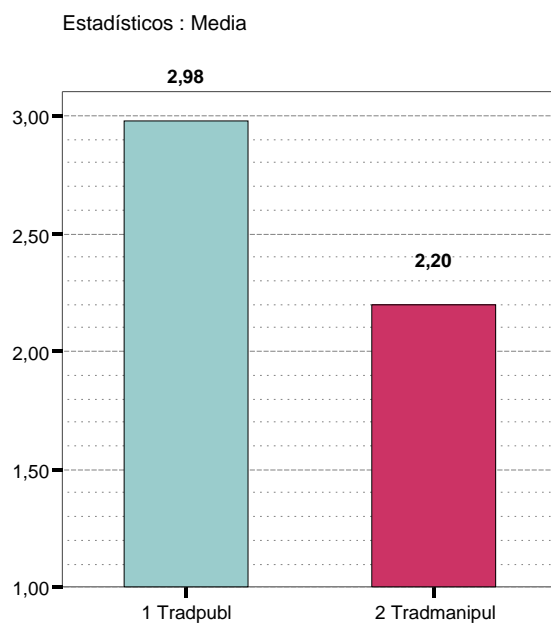


Gráfico 4—24: El grado de profesionalidad del traductor

4.6.1.1. Valores medios por 'Grupo'

En los tres grupos la media de la Tradmanipul es menor que la de la Tradpubl, lo que significa que los evaluadores de la Tradmanipul de los tres grupos coinciden en considerar que el grado de profesionalidad de la persona que la tradujo es mayor, elevándose la diferencia mayor entre las dos traducciones a 1 punto en el grupo 'Escuelas idomas' y la diferencia menor a 0,48 en el de 'Circuitos'. Es de subrayar que la oscilación entre los valores concedidos a la Tradpubl es mayor (0,84) que la que observamos en la Tradmanipul (0,32) lo que se aprecia muy bien en el Gráfico 4—25 reproducido después de la Tabla 4—32 que sigue:

Grado profesionalidad				
Escuelas idiomas	1 Tradpubl	N	Válidos	29
			Perdidos	1
			Media	3,4259
	Error típ. de la media			,18347
	2 Tradmanipul	N	Válidos	30
			Perdidos	0
Media			2,4300	
Error típ. de la media			,18126	
Turismo cultural	1 Tradpubl	N	Válidos	29
			Perdidos	1
			Media	2,9276
	Error típ. de la media			,16020
	2 Tradmanipul	N	Válidos	29
			Perdidos	1
Media			2,0414	
Error típ. de la media			,13989	
Circuitos	1 Tradpubl	N	Válidos	29
			Perdidos	1
			Media	2,5862
	Error típ. de la media			,16323
	2 Tradmanipul	N	Válidos	29
			Perdidos	1
Media			2,1069	
Error típ. de la media			,12769	

Tabla 4—32: El grado de profesionalidad del traductor por 'Grupo'

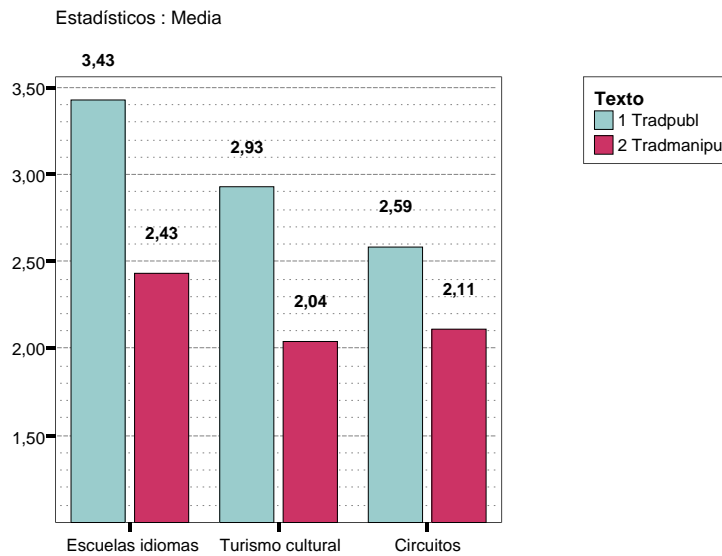


Gráfico 4—25: El grado de profesionalidad del traductor por 'Grupo'

4.6.1.2. Valores medios por 'Edad'

La segmentación de la variable 'Edad' arroja unos resultados entre los que destaca que en las cuatro franjas de edad la evaluación de la profesionalidad de la Tradmanipul es más favorable y que la mayor diferencia entre las dos traducciones se da con 1,8 en el grupo de los sujetos más jóvenes seguido por una diferencia de 1,12 en el segmento formado por las personas que tienen entre 21 y 30 años. Hay que resaltar que los valores referidos al segmento de los más jóvenes se basan en las respuestas de un número de sujetos tan reducido que no permite ni siquiera calcular el error típico, un hecho que tendremos en cuenta a la hora de la discusión. Relacionado con la evaluación de la Tradpubl llama la atención de que ésta mejora conforme va avanzando la edad de los sujetos, circunstancia que en relación con la Tradmanipul no se observa dado que la oscilación entre los valores de la Tradmanipul es mínima al no superar 0,23 puntos, lo que es consecuencia de una valoración muy equitativa en todas las franjas de edad, tal como la tabla y el gráfico siguientes lo demuestran (Tabla 4—33 y 4—26):

Grado profesionalidad				
Menos de 20 años	1 Tradpubl	N	Válidos	3
			Perdidos	0
		Media		3,9000
		Error típ. de la media		,32146
	2 Tradmanipul	N	Válidos	1
			Perdidos	0
Media			2,1000	
	Error típ. de la media			
21 a 30 años	1 Tradpubl	N	Válidos	23
			Perdidos	0
		Media		3,4522
		Error típ. de la media		,22003
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,3300	
	Error típ. de la media		,22444	
31 a 50 años	1 Tradpubl	N	Válidos	14
			Perdidos	1
		Media		3,0036
		Error típ. de la media		,24942
	2 Tradmanipul	N	Válidos	18
			Perdidos	0
Media			2,1167	
	Error típ. de la media		,23140	
Más de 50 años	1 Tradpubl	N	Válidos	46
			Perdidos	2
		Media		2,6870
		Error típ. de la media		,12405
	2 Tradmanipul	N	Válidos	46
			Perdidos	2
Media			2,1500	
	Error típ. de la media		,10744	

Tabla 4—33: Grado de profesionalidad por 'Edad'

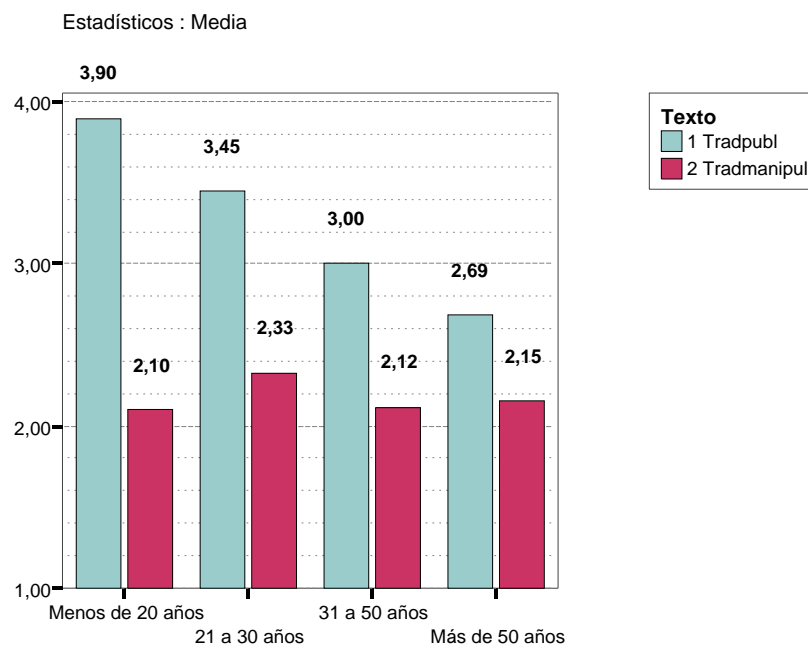


Gráfico 4—26: Grado de profesionalidad por 'Edad'

4.6.1.3. Valores medios por 'Sexo'

Como se desprende de la tabla y del gráfico reproducidos en la página siguiente (Tabla 4—34 y Gráfico 4—27), el hecho de pertenecer a uno u otro sexo arroja unas diferencias casi inapreciables referidas a la profesionalidad del traductor, alcanzando la diferencia entre la valoración que realizan mujeres y hombres referido a la Tradpubl sólo 0,03 y referido a la Tradmanipul 0,06 puntos.

Grado profesionalidad				
Mujer	1 Tradpubl	N	Válidos	51
			Perdidos	2
		Media		2,9951
		Error típ. de la media		,14432
2 Tradmanipul	N	Válidos	50	
		Perdidos	2	
		Media	2,1640	
		Error típ. de la media	,12809	
Hombre	1 Tradpubl	N	Válidos	35
			Perdidos	1
		Media	2,9714	
		Error típ. de la media	,15005	
2 Tradmanipul	N	Válidos	36	
		Perdidos	0	
		Media	2,2222	
		Error típ. de la media	,12543	

Tabla 4—34: El grado de profesionalidad del traductor por 'Sexo'

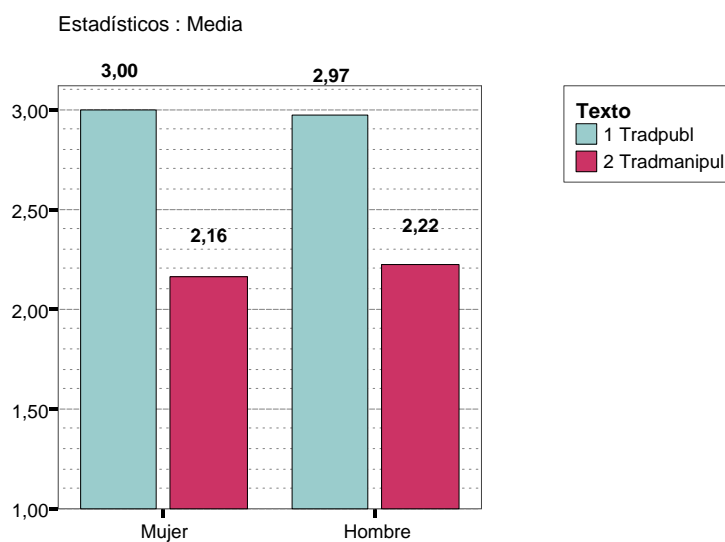


Gráfico 4—27: El grado de profesionalidad del traductor por 'Sexo'

4.6.1.4. Valores medios por 'Tamaño de la localidad de residencia'

La procedencia de una localidad de residencia mayor o menor arroja unos

resultados en los que se observa que todos los segmentos coinciden en calificar mejor la profesionalidad del traductor de la Tradmanipul. Asimismo la oscilación entre los valores referidos a la Tradpubl es mayor que la referida a la Tradmanipul, alcanzando la diferencia mayor entre las medias de la primera 1,18 y la de la segunda 0,45 puntos. Hay que señalar que los valores referidos al segmento de las personas que proceden de localidades con menos de 1000 habitantes se basan en un número de sujetos muy reducido lo que se manifiesta en un error típico muy elevado y lo que tendremos en cuenta a la hora de la discusión. El resultado que más se distingue de los demás es el del segmento de las personas que proceden de las grandes metrópolis, dado que es la única vez que los sujetos de un segmento establecen la diferencia a favor de la Tradmanipul en un valor que supera el punto (1,13), lo que se aprecia de modo claro en el *Gráfico 4—28* reproducido después de la *Tabla 4—35* que reproducimos a continuación:

Grado profesionalidad				
Menos de 2000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	0
			Media	2,0500
	Error típ. de la media			,22174
	2 Tradmanipul	N	Válidos	2
			Perdidos	0
Media			1,7500	
Error típ. de la media			,75000	
2001 a 10000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	12
			Perdidos	0
			Media	2,7167
	Error típ. de la media			,16461
	2 Tradmanipul	N	Válidos	10
			Perdidos	1
Media			2,4600	
Error típ. de la media			,26758	
10001 a 50000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	22
			Perdidos	1
			Media	3,1136
	Error típ. de la media			,15137
	2 Tradmanipul	N	Válidos	24
			Perdidos	1
Media			2,2792	
Error típ. de la media			,13961	
50001 a 200000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	17
			Perdidos	1
			Media	3,2324
	Error típ. de la media			,23227
	2 Tradmanipul	N	Válidos	16
			Perdidos	0
Media			2,2625	
Error típ. de la media			,23855	
200001 a 500000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	9
			Perdidos	0
			Media	2,7778
	Error típ. de la media			,41958
	2 Tradmanipul	N	Válidos	13
			Perdidos	0
Media			2,1462	
Error típ. de la media			,24432	
Más de 500000 habitantes	1 Tradpubl	N	Válidos	21
			Perdidos	0
			Media	3,1381
	Error típ. de la media			,26172
	2 Tradmanipul	N	Válidos	23
			Perdidos	0
Media			2,0130	
Error típ. de la media			,18246	

Tabla 4—35: El grado de profesionalidad del traductor por 'Tamaño de la localidad de residencia'

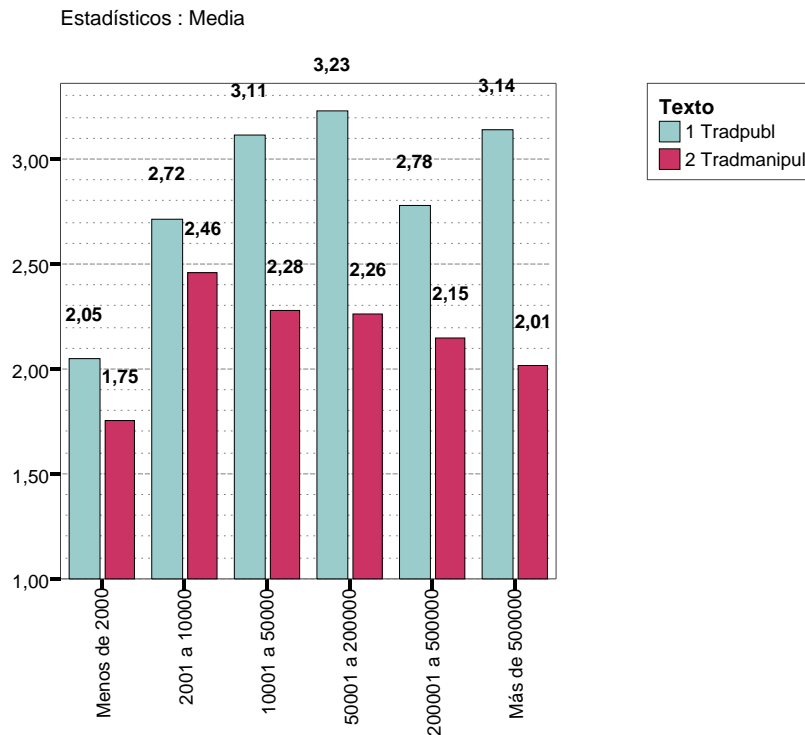


Gráfico 4—28: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Tamaño de la localidad de residencia’

4.6.1.5. Valores medios por ‘Situación laboral’

Con independencia de la ‘Situación laboral’ de los sujetos existe coincidencia en concederle a la Tradmanipul una valoración mejor en relación con el grado de profesionalidad evaluado. El segmento en el que se puede observar la diferencia mayor entre la evaluación de las dos traducciones es el de los ‘Estudiantes’ que establece una calificación en la que la Tradmanipul supera a la Tradpubl en 0,95 puntos. Entre la evaluación de las dos traducciones por parte de los distintos segmentos se observan ciertas oscilaciones siendo la variación mayor entre los valores de la Tradpubl (0,96) que la que existe entre las calificaciones de la Tradmanipul donde alcanza 0,65 puntos,

tal como se puede ver en la *Tabla 4—36* y el *Gráfico 4—29* que siguen. Destaca que las calificaciones más severas proceden en ambas traducciones del segmento de los ‘Estudiantes’ y los más transigentes de las ‘Amas de casas’. El reducido número de sujetos en el segmento de las ‘Amas de casa’ (3/6) y el elevado valor del error típico de la media se habrá de tenerse en consideración en la discusión.

Grado profesionalidad					
En activo	1 Tradpubl	N	Válidos	35	
			Perdidos	0	
			Media	2,8586	
	Error típ. de la media				,15889
	2 Tradmanipul	N	Válidos	35	
			Perdidos	1	
Media			2,0771		
Error típ. de la media				,14805	
Estudiante	1 Tradpubl	N	Válidos	16	
			Perdidos	0	
			Media	3,5688	
	Error típ. de la media				,25376
	2 Tradmanipul	N	Válidos	10	
			Perdidos	0	
Media			2,6200		
Error típ. de la media				,34699	
Ama de casa	1 Tradpubl	N	Válidos	3	
			Perdidos	0	
			Media	2,5667	
	Error típ. de la media				,34801
	2 Tradmanipul	N	Válidos	6	
			Perdidos	0	
Media			1,9667		
Error típ. de la media				,36938	
Pensionista	1 Tradpubl	N	Válidos	24	
			Perdidos	2	
			Media	2,6083	
	Error típ. de la media				,15868
	2 Tradmanipul	N	Válidos	25	
			Perdidos	1	
Media			2,1560		
Error típ. de la media				,13881	

Tabla 4—36: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Situación laboral’

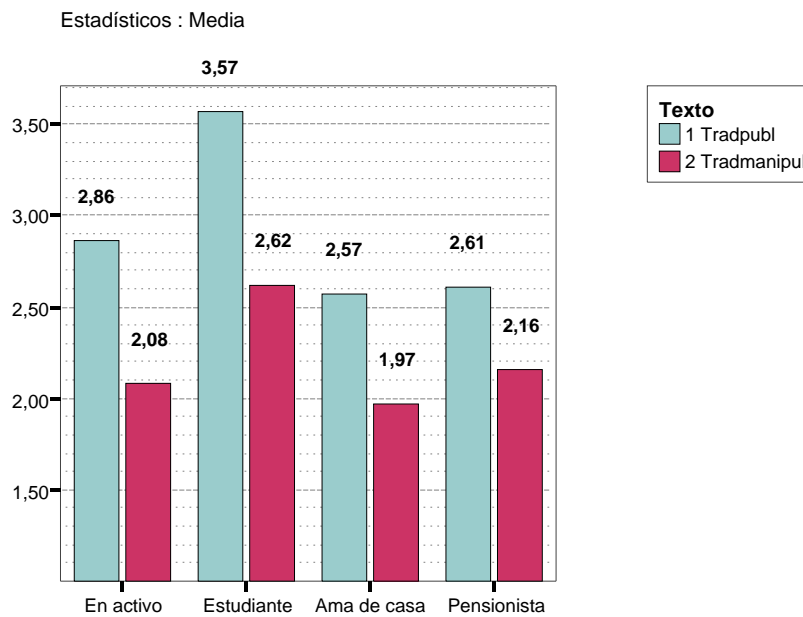


Gráfico 4—29: El grado de profesionalidad del traductor por 'Situación laboral'

4.6.1.6. Valores medios por 'Nivel de estudios'

Al margen de la coincidencia entre todos los segmentos de evaluar mejor el grado de profesionalidad de la Tradmanipul, la segmentación de la variable 'Nivel de estudios' arroja unos resultados que reflejan diferencias apreciables entre la evaluación de las dos traducciones. En primer lugar se puede ver que los sujetos de los tres segmentos llegan a una evaluación muy parecida referida a la Tradmanipul, al elevarse la oscilación máxima a sólo 0,22 puntos. Referida a la Tradpubl existe mayor diferencia entre las valoraciones de los tres segmentos, lo que se manifiesta en una oscilación que alcanza 0,48, más del doble de la oscilación de la Tradmanipul. La mejor valoración la realiza el segmento formado por las personas con estudios de formación profesional (2,09 para la Tradmanipul) y la peor valoración corre a cargo del segmento 'Bachillerato' (3,24 para la Tradpubl), alcanzando la diferencia entre ambas

valoraciones con 1,15 más de un punto como se puede ver en la *Tabla 4—37* y en el *Gráfico 4—30*:

Grado profesionalidad				
Formación profesional	1 Tradpubl	N	Válidos	22
			Perdidos	1
		Media		2,7545
		Error típ. de la media		,19448
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,0850	
	Error típ. de la media		,17049	
Bachiller/COU	1 Tradpubl	N	Válidos	25
			Perdidos	0
		Media		3,2400
		Error típ. de la media		,19681
	2 Tradmanipul	N	Válidos	20
			Perdidos	0
Media			2,1650	
	Error típ. de la media		,20161	
Título universitario	1 Tradpubl	N	Válidos	29
			Perdidos	2
		Media		3,1431
		Error típ. de la media		,17804
	2 Tradmanipul	N	Válidos	30
			Perdidos	2
Media			2,3067	
	Error típ. de la media		,16657	

Tabla 4—37: El grado de profesionalidad del traductor por 'Nivel de estudios'

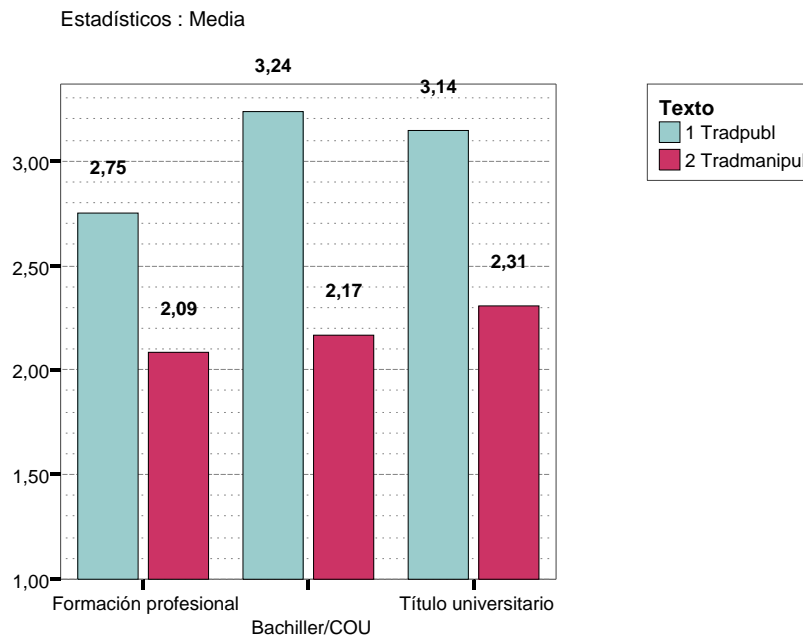


Gráfico 4—30: El grado de profesionalidad del traductor por 'Nivel de estudios'

4.6.1.7. Valores medios por 'Conocimiento previo de Granada'

El hecho de tener conocimientos previos de Granada (por haberla visitado con anterioridad), o no disponer de ellos, casi no se ve reflejado en los resultados obtenidos mediante la segmentación de la variable 'Conocimiento previo de Granada' al ser las evaluaciones realizadas por los dos segmentos casi idénticas, tanto en relación con la profesionalidad del traductor de la Tradpubl como del traductor de la Tradmanipul. Efectivamente, y tal como se puede ver en la tabla y en el gráfico siguientes (*Tabla 4—38* y *Gráfico 4—31*), la oscilación entre los dos valores correspondientes a la Tradpubl sólo alcanza 0,15 puntos y referido a la Tradmanipul aún menos (0,07). El segmento que evalúa ambas traducciones con mayor severidad es el de las personas que disponen de conocimientos previos de Granada aunque la diferencia entre las dos evaluaciones es como acabamos de decir mínima. Además se puede observar que ambos segmentos le

atribuyen un grado de profesionalidad más alto a la Tradmanipul.

Grado profesionalidad					
Por primera vez	1 Tradpubl	N	Válidos	61	
			Perdidos	1	
			Media	2,9410	
	Error típ. de la media				,12428
	2 Tradmanipul	N	Válidos	60	
			Perdidos	2	
Media			2,1667		
Error típ. de la media				,10474	
Estuvo con anterioridad	1 Tradpubl	N	Válidos	25	
			Perdidos	2	
			Media	3,0940	
	Error típ. de la media				,19567
	2 Tradmanipul	N	Válidos	23	
			Perdidos	0	
Media			2,2522		
Error típ. de la media				,20137	

Tabla 4—38: El grado de profesionalidad del traductor por 'Conocimientos previos de Granada'

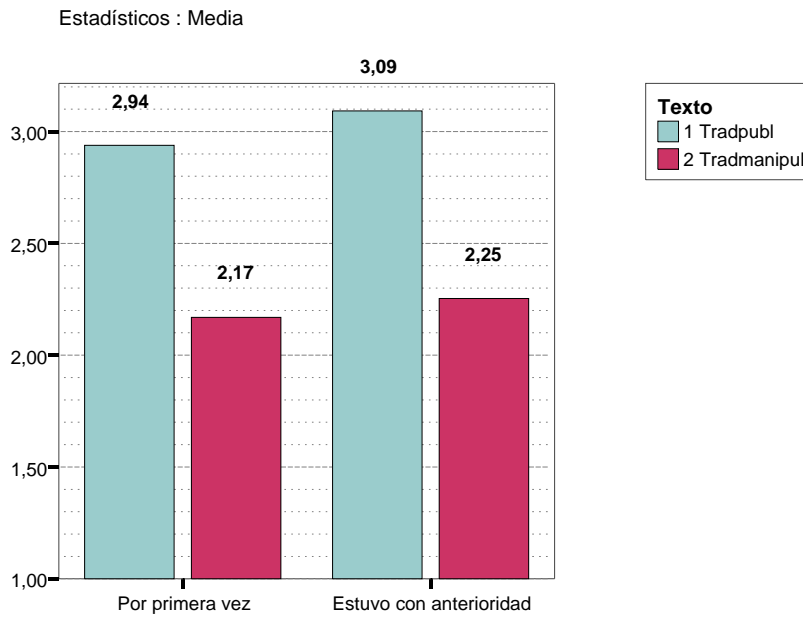


Gráfico 4—31: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimientos previos de Granada’

4.6.1.8. Valores medios por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’

Los resultados obtenidos mediante la segmentación de la variable ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’ arroja unas claras diferencias entre la valoración de los que disponen de conocimientos previos y los que carecen de ellos. En este sentido llama la atención de que la evaluación del segmento formado por las personas que conocen Sierra Nevada es más severa a la hora de calificar la Tradpubl concediéndole con 3,34 la peor calificación. Sin embargo a la hora de calificar la Tradmanipul este mismo segmento la considera con 1,80 claramente mejor. En el *Gráfico 4—32* que reproducimos después de la *Tabla 4—39* se aprecia de modo muy visual la gran diferencia de 1,54 puntos que los que tienen conocimientos previos de Sierra Nevada establecen entre las dos traducciones a favor de la Tradmanipul:

Grado profesionalidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	19
			Perdidos	0
	Media			3,3368
	Error típ. de la media			,26537
	<hr/>			
No	2 Tradmanipul	N	Válidos	21
			Perdidos	0
	Media			1,8048
	Error típ. de la media			,19438
	<hr/>			
No	1 Tradpubl	N	Válidos	66
			Perdidos	3
	Media			2,8841
	Error típ. de la media			,11095
	<hr/>			
No	2 Tradmanipul	N	Válidos	63
			Perdidos	2
	Media			2,3222
	Error típ. de la media			,10047

Tabla 4—39: El grado de profesionalidad del traductor por 'Conocimiento previo de Sierra Nevada'

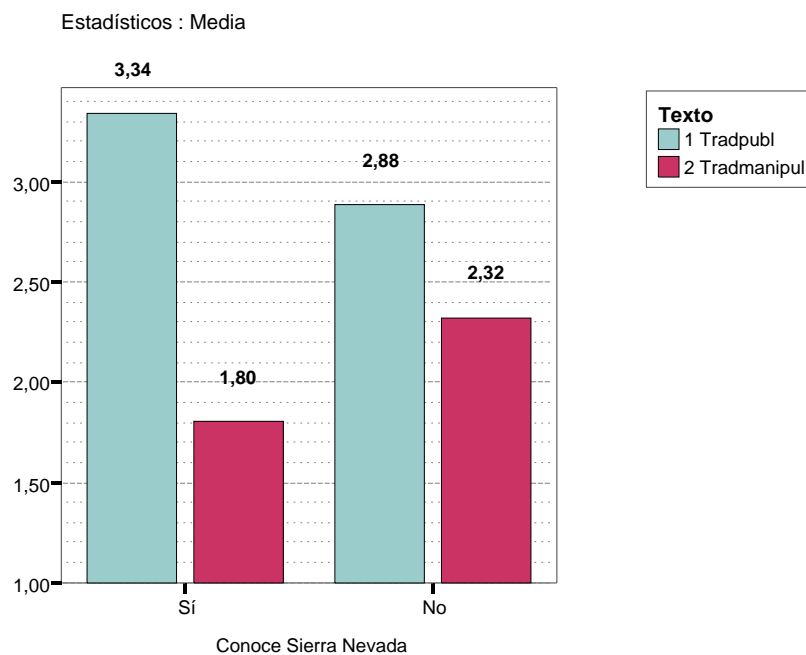


Gráfico 4—32: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Conocimiento previo de Sierra Nevada’

4.6.1.9. Valores medios por ‘Afición al esquí’

Tanto el segmento de los aficionados al esquí como el de los que no practican este deporte llegan en relación con ambas traducciones a una evaluación de la profesionalidad del traductor casi idéntica. De hecho, la diferencia entre las dos evaluaciones de la Tradpubl sólo es de 0,13 y en relación con la Tradmanipul alcanza con 0,02 un valor casi inapreciable, como se puede deducir de la tabla y el gráfico siguientes (Tabla 4—40 y Gráfico 4—33). Destaca la mejor calificación de la Tradmanipul por ambos segmentos.

Grado profesionalidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	45
			Perdidos	1
		Media		2,9456
		Error típ. de la media		,14238
	<hr/>			
No	2 Tradmanipul	N	Válidos	34
			Perdidos	0
		Media		2,1647
		Error típ. de la media		,16082
	<hr/>			
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	40
			Perdidos	1
		Media		3,0800
		Error típ. de la media		,15065
	<hr/>			
No	2 Tradmanipul	N	Válidos	50
			Perdidos	2
		Media		2,1820
		Error típ. de la media		,11120

Tabla 4—40: El grado de profesionalidad del traductor por 'Afición al esquí'

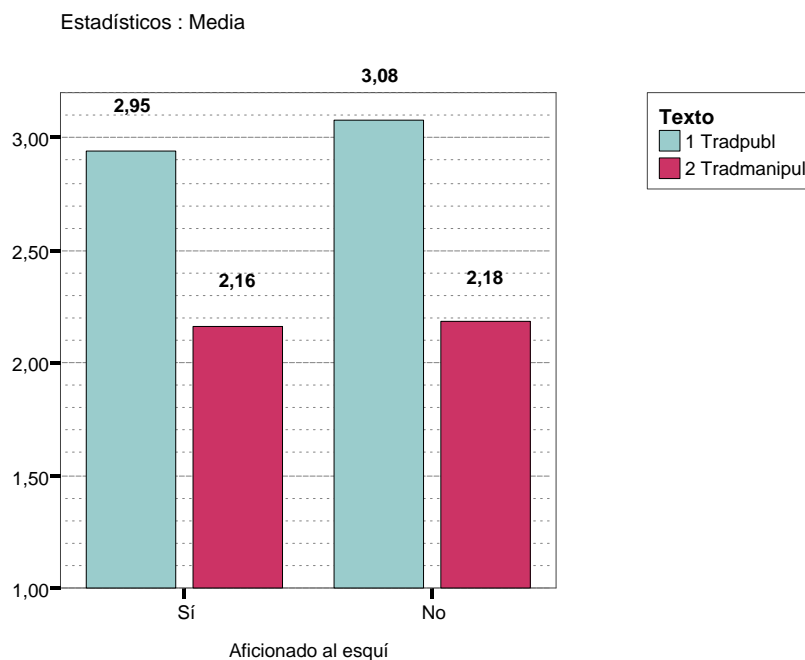


Gráfico 4—33: El grado de profesionalidad del traductor por 'Afición al esquí'

4.6.1.10. Valores medios por ‘Afición al senderismo’

En la *Tabla 4—41* y en el *Gráfico 4—34* se ve que los aficionados al senderismo y los que no lo están llegan a expresarse de modo parecido a la hora de evaluar la profesionalidad de la persona que ha traducido la traducción leída. Destaca que los resultados correspondientes al segmento de los que no practican el senderismo indican con 1,22 una diferencia considerable entre el grado de profesionalidad del traductor de la Tradpubl y del que realizó la Tradmanipul, máxime teniendo en cuenta que la diferencia que resulta de los datos recabados en el segmento de los aficionados es con 0,76 menor. Respecto a los datos no segmentados existe poca variación (cf. 4.6.1. *Valores medios*). Los no aficionados emiten a la vez la peor y la mejor valoración concediéndole a la profesionalidad del traductor de la Tradpubl una calificación de 3,13 y de 1,91 referida a la profesionalidad de la persona que elaboró la Tradmanipul.

Grado profesionalidad				
Sí	1 Tradpubl	N	Válidos	76
			Perdidos	3
			Media	2,9717
		Error típ. de la media		,11162
	2 Tradmanipul	N	Válidos	77
			Perdidos	2
Media			2,2130	
	Error típ. de la media		,09553	
No	1 Tradpubl	N	Válidos	7
			Perdidos	0
			Media	3,1286
		Error típ. de la media		,35302
	2 Tradmanipul	N	Válidos	8
			Perdidos	0
Media			1,9125	
	Error típ. de la media		,32538	

Tabla 4—41: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Afición al senderismo’

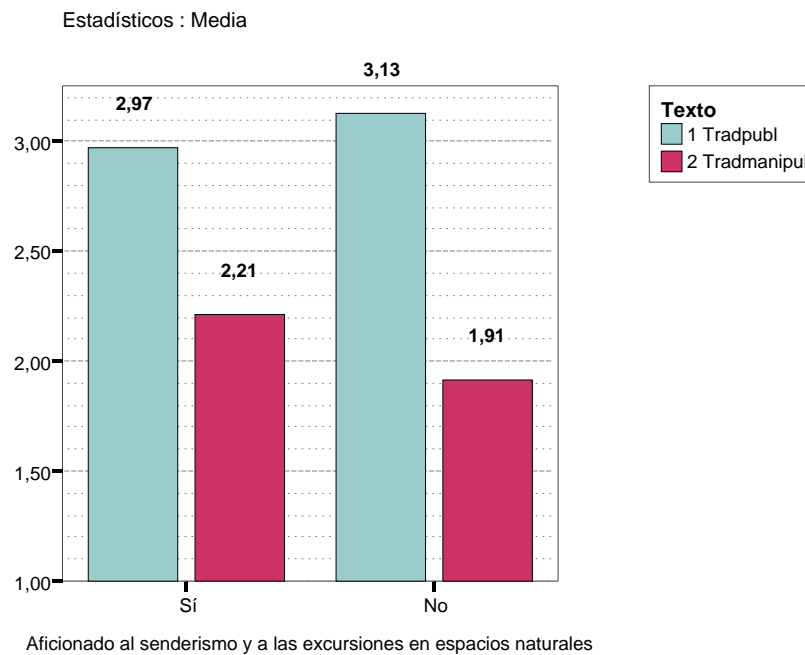


Gráfico 4—34: El grado de profesionalidad del traductor por 'Afición al senderismo'

4.6.1.11. Valores medios por 'Conocimientos de español'

Tal como la *Tabla 4—42* lo refleja la valoración de la Tradmanipul es en todos los segmentos mejor que la de la Tradpubl. Además el segmento formado por las personas con conocimientos medios de español concede a la Tradpubl con 3,58 la peor calificación de todas. La mejor evaluación corresponde con 2 puntos a la Tradmanipul que obtiene esta calificación por el segmento de los que tienen buenos conocimientos. Sin embargo no hay que perder de vista que la segmentación de la variable 'Conocimientos de español' conlleva en tres de los cinco segmentos un error típico muy elevado, por lo que los resultados en cuestión habrán de tratarse con suma precaución a la hora de la discusión. La variación respecto a los valores no segmentados es pequeña, especialmente en relación con la Tradmanipul cuya evaluación es muy parecida en todos los segmentos como se puede ver en el *Gráfico 4—35* y en la *Tabla 4—42* que

siguen:

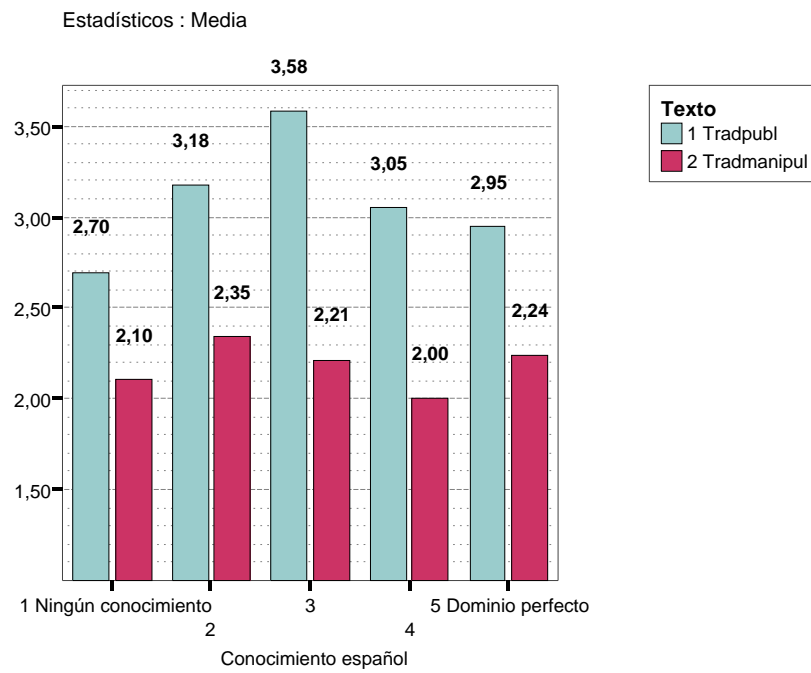


Gráfico 4—35: El grado de profesionalidad del traductor por 'Conocimientos de español'

Grado profesionalidad				
1 Ningún conocimiento	1 Tradpubl	N	Válidos	37
			Perdidos	2
	Media			2,6973
	Error típ. de la media			,14676
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	Válidos	39	
		Perdidos	1	
	Media			2,1026
	Error típ. de la media			,10732
	<hr/>			
2	1 Tradpubl	N	Válidos	35
			Perdidos	0
	Media			3,1786
	Error típ. de la media			,16885
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	Válidos	26	
		Perdidos	1	
	Media			2,3462
	Error típ. de la media			,17018
	<hr/>			
3	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	1
	Media			3,5833
	Error típ. de la media			,32906
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	Válidos	7	
		Perdidos	0	
	Media			2,2143
	Error típ. de la media			,47581
	<hr/>			
4	1 Tradpubl	N	Válidos	6
			Perdidos	0
	Media			3,0500
	Error típ. de la media			,42012
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	Válidos	8	
		Perdidos	0	
	Media			2,0000
	Error típ. de la media			,34382
	<hr/>			
5 Dominio perfecto	1 Tradpubl	N	Válidos	2
			Perdidos	0
	Media			2,9500
	Error típ. de la media			1,05000
	<hr/>			
2 Tradmanipul	N	Válidos	5	
		Perdidos	0	
	Media			2,2400
	Error típ. de la media			,58017

Tabla 4—42: El grado de profesionalidad del traductor por 'Conocimientos de español'

4.6.1.12. Valores medios por ‘Nacionalidad’

Debido al número muy reducido de sujetos austriacos (5/7) y suizos (2/1) el error típico de la media es en ambos casos muy elevado, lo que resta a los resultados de los dos segmentos fiabilidad y lo que tendremos en cuenta a la hora de la discusión. Los valores del segmento de los alemanes son muy parecidos a los obtenidos sin segmentación, al ser la diferencia entre los valores de las dos traducciones con 0,79 sólo una centésima más alta que la diferencia sin segmentación previa (Tabla 4—43 y Gráfico 4—36).

Grado profesionalidad				
D	1 Tradpubl	N	Válidos	80
			Perdidos	1
			Media	2,9669
	Error típ. de la media			,10702
	2 Tradmanipul	N	Válidos	80
			Perdidos	2
Media			2,1838	
Error típ. de la media			,09038	
A	1 Tradpubl	N	Válidos	5
			Perdidos	1
			Media	3,3000
	Error típ. de la media			,53852
	2 Tradmanipul	N	Válidos	7
			Perdidos	0
Media			2,0714	
Error típ. de la media			,35437	
CH	1 Tradpubl	N	Válidos	2
			Perdidos	1
			Media	2,7000
	Error típ. de la media			,80000
	2 Tradmanipul	N	Válidos	1
			Perdidos	0
Media			4,0000	
Error típ. de la media				

Tabla 4—43: El grado de profesionalidad del traductor por ‘Nacionalidad’

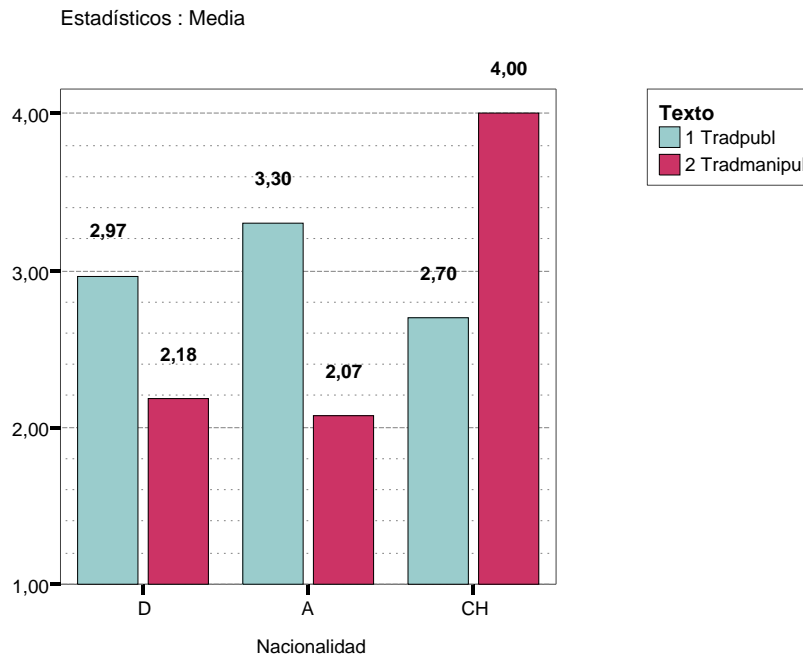


Gráfico 4—36: El grado de profesionalidad del traductor por 'Nacionalidad'

4.6.2. Discusión

Incluimos una pregunta específica sobre el grado de la profesionalidad del traductor guiados por la idea de que conocer la relación que los usuarios establecen entre la evaluación global de la calidad del folleto y la profesionalidad del traductor podría contribuir a esclarecer cuál es el peso de cada uno de los elementos que determinan la evaluación concreta que los usuarios realizan. Asimismo la pregunta es fundamental al incluir el diseño de la investigación una hipótesis relacionada con la relación que acabamos de nombrar y sobre la que volveremos en la discusión general.

Para empezar queremos insistir que debido a un número demasiado reducido de sujetos, algunos de los segmentos arrojan resultados con un error típico de la media muy elevado. Al igual que en relación con los resultados segmentados de la pregunta 1 prescindiremos en la discusión de todos aquellos resultados cuyo error típico de la media supera 0,30 o no se puede calcular, al considerar que su grado de fiabilidad y

representatividad es mínimo. Los segmentos a los que aplicamos este criterio coinciden con los nombrados en relación con la pregunta 1 sobre la evaluación de la calidad global, por lo que remitimos a la *Tabla 4—14* (cf. 4.1.2. *Discusión*) que los recoge junto con la variable de segmentación a la que pertenecen.

Entre los datos recabados resumimos a continuación aquellos que consideramos de mayor interés:

- a. Los resultados obtenidos sin previa segmentación muestran que el grado de profesionalidad es considerado mayor relacionado con la Tradmanipul que relacionado con la Tradpubl.
- b. De los resultados segmentados se deduce que en todos los segmentos los sujetos consideran que la profesionalidad del traductor de la Tradmanipul es mayor que la del traductor de la Tradpubl⁸³.
- c. Los valores segmentados referidos a la Tradpubl oscilan entre 2,59 (variable ‘Grupo’/segmento ‘Circuitos’) y 3,57 (variable ‘Situación laboral’/segmento ‘Estudiantes’), elevándose la diferencia entre estos dos valores extremos a 0,98 puntos.
- d. Los valores segmentados referidos a la Tradmanipul oscilan entre 2,01 (variable ‘Tamaño de localidad de residencia’/segmento ‘más de 500.000 habitantes’) y 2,62 (variable ‘Situación laboral’/segmento ‘Estudiantes’), elevándose la diferencia entre estos dos valores extremos a 0,61 puntos.
- e. Si enfocamos las diferencias entre los dos valores extremos en cada una de las variables de segmentación podemos constatar que:

⁸³ Prescindiendo de los resultados referidos al segmento de los ‘CH=Suizos’ dentro de la variable ‘Nacionalidad’ (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

- Referido a la Tradpubl se distribuyen de la siguiente manera, no superando en ningún caso la horquilla 1 punto⁸⁴: Tres veces se sitúa entre 0,5 y 0,99, tres veces entre 0,25 y 0,49, cinco veces entre 0,10 y 0,24 y una vez por debajo de 0,10.
 - Referido a la Tradmanipul la distribución es la siguiente, no superando en ningún caso la horquilla 1 punto: Tres veces se sitúa entre 0,5 y 0,99, tres veces entre 0,25 y 0,49, dos veces entre 0,10 y 0,24 y cuatro veces por debajo de 0,10.
- f. Si enfocamos las diferencias entre las valoraciones que en un mismo segmento se pueden observar para la Tradpubl y la Tradmanipul vemos que oscilan entre 0,26 (variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’/segmento ‘2001- 10.000 habitantes’) y 1,54 (variable ‘Conoce SN’/segmento ‘Sí’). En todos los casos estas diferencias favorecen a la Tradmanipul. Entre las tres diferencias mayores se encuentran, además de la mayor que acabamos de nombrar, la establecida en la variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’/segmento ‘Más de 500.000 habitantes’ (1,13) y en la variable ‘Edad’/segmento ‘21 a 30 años’ (1,12). La diferencia menor que nombramos es seguida por la que se da en relación con la variable ‘Grupo’/segmento ‘Circuito’ con 0,48 y con la que se encuentra en la variable ‘Edad’/segmento ‘Mayores de 50 años’ con 0,54 puntos. Si comparamos estas diferencias con las que resultan de la evaluación global de la calidad podemos observar que las diferencias relacionadas con la profesionalidad del traductor son claramente mayores. Sobre las posibles causas de ello hablaremos al final de este capítulo cuando comparemos la evaluación de la calidad global del folleto y la evaluación del grado de profesionalidad del traductor con el fin de determinar si la hipótesis que formulamos al respecto se confirma o no.

⁸⁴ Prescindiendo de los resultados relacionados con la variable ‘Tamaño de localidad’/segmento ‘Menos de 2000 habitantes’ y con la variable ‘Afición al senderismo’/segmento ‘No’ (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

- g. Si comparamos los valores absolutos obtenidos sin segmentación con los que resultan de la segmentación de las doce variables barajadas podemos constatar lo siguiente:
- Referido a la Tradpubl las diferencias oscilan entre 0,74 punto en el caso de la variable ‘Nivel de estudios’/segmento ‘Bachillerato/COU’ y 0,01 punto en el caso de las tres variables y segmentos siguientes: variable ‘Sexo’/segmento ‘Hombre’, variable ‘Afición al senderismo’/segmento ‘Sí’ y variable ‘Nacionalidad’/segmento ‘Alemanes’⁸⁵. Es evidente de que en todos los casos se trata de unas diferencias muy pequeñas por lo que se puede afirmar que los resultados segmentados se diferencian muy poco de los resultados sin segmentación.
 - Referido a la Tradmanipul las diferencias oscilan entre 0,60 punto en el caso de la variable ‘Conocimiento previo de SN’/segmento ‘Sí’ y 0,01 punto en el caso de la variable ‘Afición al senderismo’/segmento ‘Sí’⁸⁶. Es evidente que en todos los casos se trata de unas diferencias muy pequeñas por lo que se puede afirmar que los resultados segmentados se diferencian muy poco de los resultados sin segmentación.
- h. La peor calificación es de 3,57 para la Tradpubl, concedida por el segmento de los ‘Estudiantes’ dentro de la variable ‘Situación laboral’.⁸⁷
- i. La mejor calificación es de 1,80 para la Tradmanipul, concedida por el segmento de los que ‘Sí conocen Sierra Nevada’ dentro de la variable ‘Conocimiento previo de SN’.

⁸⁵ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Tamaño de la localidad de residencia’/segmento ‘Menos de 2000 habitantes’ en la que se observa una diferencia entre valores segmentados y sin segmentar de 0,92 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

⁸⁶ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Nacionalidad’/segmento ‘CH=Suizos’ en la que se observa una diferencia entre valores segmentados y sin segmentar de 1,80 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

⁸⁷ Prescindiendo de los resultados referidos a la variable ‘Edad’/segmento ‘Menos de 20 años’ en la que se observa una calificación de 3.90 (cf. *Tabla 4—14: Segmentos con un reducido grado de fiabilidad*).

Comparando las distribuciones de las diferencias entre valores extremos referidos a la Tradpubl y a la Tradmanipul, tal como los presentamos en el punto e., podemos constatar que las oscilaciones menores se dan en la Tradmanipul aunque las diferencias entre las dos traducciones son menores que en el caso de la evaluación de la calidad global. Ello significa que entre los evaluadores de la Tradmanipul el grado de coincidencia a la hora de establecer el grado de la profesionalidad del traductor es mayor que entre los evaluadores de la Tradpubl cuyas evaluaciones se distinguen en mayor medida.

Repitiendo lo dicho en la discusión relacionada con la evaluación global de la calidad de las dos traducciones, resaltamos que el hecho de ofrecer los resultados de las segmentaciones tanta similitud con los resultados sin previa segmentación, y de ofrecer tan poca oscilación entre los valores máximos y los mínimos establecidos por los distintos segmentos nos indica que la variación de la evaluación del grado de profesionalidad en función de las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos es pequeña y podría contribuir a rechazar nuestra hipótesis en este sentido (cf. Hipótesis Nº 3 en 2.3.2.4. *Hipótesis relacionadas con la evaluación de los receptores*). La necesaria discusión sobre la problemática de decidir cuándo consideramos que una diferencia es relevante nos la reservamos para la discusión general que más adelante realizaremos.

4.7. La evaluación de un texto traducido y la evaluación de un texto no traducido

4.7.1. Resultados obtenidos

Mediante la pregunta 12 pretendimos conocer si los sujetos evalúan un texto del que saben que se trata de una traducción de otro modo que un texto no traducido. Aunque entre los sujetos de ambas traducciones se encuentra una mayoría que no aplican criterios distintos a la hora de evaluar las dos modalidades de textos podemos observar que la diferencia entre las respuestas afirmativas y negativas es claramente más grande entre los encuestados que leyeron la Tradmanipul que entre los que lo hicieron con la Tradpubl, tal como la tabla y el gráfico siguientes lo evidencian (*Tabla 4—44 y Gráfico 4—37*):

Texto			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Tradpubl	Válidos	Sí	38	42,2	44,7	44,7
		No	47	52,2	55,3	100,0
		Total	85	94,4	100,0	
	Perdidos	NS/NC	5	5,6		
		Total	90	100,0		
2 Tradmanipul	Válidos	Sí	32	35,6	36,4	36,4
		No	56	62,2	63,6	100,0
		Total	88	97,8	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	2,2		
		Total	90	100,0		

Tabla 4—44: ¿Evalúa de modo distinto un texto traducido y un texto no traducido?

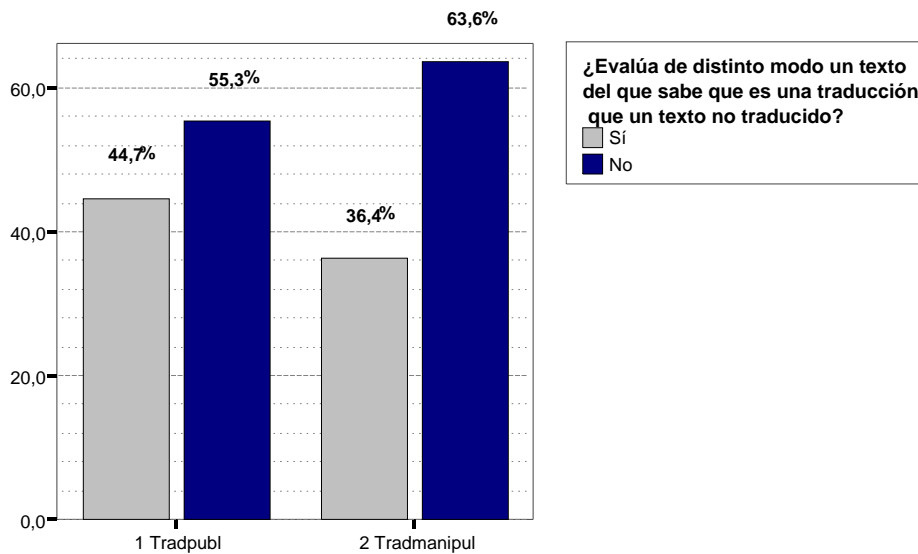


Gráfico 4—37: ¿Evalúa de modo distinto un texto traducido y un texto no traducido?

4.7.2. Discusión

Los resultados muestran que los evaluadores de la Tradmanipul están menos dispuestos a aplicar criterios distintos a un texto traducido que los que basan su evaluación en la Tradpubl. Las causas pueden ser múltiples y antes de nombrar algunas

y sin entrar en especulaciones recurrimos aquí a las repuestas a la pregunta abierta en la que se les pidió a los sujetos nombrar las causas para una evaluación distinta de un texto traducido y un texto no traducido. Para visualizar la riqueza de las respuestas a esta pregunta abierta a la que un número elevado de sujetos contestó de modo explícito (31,1% referido a la Tradpubl/ 25,6% referido a la Tradmanipul) atribuimos las contestaciones a seis categorías, obteniendo los resultados que la tabla siguiente (*Tabla 4—45*) refleja:

	Tradpubl (n° de veces nombradas)	Tradmanipul (n° de veces nombradas)
Tolerancia y comprensión por considerar que traducir es difícil	5	6
Tolerancia y comprensión si el traductor traduce a la lengua extranjera	4	4
Tolerancia y comprensión si se trata de una traducción no elaborada por un profesional	2	0
Tolerancia con faltas gramaticales	8	5
Traducción no tiene nunca la misma calidad que el original	4	3
Otras razones	5	5

Tabla 4—45: Razones para no evaluar igual un texto traducido y un texto no traducido

Llama la atención que la mayoría de las respuestas se basan en una concepción de la traducción que asume que se trata de una actividad complicada y difícil. Muchos sujetos aluden a la problemática específica de la traducción hacia la lengua extranjera afirmando que su tolerancia hacia errores (gramaticales) es en este caso mayor que cuando se trata de una traducción a la primera lengua. Uno de los sujetos llega incluso a decir que los errores le divierten. Es frecuente la opinión de que una traducción no pueda llegar nunca al nivel de calidad de un original. En varias ocasiones se afirma que es más fácil redactar bien un original que una traducción. Tanta indulgencia para con los traductores puede parecer, a primera vista, muy sorprendente, máxime si tenemos en cuenta que sólo en dos ocasiones se ha esgrimido el argumento de la falta de profesionalidad del traductor. En la discusión general volveremos sobre este aspecto discutiendo si los usuarios de folletos turísticos traducidos son efectivamente menos exigentes con la calidad que los usuarios de textos no traducidos. Teniendo en cuenta

las respuestas reflejadas en la tabla anterior (*Tabla 4—45*) resaltaremos entre las posibles causas por las cuales un porcentaje cerca del 50% de los evaluadores de la Tradpubl y el 36,4% de los evaluadores de la Tradmanipul aplica criterios de evaluación distintos a un texto traducido y a un texto no traducido, las siguientes: Los sujetos podrían estar acostumbrados a leer folletos turísticos que se caracterizan por una calidad subóptima (cf. 1. 4. 3. *Las normas de traducción*) y están dispuestos a aceptarla por tener una concepción de la traducción como una actividad cuyo producto es de por sí deficiente. Los sujetos podrían admitir que una traducción no se elabore por un profesional o desconocer que existen profesionales competentes de la traducción.

4.8. El grado de cumplimiento de los objetivos

La última pregunta del cuestionario 2 retoma los posibles objetivos de un folleto turístico con los que empezamos el cuestionario 1. Con la inclusión de esta pregunta pretendemos conocer el grado de cumplimiento que los sujetos atribuyen a cada uno de los objetivos en relación con la Tradpubl y la Tradmanipul. Ello nos permitirá relacionar los resultados obtenidos con los de la primera pregunta del cuestionario 1. Para permitir tal comparación se imponía proceder a una inversión de la escala de modo que 1=Totalmente en desacuerdo y 5= Totalmente de acuerdo.

4.8.1. Valores medios

Llama la atención de que las diferencias entre la Tradpubl y la Tradmanipul son pequeñas alcanzando como máximo 0,56 puntos a favor de la Tradpubl en la variable ‘El texto me interesa’ y como mínimo 0 puntos en la variable ‘Mediante el texto he conocido determinados servicios e instalaciones’ en la que las dos traducciones equiparan su valor medio. Tal como lo visualiza la *Tabla 4—46* y el *Gráfico 4—38* la Tradpubl obtiene en cinco veces una valoración más alta, alcanzando la Tradmanipul sólo en una ocasión una media ligeramente más alta.

Me considero bien informado sobre SN	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,28
		Error típ. de la media		,245
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,32
		Error típ. de la media		,202
He conocido determinados servicios...	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,43
		Error típ. de la media		,261
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,43
		Error típ. de la media		,239
El texto y el diseño gráfico me resultan atractivos	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,42
		Error típ. de la media		,236
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,43
		Error típ. de la media		,234
No echo de menos consejos prácticos en el texto	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,51
		Error típ. de la media		,283
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,30
		Error típ. de la media		,226
El texto me motiva para visitar Sierra Nevada	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,52
		Error típ. de la media		,251
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,23
		Error típ. de la media		,229
Imagen y texto concuerdan	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,73
		Error típ. de la media		,212
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,49
		Error típ. de la media		,218
El texto me interesa	1 Tradpubl	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		4,24
		Error típ. de la media		,245
	2 Tradmanipul	N	Válidos	90
			Perdidos	0
		Media		3,68
		Error típ. de la media		,207

Tabla 4—46: El grado de cumplimiento de los objetivos

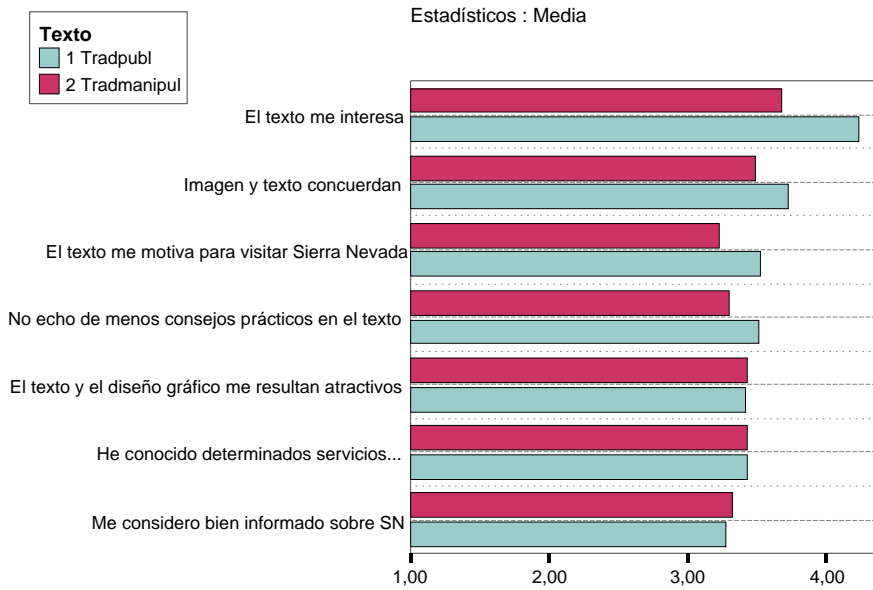


Gráfico 4—38: El grado de cumplimiento de los objetivos

4.8.2. Discusión

Es muy llamativo que todas las medias se sitúen cerca del 3, el valor que está justo en la mitad de la escala, lo que significa que la mayoría de los sujetos considera que los objetivos ni están muy bien ni muy mal conseguidos. En un primer momento sorprende que en la mayoría de las variables, la Tradpubl obtiene una valoración que acredita un mayor cumplimiento de los objetivos que la Tradmanipul. En la discusión general volveremos sobre este punto discutiéndolo en el marco de la problemática general de las implicaciones que tiene la evaluación absoluta de dos traducciones por sujetos distintos que no tienen ninguna posibilidad de establecer una comparación. El interés específico de los resultados que acabamos de presentar reside, sin duda, en su comparación con los resultados obtenidos en la pregunta 1 del cuestionario a la que procederemos más adelante en el capítulo dedicado a la comparación de los datos referidos a las expectativas y los resultados correspondientes a la evaluación concreta de

la Tradpubl o de la Tradmanipul.

4.9. Comparación de los resultados referidos a la calidad global y a la profesionalidad del traductor

Al incluir en el diseño de la investigación una hipótesis que relaciona la evaluación de la calidad global con el grado de profesionalidad (cf. 4.3.4. *Hipótesis de correlación*/ Hipótesis N° 7) concluimos la presentación de los resultados referidos a la evaluación concreta con un apartado dedicado a la comparación de los respectivos resultados.

4.9.1. Comparación de valores medios

La siguiente tabla (*Tabla 4—47*) refleja los resultados obtenidos distinguiendo entre la traducción publicada (Tradpubl) y la traducción manipulada (Tradmanipul) y presenta la media aritmética correspondiente a la evaluación de la calidad global de las mismas, así como la media que corresponde al grado de profesionalidad del traductor.

Podemos observar que los sujetos establecen diferencias entre la calidad global y el grado de profesionalidad del traductor, evaluando mejor la profesionalidad en ambas traducciones, alcanzando la diferencia a favor de la profesionalidad del traductor en el caso de la Tradpubl 0,24, valor que en la Tradmanipul alcanza con 0,54 más del doble.

Texto			Evaluación calidad	Grado profesionalidad
1 Tradpubl	N	Válidos	90	87
		Perdidos	0	3
	Media		3,2206	2,9799
	Error típ. de la media		,09812	,10350
	Mínimo		1,40	1,00
	Máximo		5,00	5,00
2 Tradmanipul	N	Válidos	90	88
		Perdidos	0	2
	Media		2,7350	2,1955
	Error típ. de la media		,09354	,08873
	Mínimo		1,00	1,00
	Máximo		5,00	4,00

Tabla 4—47: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor

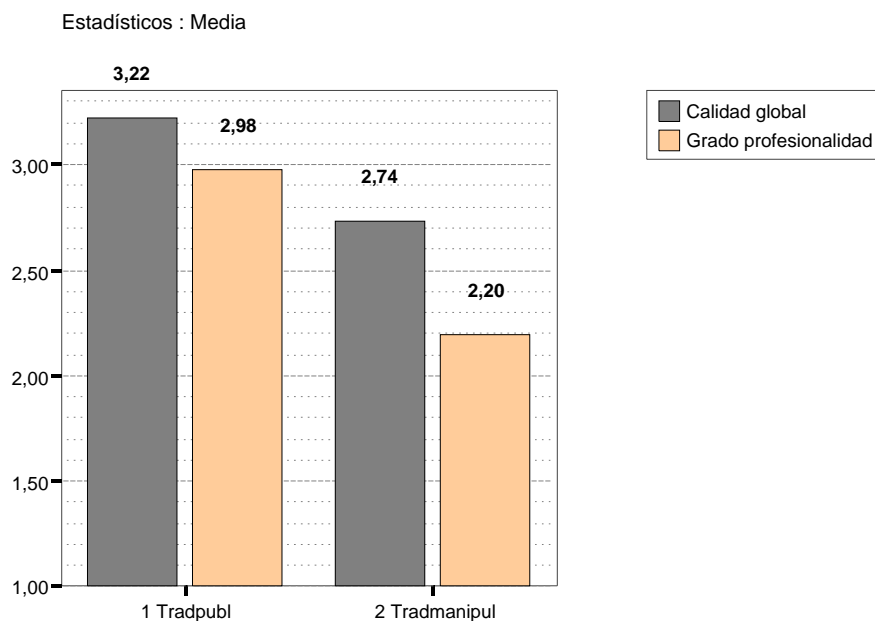


Gráfico 4—39: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor

4.9.2. Discusión

La razón por la que acabamos de presentar una comparación de los datos referidos a la evaluación global del folleto y al grado de profesionalidad que los sujetos atribuyen a la persona que ha traducido el texto evaluado reside en nuestro interés por validar o rechazar una de las hipótesis de correlación en la que afirmamos que entre la calidad global y el grado de profesionalidad existe un alto grado de correlación (cf. Hipótesis N° 6 en 2.3.2.5.. *Hipótesis de correlación*). Reservándonos la discusión detallada de la hipótesis y el grado de su validación para más adelante (cf. 6.1. *Discusión general*) expondremos a continuación algunas reflexiones que podrían contribuir a esclarecer las causas por las que existe coincidencia entre los sujetos que basaron su evaluación en la Tradpubl y la Tradmanipul en cuanto a concederle una mejor valoración a la profesionalidad que a la calidad global. Si tenemos en cuenta las

respuestas de los sujetos a la pregunta 12.1. del cuestionario 2 en las que los encuestados enumeraron las razones por las que evalúan una traducción de otro modo que un texto no traducido podemos partir de la base de que no existe entre los sujetos un claro concepto de lo que significa un trabajo profesional relacionado con la elaboración de una traducción, dado que la mayoría de las respuestas contienen una alusión directa a la necesaria condescendencia para con los traductores al tratarse de un oficio difícil, y en muchos casos irremediabilmente condenado al fracaso. Tales afirmaciones hechas en relación con el trabajo de otros profesionales, pongamos como ejemplo el trabajo de un médico o un arquitecto, serían completamente inconcebibles, sin embargo en relación con el trabajo de un traductor son, como lo demuestran las respuestas de los sujetos, moneda corriente. Parece que un gran número de sujetos duda, probablemente por desconocimiento, que una traducción se pueda realizar de modo profesional, es decir de acuerdo con unos reconocidos niveles de calidad previamente establecidos. Cabe preguntarse por qué unos sujetos que, por un lado, ponen en entredicho, en su gran mayoría, que la labor de un traductor pueda ser desempeñada con profesionalidad, consideren por otro lado, que el grado de profesionalidad de los traductores es mayor que la calidad global del folleto. En primer lugar pensamos que ello nos indica simplemente que los sujetos perciben la calidad global, al situarla en la Tradpubl por encima de una calificación de un 3 y en la Tradmanipul poco debajo de un 3, sólo como una calidad mediana. Sin embargo los mismos resultados nos indican que los sujetos evaluadores de la Tradmanipul, a pesar de no disponer de ninguna posibilidad de comparación de las dos traducciones llegan a calificar la calidad global de la misma algo mejor que los sujetos que evaluaron la Tradpubl, incrementándose la diferencia a favor de la Tradmanipul.

En principio, la comparación de las calificaciones que los sujetos les conceden a la calidad global del folleto evaluado y al grado de profesionalidad del traductor afianzan lo observado en relación con otras variables: A pesar de que se puede constatar que las evaluaciones son mejores en relación con la Tradmanipul, las diferencias no son muy grandes lo que se puede interpretar como un argumento más en el camino hacia la validación de nuestra hipótesis de partida en la que afirmamos que para que una

traducción sea percibida como aceptable y satisfactoria no será suficiente tener en cuenta las expectativas de los destinatarios en relación con la corrección lingüística formal, sino también en relación con el contenido, su presentación visual y la interrelación entre ellos. En este sentido las diferencias más bien pequeñas entre la evaluación de la Tradpubl y la Tradmanipul tendrían su explicación en el hecho de que aplicando el diseño de la investigación sólo se manipularon cuatro de los nueve parámetros lo que debido a la compleja interacción entre ellos no podía dejar de manifestarse en la evaluación concreta realizado por los usuarios.

Como dato adicional sirven los valores del grupo de referencia de los ‘Expertos’. Su evaluación relativa arroja unos resultados muy interesantes, dado que, por un lado, coinciden con los de los sujetos en el sentido de que la evaluación de la Tradmanipul obtiene dos veces una mejor valoración que la de la Tradpubl. Por otro lado se aprecia que los expertos establecen una diferencia mucho más clara entre las dos traducciones a favor de la Tradmanipul, tanto en relación con el grado de la profesionalidad del traductor, como en relación con la evaluación de la calidad global, tal como se puede apreciar en la tabla y el gráfico siguientes (*Tabla 4—48* y *Gráfico 4—40*). Estos datos nos inducen a pensar que la evaluación absoluta de los sujetos del estudio se caracteriza por arrojar unas diferencias más discretas en la valoración de la Tradpubl y la Tradmanipul que la evaluación relativa de los expertos que se basa en la comparación de las dos traducciones.

Texto			Evaluación calidad	Grado profesionalidad
1 Tradpubl	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
	Media		3,8857	3,7286
	Error típ. de la media		,07377	,13924
2 Tradmanipul	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
	Media		1,9286	1,6571
	Error típ. de la media		,38527	,36959

Tabla 4—48: Expertos: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor

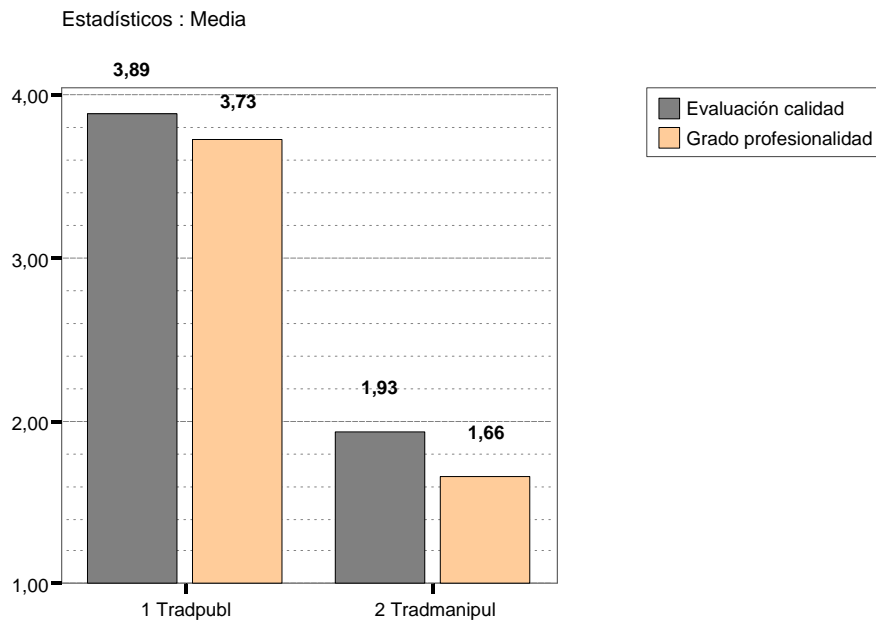


Gráfico 4—40: Expertos: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad del traductor

CAPÍTULO 5:
COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS
REFERIDOS A
LAS EXPECTATIVAS Y A LA EVALUACIÓN

5. COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS REFERIDOS A LAS EXPECTATIVAS Y A LA EVALUACIÓN

Con el fin de poder determinar el grado de correlación entre expectativas y evaluación concreta dedicaremos este capítulo al análisis comparativo de algunos de los datos recabados en el cuestionario 1 y en el cuestionario 2 que acabamos de presentar en los dos capítulos precedentes. La selección de los datos que someteremos a comparación son aquellos que nos permitirán poner a prueba la hipótesis en la que afirmamos que la correspondencia entre las expectativas expresadas por los usuarios y la evaluación concreta que éstos realizan es sólo parcial (cf. Hipótesis N° 6 en 2.3.2.5. *Hipótesis de correlación*). En la presentación de los datos comparados seguiremos el siguiente orden: en primer lugar resaltaremos verbalmente lo más significativo de los datos convertidos en objeto de la comparación. A continuación reproduciremos la tabla que contiene los datos agrupados, seguida por uno o varios gráficos para visualizar las interrelaciones existentes. Concluiremos con una breve discusión de los aspectos más interesantes reservando los comentarios relacionados con la validación o el rechazo de las hipótesis para la discusión general.

5.1. La ponderación de los objetivos en las expectativas y en la evaluación

Sobre la base de nuestro enfoque teórico que atribuye un peso especial al cumplimiento de los objetivos que una determinada traducción vehicula, enfocamos en primer lugar los datos recabados al respecto, tanto en relación con las expectativas como en relación con la evaluación concreta. Dado que la mitad de los sujetos basó su evaluación en la Tradpubl y la otra mitad en la Tradmanipul distinguiremos entre evaluadores de cada una de las traducciones utilizadas. Agruparemos los valores medios obtenidos mediante la primera pregunta del cuestionario 1 y la última pregunta del cuestionario 2, en las que los sujetos disponían de una escala del 1 al 5, significando

1=nula importancia/nulo cumplimiento y 5=importancia extrema/cumplimiento total⁸⁸.

5.1.1. Comparación de valores medios

Lo primero que llama la atención es que las medias referidas a las expectativas son en cuatro de los cinco objetivos claramente más altas que las referidas a la evaluación, o dicho con otras palabras, los sujetos de ambas traducciones parecen considerar que con la excepción del objetivo ‘Publicitar servicios’ sus expectativas no se han satisfecho. En este sentido es de destacar que los valores que hacen referencia a las expectativas superan en los tres primeros objetivos en ambas traducciones un 4 y al cuarto objetivo sólo le faltan dos décimas para alcanzarlo, siendo el último objetivo (‘Publicitar servicios’) el único en contabilizar un valor por debajo de un 3 (Tradpubl: 2,57/Tradmanipul: 2,72). Los valores de las expectativas oscilan entre 4,56 (Tradpubl ‘Informar’) y 2,56 (Tradpubl ‘Publicitar servicios’), mientras que la oscilación referida a la evaluación es claramente menor al producirse entre los valores extremos de 3,44 (Tradpubl ‘El texto despierta mi interés’) y 2,50 (Tradpubl ‘He conocido consejos prácticos’).

Tal como lo reflejan la *Tabla 5—1* y los gráficos siguientes, los valores de la evaluación son tres veces mejores en la Tradmanipul (‘Estoy bien informado sobre SN’, ‘He conocido consejos prácticos’ y ‘He conocido servicios’) y dos veces en la Tradpubl (‘El texto despierta mi interés’ y ‘El texto me motiva para visitar SN’). Sin embargo, las diferencias entre los valores extremos de las dos traducciones referidos a la evaluación no son muy altos, alcanzando un máximo de 0,36 (‘Estoy bien informado sobre SN’) y un mínimo de 0,14 (‘El texto despierta mi interés’). Referido a las expectativas podemos observar que la diferencia mayor alcanza 0,33 (‘Dar consejos prácticos’) y la diferencia menor 0 puntos (‘Animar una visita’), por lo que la horquilla se abre algo más que en el caso de la evaluación.

Teniendo en cuenta que nuestro interés se centra en el grado de cumplimiento de los objetivos en relación con las expectativas previamente establecidas, nuestra atención no ha de focalizar de modo exclusivo las cifras absolutas, sino también los valores que resultan de la diferencia que existe entre el valor de las expectativas y el valor de la

⁸⁸ En este caso la evaluación mejora conforme aumenta la puntuación.

evaluación concreta, además de tener en cuenta la ponderación de los objetivos que los sujetos realizaron en el cuestionario 1. Para facilitar esta última tarea agrupamos los objetivos en la *Tabla 5—1* en el orden jerárquico que se deduce de las respuestas a la pregunta 1 del cuestionario 1 gracias a las que conocemos las expectativas de los sujetos respecto a los objetivos barajados.

Si centramos nuestro interés en la comparación de los valores que los sujetos atribuyeron a los distintos objetivos a la hora de establecer sus expectativas y a la hora de llevar a cabo la evaluación de una de las dos traducciones podemos observar lo siguiente: llama la atención que los evaluadores de ambas traducciones establezcan la mayor diferencia entre expectativas y evaluación en el objetivo ‘Informar’ (Tradpubl: 2,00/ Tradmanipul: 1,48) y la menor en el de ‘Publicitar servicios’ (Tradpubl: 0,01/ Tradmanipul: 0,02) que son precisamente los objetivos que encabezan y que cierran la jerarquía establecida por los propios sujetos mediante el cuestionario 1.

El grado de cumplimiento de las expectativas es equiparable en las dos traducciones. Tal afirmación se basa en la consideración de que el grado de cumplimiento de las expectativas aumenta conforme el valor de la evaluación se acerca al de las expectativas y las diferencias entre los dos valores disminuyen. En este sentido podemos constatar que el grado de cumplimiento de las expectativas de la Tradmanipul supera al de la Tradpubl en dos objetivos (‘Informar’, ‘Dar consejos prácticos’), mientras que la Tradpubl aventaja a la Tradmanipul en relación con los tres restantes (‘Despertar el interés’, ‘Animar a una visita’ y ‘Publicitar servicios’) aunque en este último objetivo, al elevarse la diferencia entre el valor de las expectativas y de la evaluación de las dos traducciones a escuetos 0,01 preferimos decir que su grado de cumplimiento se equipara.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
A. EXPECTATIVAS: Informar	N	Válidos	89	90
		Perdidos	1	0
	Media		4,56	4,40
A. EVALUACIÓN: Estoy bien informado sobre SN	N	Válidos	80	84
		Perdidos	10	6
	Media		2,56	2,92
B. EXPECTATIVAS: Dar consejos prácticos	N	Válidos	89	89
		Perdidos	1	1
	Media		4,27	3,94
B. EVALUACIÓN: He conocido consejos prácticos	N	Válidos	76	83
		Perdidos	14	7
	Media		2,50	2,82
C. EXPECTATIVAS: Despertar el interés	N	Válidos	90	90
		Perdidos	0	0
	Media		4,03	4,01
C. EVALUACIÓN: El texto despierta mi interés	N	Válidos	77	84
		Perdidos	13	6
	Media		3,44	3,30
D. EXPECTATIVAS: Animar a una visita	N	Válidos	90	88
		Perdidos	0	2
	Media		3,98	3,98
D. EVALUACIÓN: Me motiva para visitar SN	N	Válidos	79	81
		Perdidos	11	9
	Media		2,76	2,59
E. EXPECTATIVAS: Publicitar servicios	N	Válidos	86	88
		Perdidos	4	2
	Media		2,57	2,72
E. EVALUACIÓN: He conocido servicios	N	Válidos	78	80
		Perdidos	12	10
	Media		2,58	2,74

Tabla 5—1: Ponderación de objetivos en expectativas y evaluación

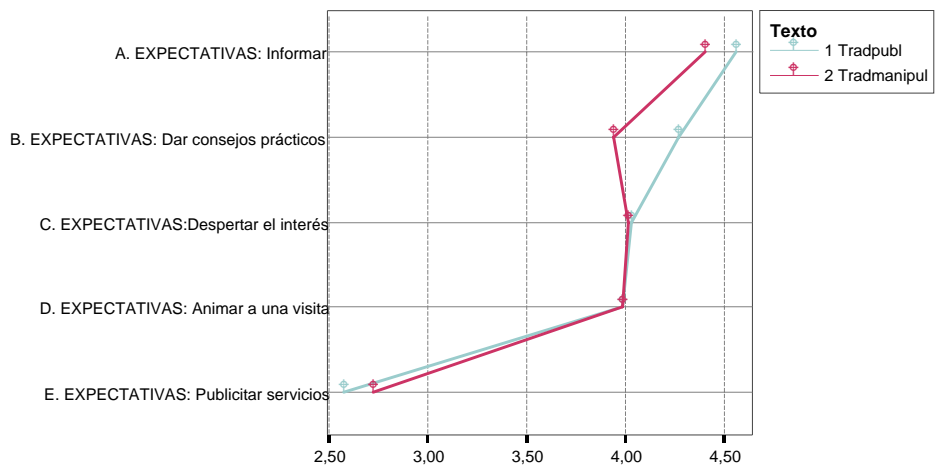


Gráfico 5—1: Ponderación de los objetivos en las expectativas

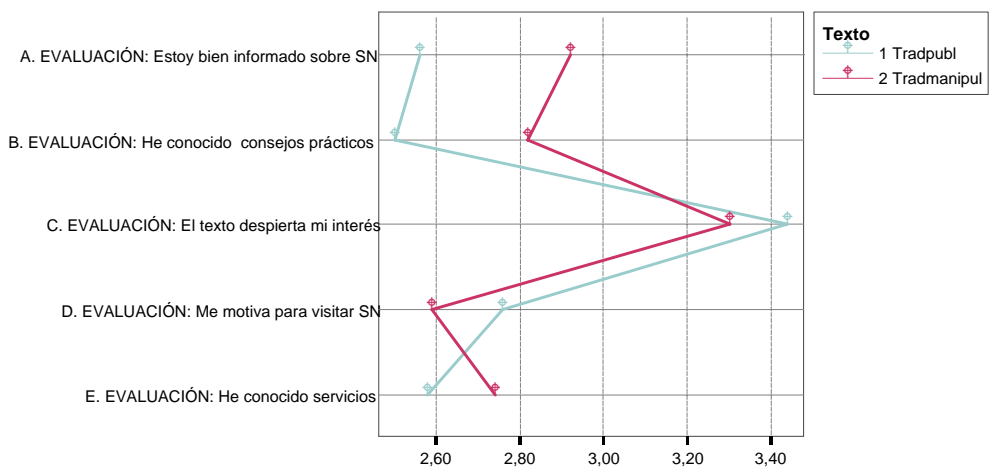


Gráfico 5—2: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación concreta

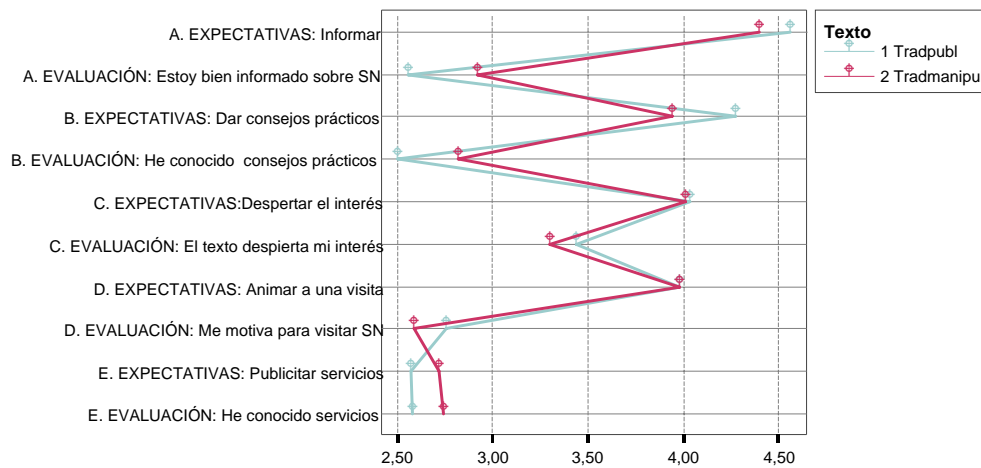


Gráfico 5—3: Ponderación de objetivos en expectativas y evaluación concreta

5.1.2. Discusión

Si tenemos en cuenta que el grado de cumplimiento de un objetivo es un valor relativo en el que se refleja la relación que los usuarios establecen entre expectativas y evaluación concreta, nuestro interés tiene que ir más allá de los valores absolutos reflejados en la *Tabla 5—1* y centrarse en la diferencia entre los valores correspondientes a las expectativas y a la evaluación concreta que los usuarios realizaron referidas a cada uno de los objetivos. Para visualizar estas diferencias reproducimos a continuación dos gráficos de barras, uno que recoge los resultados referidos a la Tradpubl (*Gráfico 5—4*) y el otro a la Tradmanipul (*Gráfico 5—5*):

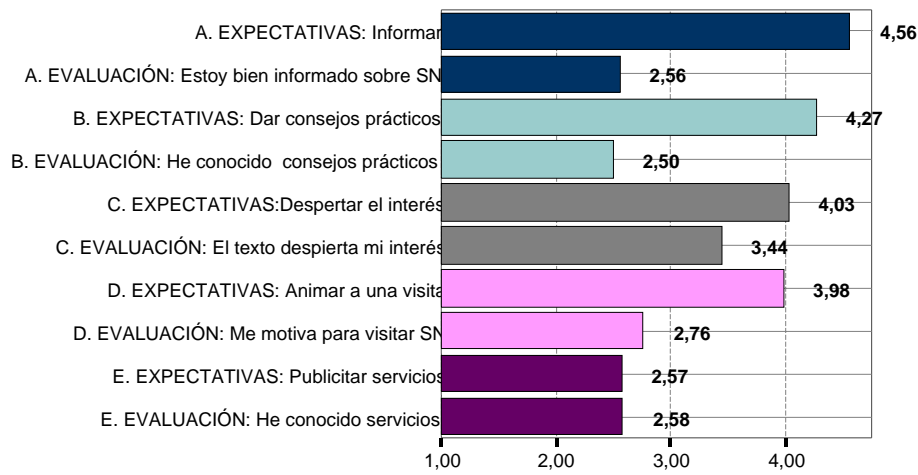


Gráfico 5—4: TRADPUBL: Ponderación de los objetivos en expectativas y evaluación

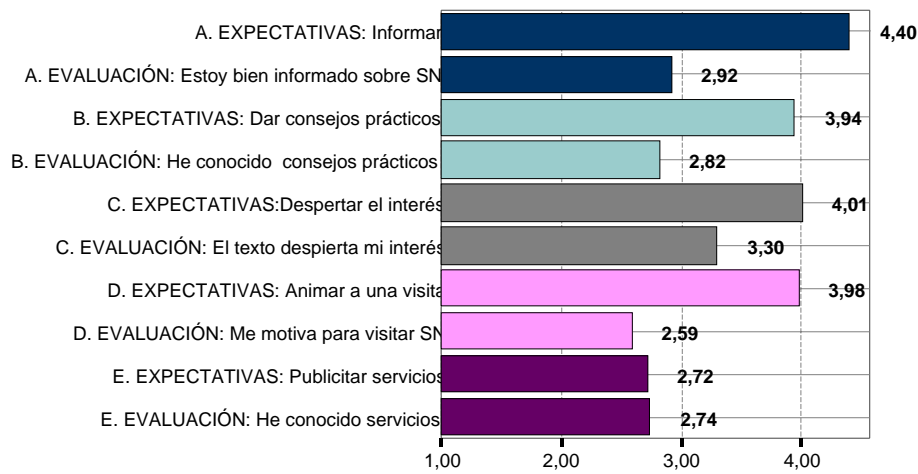


Gráfico 5—5: TRADMANIPUL: Ponderación de los objetivos en expectativas y evaluación

Si tenemos en cuenta que la discrepancia mayor entre expectativas y evaluación

se da en ambas traducciones en el objetivo 'Informar' (Tradpubl 2,00/Tradmanipul 1,48) tenemos que interpretar este resultado en el sentido de que expresa un grado de satisfacción muy bajo, máxime si todos los sujetos coinciden en situar el objetivo 'Informar' en el primer puesto de la jerarquía. El hecho de que esta diferencia sea en la Tradmanipul en 0,52 puntos menor no la convierte en sustancialmente mejor, dado que una diferencia entre el valor de las expectativas y el de la evaluación que supera el medio punto indica un grado deficiente de satisfacción de las expectativas.

En relación con el objetivo 'Publicitar servicios', al que los sujetos atribuyeron mediante el cuestionario dedicado a conocer sus expectativas el último lugar en la jerarquía, podemos constatar que los valores de la evaluación son ligeramente más altos que los de las expectativas, lo que significa que los evaluadores de ambas traducciones expresan que en relación con este objetivo sus expectativas están cumplidas incluso por encima de lo demandado. Si las diferencias a favor de la evaluación fuesen más altas se tendría que considerar que se le está prestando demasiada importancia a la publicidad de determinados servicios e instalaciones. Al superar los valores de la evaluación a los de las expectativas en este caso concreto en dos cifras casi inapreciables (0,01 en la Tradpubl y 0,02 en la Tradmanipul) procede, sin duda, considerar que en relación con el objetivo menos valorado en el cuestionario 1 las expectativas se cumplen en ambas traducciones.

Para visualizar lo dicho reproducimos a continuación los dos gráficos que muestran los valores obtenidos por los objetivos 'Informar' y 'Publicitar servicios' y en los que se aprecian las diferencias entre los valores referidos a las expectativas y a la evaluación que se elevan, tal como se puede ver en el gráfico que refleja los resultados respecto al objetivo 'Informar' (*Gráfico 5—6*), a 2,00 en el caso de la Tradpubl y a 1,48 en el de la Tradmanipul. En el gráfico que reproducimos en segundo lugar (*Gráfico 5—7*) se aprecia que los valores correspondientes a las expectativas y a la evaluación concreta casi se equiparan y que los valores correspondientes a la evaluación son ligeramente más altos:

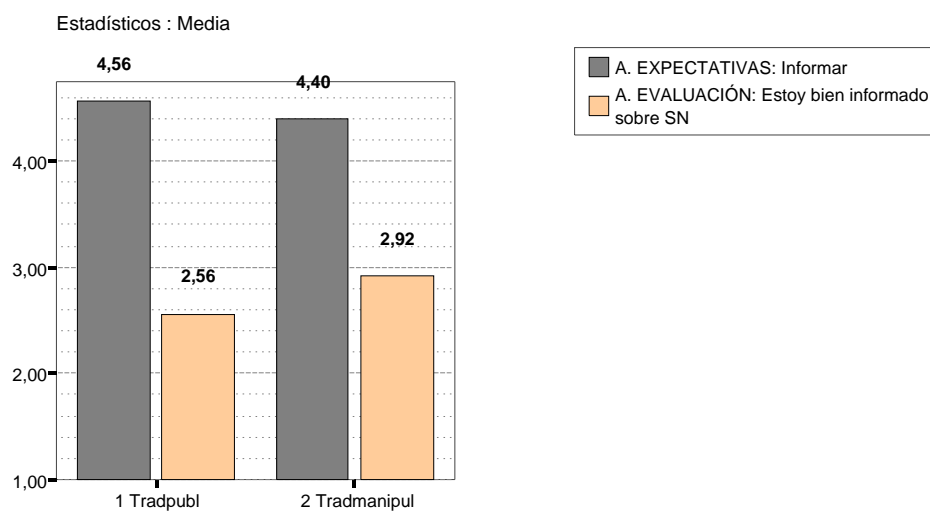


Gráfico 5—6: Ponderación del objetivo ‘Informar’ en expectativas y evaluación

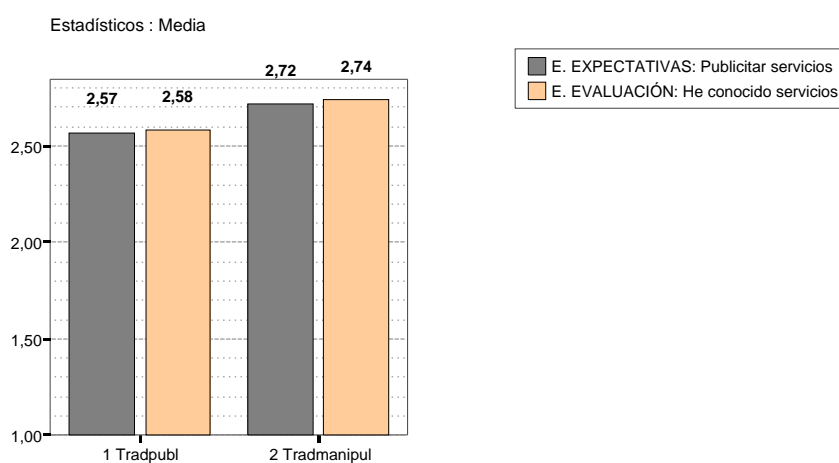


Gráfico 5—7: Ponderación del objetivo ‘Publicitar servicios’ en expectativas y evaluación

Relacionado con el objetivo ‘Publicitar servicios’ que en ambas traducciones obtiene un valor mayor en la evaluación concreta que en las expectativas, cabe señalar

que un valor más alto en la evaluación no va obligatoriamente acompañado de un efecto positivo sobre los usuarios. De hecho si en un texto los aspectos puramente publicitarios cobran más importancia de la que los usuarios esperan, ello podría tener un efecto contraproducente.

Es cierto que las diferencias entre los valores de ambas traducciones son mínimas y que no se puede perder de vista que todas las evaluaciones se sitúan entre un 3 y un 4 que acreditan un grado de cumplimiento de los objetivos intermedio hasta alto. Lo cierto es que los resultados referidos al cumplimiento de los objetivos de los dos textos traducidos nos causa, en principio, cierta sorpresa, dado que a pesar de que la Tradmanipul obtiene en conjunto una valoración más favorable que la Tradpubl, las diferencias son más bien discretas. Esta observación provoca cierto desconcierto, máxime teniendo en cuenta que los expertos a los que les presentamos ambas traducciones llegaron a una valoración claramente favorable a la Tradmanipul, tal como se puede observar en la tabla y en el gráfico siguientes (*Tabla 5—2 y Gráfico 5—8*) en los que presentamos los resultados basados en la evaluación realizado por el grupo de los ‘Expertos’. Probablemente nos topamos aquí una vez más con la problemática general que nace del diseño de la investigación que, de modo deliberado, priva a los sujetos de la investigación de la posibilidad de comparar una traducción con la otra, problemática sobre la que profundizaremos en la discusión general.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
Estoy bien informado sobre SN	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
		Media	2,00	2,57
He conocido servicios...	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
		Media	1,71	2,14
El texto me motiva para visitar SN	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
		Media	2,29	3,29
He conocido consejos prácticos	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
		Media	1,57	1,86
El texto despierta mi interés	N	Válidos	7	7
		Perdidos	0	0
		Media	2,43	2,86

Tabla 5—2: Grupo ‘Expertos’: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación

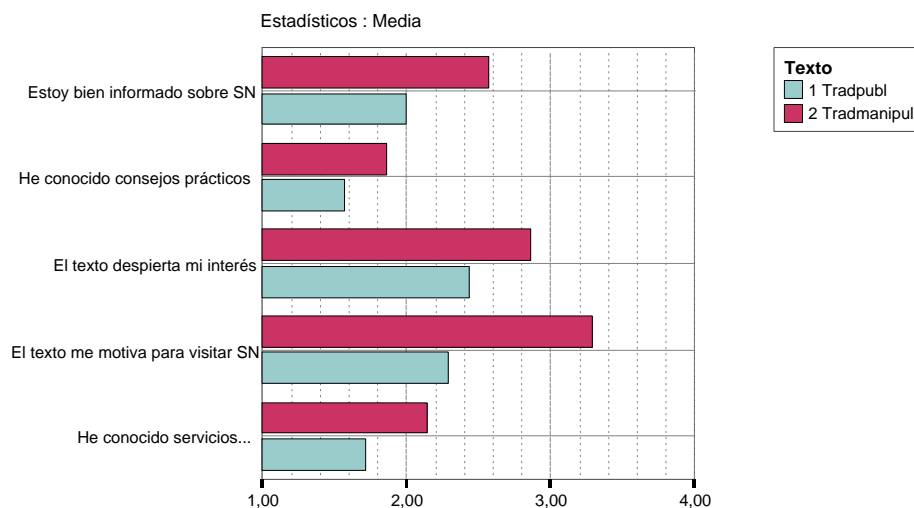


Gráfico 5—8: Grupo ‘Expertos’: Grado de cumplimiento de los objetivos en la evaluación

Tal como lo evidencia el Gráfico 5—8, la evaluación de los expertos no deja lugar a dudas en el sentido de que en relación con el cumplimiento de los cinco

objetivos, la Tradmanipul obtiene siempre la mejor valoración. Sin embargo llama la atención que en general las evaluaciones de los expertos son peores que las realizadas por los sujetos de nuestra investigación dado que referido a los expertos podemos observar un único valor que supera los 3 puntos (Tradmanipul: ‘El texto me motiva’: 3,39), en todos los demás objetivos los valores oscilan entre 1,71 (Tradpubl: ‘He conocido determinados servicios...’) y 2,86 (Tradmanipul: ‘El texto me interesa’), mientras que referido a los sujetos de nuestra investigación el valor más bajo se sitúa en 3,28 (Tradpubl: ‘Estoy bien informado sobre SN’). Es muy interesante constatar que los expertos a la hora de establecer el grado de cumplimiento de los objetivos son mucho más severos que nuestros sujetos al situarlo por debajo de un grado intermedio, no solamente en relación con la Tradpubl sino también en relación con la Tradmanipul (excepto en uno de los cinco objetivos). Podría ser que los sujetos de nuestro estudio se comporten, debido a la especificidad de la situación en la que reciben el TM, como “lectores de buena voluntad” (cf. Rydning, 1991).

5.2. Lectura total o parcial del folleto

La comparación de los resultados respecto a la lectura parcial o total de un folleto turístico presenta una diferencia esencial a la hora de formular las expectativas y a la hora de realizar la evaluación concreta.

5.2.1. Comparación de valores

El 83% de los sujetos evaluadores de la Tradmanipul y el 68,2% de los evaluadores de la Tradpubl, manifiesta en el cuestionario 1 que para ellos existen razones para dejar de leer un folleto turístico. Si comparamos estos resultados con los obtenidos mediante el cuestionario 2 en el que se les pregunta a los sujetos si en condiciones normales hubieran terminado de leer el texto concreto que se les presentó, se puede constatar que el porcentaje de los que efectivamente dicen que no hubieran terminado de leer el folleto es sustancialmente más bajo en relación con ambas traducciones, dado que sólo el 42,9% de los sujetos que basaron su evaluación en la Tradpubl y el 44,9% de los que lo hicieron con la Tradmanipul manifiestan que no

hubieran terminado de leer el texto concreto. Para visualizar esta clara diferencia reproducimos en primer lugar la tabla que refleja los datos relacionados con las expectativas distinguiendo entre evaluadores de la Tradpubl y de la Tradmanipul, prescindiendo de la reproducción de los datos referidos a la Evaluación concreta que se pueden consultar en la *Tabla 4—19*. Después de la tabla siguiente (*Tabla 5—3*) reproduciremos dos gráficos (*Gráficos 5—9 y 5—10* y) que visualizan de modo nítido las diferencias entre los valores referidos a las expectativas y a la evaluación:

Texto			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 Tradpubl	Válidos	Sí	60	66,7	68,2	68,2
		No	28	31,1	31,8	100,0
		Total	88	97,8	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	2,2		
	Total		90	100,0		
2 Tradmanipul	Válidos	Sí	73	81,1	83,0	83,0
		No	15	16,7	17,0	100,0
		Total	88	97,8	100,0	
	Perdidos	NS/NC	2	2,2		
	Total		90	100,0		

Tabla 5—3: Expectativas: ¿Existen razones para no terminar de leer un folleto turístico?

Estadísticos : Porcentaje válido

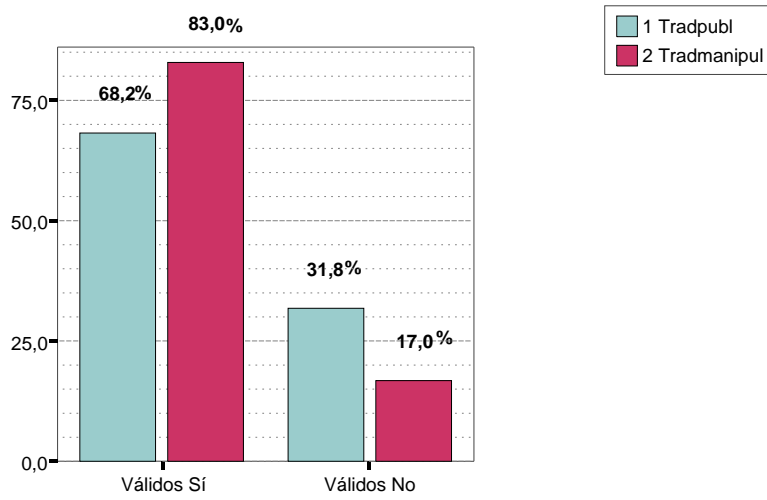


Gráfico 5—9: Expectativas: ¿Existen razones para no terminar de leer un folleto turístico?

Estadísticos : Porcentaje válido

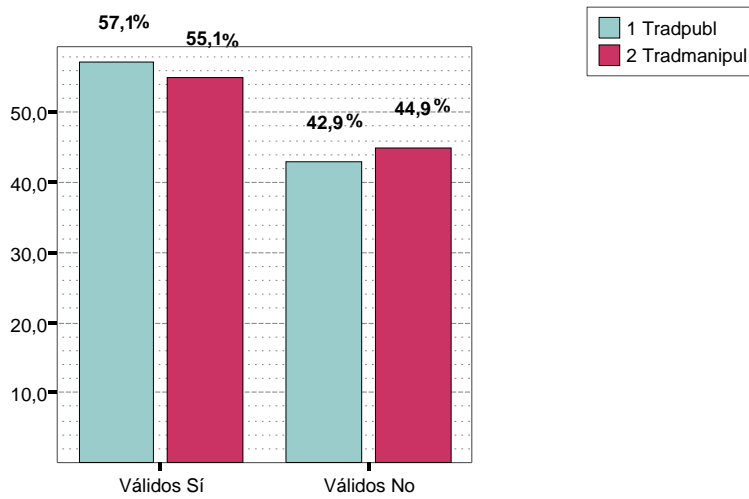


Gráfico 5—10: Evaluación: ¿Habría terminado de leer el texto?

5.2.2. Discusión

La comparación entre los valores de las expectativas y de la evaluación revela que referido a las expectativas existe mayor diferencia entre las opiniones de los evaluadores de la Tradpubl y de la Tradmanipul, que en relación con la evaluación concreta en la que los valores de los evaluadores de las dos traducciones se asemejan mucho. Esta diferencia podría deberse al hecho de que la calidad global de ambas traducciones es percibida como una calidad media, hasta alta, tal como los resultados a la pregunta 1 del cuestionario 2 lo demuestran (cf. 4.1. *La calidad global de la traducción*), por lo que la mayoría de los sujetos realiza una evaluación concreta que no refleja el grado de severidad que expresaron en las expectativas. El hecho de que exista un porcentaje muy elevado entre los evaluadores de la Tradmanipul que preguntados por sus expectativas contestaran que para ellos existían razones para dejar de leer un folleto (83%) podría interpretarse como indicio de que se trata de unos sujetos más exigentes que los sujetos que evaluaron la Tradpubl, entre los que el porcentaje de los que opinan lo mismo sólo alcanza el 68,2%. Sin observar otros indicios que sugieran lo mismo es, sin embargo, prematuro considerar que tal interpretación tenga consistencia.

5.3. La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad

La comparación de los valores que los sujetos atribuyen en las expectativas y en la evaluación concreta a la incidencia de los parámetros en la merma de la calidad revela aspectos muy interesantes que permitirán dar respuestas a algunas de las preguntas que planteamos en la discusión de los resultados de las expectativas. Asimismo nos suministran una serie de datos que nos serán de gran ayuda en la discusión de la hipótesis según la cual la correspondencia entre expectativas y evaluación sólo sería parcial. A continuación nos ocuparemos de la comparación de los seis parámetros siguientes: ‘Información fehaciente’, ‘Información de interés y accesible’, ‘Claridad y comprensibilidad’, ‘Estilo usual’, ‘Estilo usual que no provoca hilaridad’ y ‘Corrección gramatical’⁸⁹.

⁸⁹ Los parámetros ‘Concordancia entre elementos verbales y visuales’, ‘Presentación visual y gráfica atractiva’ y ‘Actuación profesional’ serán objeto de comparación en los apartados sucesivos.

5.3.1. Comparación de valores

Para permitir una lectura más fluida prescindimos de presentar los datos de todos los parámetros en una sola tabla optando por presentar los valores de cada parámetro por separado y agrupando en cada tabla los valores correspondientes al número de segmentos en los que los sujetos detectaron una falta de respecto del parámetro de calidad en cuestión así como los valores referidos a la cuantificación de la incidencia sobre la merma de la calidad tanto en las expectativas como en la evaluación concreta. Los sujetos disponían de una escala del 1 al 5, significando 1=ninguna merma de la calidad y 5=máxima merma de la calidad⁹⁰.

5.3.1.1. ‘Información fehaciente’

Podemos observar que los valores de la Tradpubl y la Tradmanipul se diferencian muy poco, sin embargo destaca que los resultados referidos a la Tradmanipul muestran un valor ligeramente superior, tanto en relación con la detección como en relación con la cuantificación de su incidencia sobre la merma de la calidad, igualándose prácticamente los valores de las expectativas, tal como lo evidencian la *Tabla 5—4* y el *Gráfico 5—11* que siguen.

Las diferencias entre los valores de las expectativas y de la evaluación superan los dos puntos en ambas traducciones, elevándose a 2,47 (Tradpubl) y a 2,12 (Tradmanipul).

En ambas traducciones los valores correspondientes a la evaluación ocupan un puesto intermedio entre los valores de las expectativas y la detección de segmentos contienen información no fehaciente.

⁹⁰ En este caso la evaluación empeora conforme aumenta la puntuación.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	87	87
		Perdidos	3	3
	Media		4,64	4,61
Detección de información no fehaciente	N	Válidos	81	84
		Perdidos	9	6
	Media		1,58	1,73
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	46	51
		Perdidos	44	39
	Media		2,17	2,49

Tabla 5—4: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Información fehaciente’

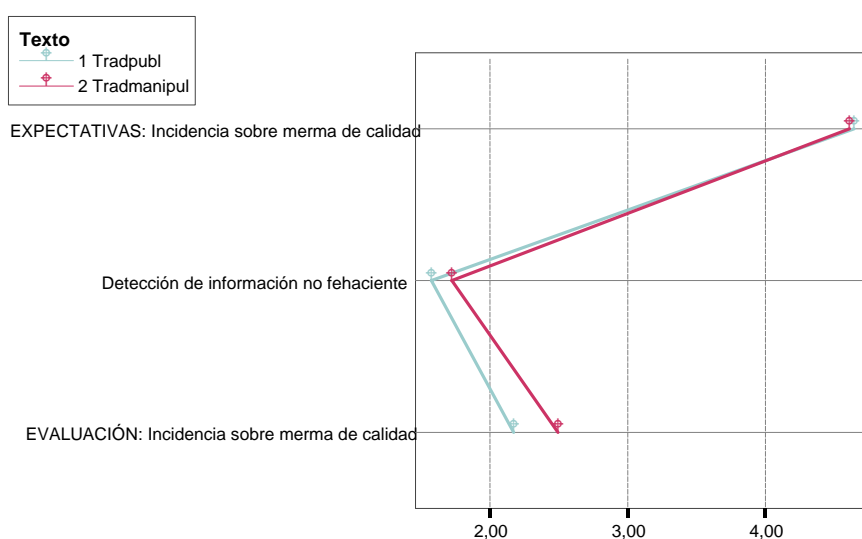


Gráfico 5—11: Incidencia del parámetro ‘Información fehaciente’

5.3.1.2. ‘Información de interés y accesible’

Aun siendo los valores de la Tradpubl ligeramente más elevados se aprecia poca diferencia entre los valores de las dos traducciones, tanto en relación con las

expectativas como en relación con la evaluación concreta.

Las diferencias entre los valores correspondientes a las expectativas y a la evaluación son con 1,68 (Tradpubl) y 1,63 (Tradmanipul) en ambas traducciones casi iguales y no superan los 2 puntos.

Como se aprecia en la tabla y el gráfico siguientes los valores correspondientes a la evaluación ocupan un puesto intermedio entre los valores de las expectativas y la detección de segmentos que carecen de interés.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	87	89
		Perdidos	3	1
	Media		4,32	4,02
Detección de información carente de interés	N	Válidos	84	85
		Perdidos	6	5
	Media		2,24	2,20
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	64	62
		Perdidos	26	28
	Media		2,64	2,39

Tabla 5—5: Incidencia de la falta de respeto del parámetro 'Información de interés'

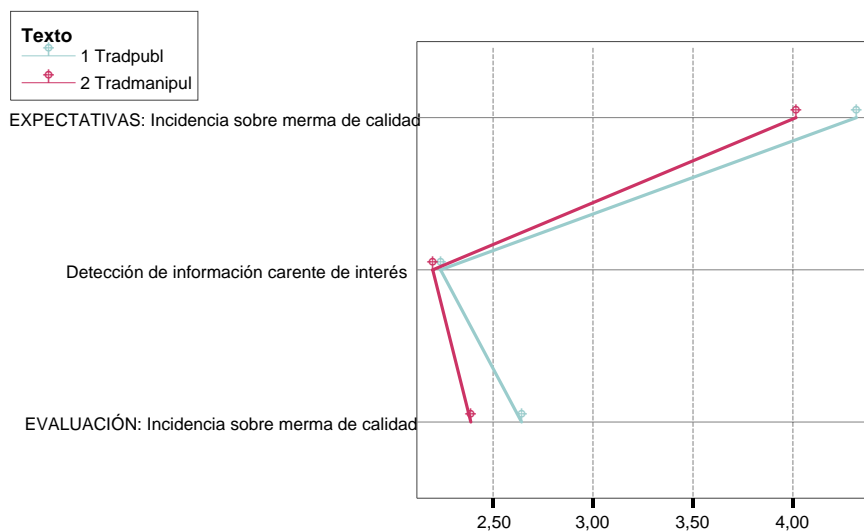


Gráfico 5—12: Incidencia del parámetro 'Información de interés'

5.3.1.3. 'Claridad y comprensibilidad'

Relacionado con el parámetro 'Claridad y comprensibilidad', la comparación de los valores de las expectativas y de la evaluación arroja diferencias más pronunciadas que en los dos parámetros anteriores.

Llama la atención que la Tradmanipul obtenga valores mejores tanto en las expectativas como en la evaluación concreta, elevándose la diferencia a favor de la Tradmanipul en la evaluación a 0,59 mientras que en las expectativas sólo alcanza 0,19.

Por otro lado las diferencias que los sujetos establecen entre el valor correspondiente a sus expectativas y el de su evaluación supera sólo en el caso de la Tradmanipul los 2 puntos (2,29) mientras que en relación con la Tradpubl se eleva a 1,68.

El valor que refleja la incidencia sobre la merma de la calidad es en ambas traducciones mayor que el que cuantifica la detección de segmentos que dificultan la

comprensión, tal como se puede ver en la *Tabla 5—6* y el *Gráfico 5—12* que reproducimos a continuación.

Asimismo salta a la vista que los valores que reflejan la evaluación concreta ocupan un lugar intermedio entre los valores correspondientes a las expectativas y a la detección de segmentos que dificultan la comprensión.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	87	89
		Perdidos	3	1
	Media		4,26	4,07
Detección de segmentos que dificultan la comprensión	N	Válidos	84	85
		Perdidos	6	5
	Media		1,68	1,29
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	59	37
		Perdidos	31	53
	Media		2,37	1,78

Tabla 5—6: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’

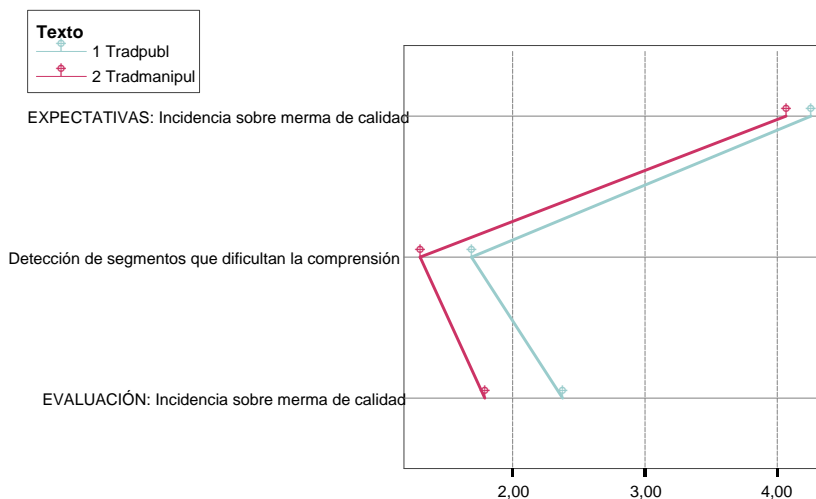


Gráfico 5—13: Incidencia del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’

5.3.1.4. 'Estilo usual'

Referido al parámetro 'Estilo usual' se observa que los valores de la Tradpubl y la Tradmanipul se diferencian tanto en las expectativas como en la evaluación y sobre todo en la detección de segmentos que se caracterizan por un estilo inusual alcanzando un 0,47 lo que equivale casi al doble de la diferencia que se observa en la evaluación concreta (0,26).

Las diferencias entre los valores de las expectativas y de la evaluación son claramente menores que en los parámetros anteriores, elevándose en el caso de la Tradpubl a 0,89 y en el de la Tradmanipul a 1,34, alcanzando en ningún caso 2 puntos.

Los valores de la evaluación ocupan un puesto intermedio entre los valores más altos de las expectativas y los valores más bajos de la evaluación, tanto en la Tradpubl como en la Tradmanipul. Sin embargo se puede ver que la diferencia entre el valor correspondiente a la detección de infracciones contra el parámetro y el valor de la cuantificación de la incidencia sobre la merma de la calidad es mínimo en el caso de la Tradpubl (0,15).

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	88	86
		Perdidos	2	4
	Media		3,39	3,58
Detección de segmentos con estilo inusual	N	Válidos	84	84
		Perdidos	6	6
	Media		2,35	1,88
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	60	51
		Perdidos	30	39
	Media		2,50	2,24

Tabla 5—7: Incidencia de la falta de respeto del parámetro 'Estilo usual'

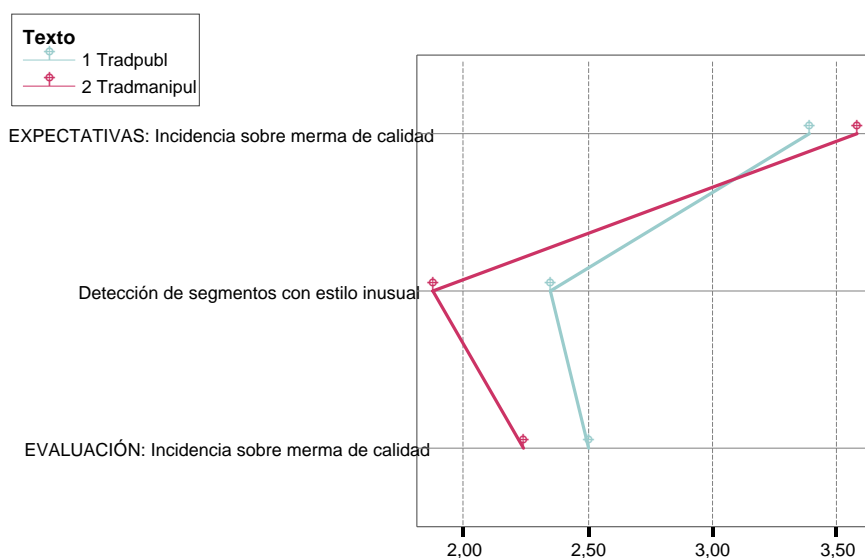


Gráfico 5—14: Incidencia del parámetro 'Estilo usual'

5.3.1.5. 'Hilaridad'

El efecto no deseado de la hilaridad es el único parámetro en el que los valores de las expectativas son más bajos que los de la evaluación, lo que significa que preguntados por lo que esperan de un texto traducido, los sujetos le asignaron poquísima importancia a la existencia de segmentos que provocan una sonrisa, mientras que a la hora de la evaluación concreta penalizaron los segmentos que provocan hilaridad con cierta severidad.

Las diferencias entre los valores de las expectativas y de la evaluación son con 0,46 (Tradpubl) y 0,09 (Tradmanipul) en ambas traducciones mínimas, alcanzando valores por debajo del medio punto.

Relacionado con el parámetro de la 'Hilaridad', los valores correspondientes a la detección de segmentos que provocan hilaridad ocupan el puesto intermedio entre los valores más altos de la evaluación y los valores más bajos de las expectativas, tanto en la Tradpubl como en la Tradmanipul.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	87	86
		Perdidos	3	4
	Media		1,91	1,64
Detección de segmentos que causan hilaridad	N	Válidos	85	86
		Perdidos	5	4
	Media		2,26	1,62
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	65	51
		Perdidos	25	39
	Media		2,37	1,73

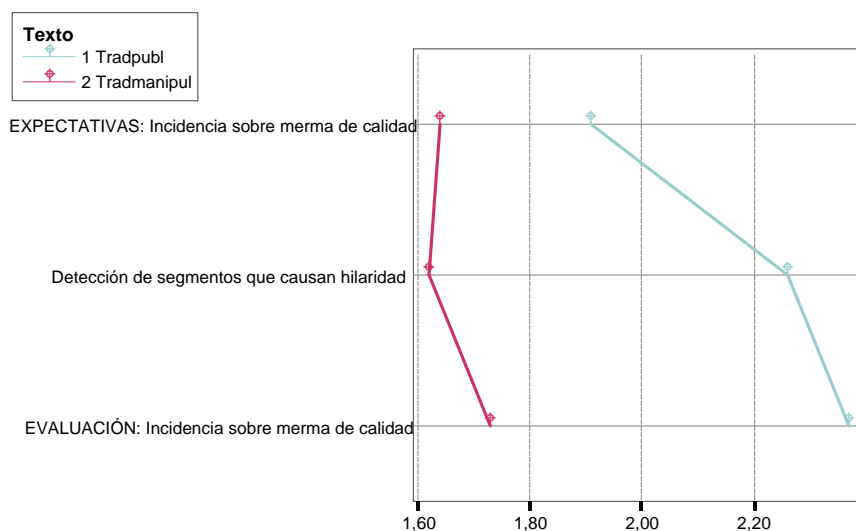


Tabla 5—8: Incidencia de la falta de respeto del efecto no deseado que provoca 'Hilaridad'

Gráfico 5—15: Incidencia del parámetro 'Hilaridad'

5.3.1.6. 'Corrección gramatical'

Si comparamos los resultados referidos a la corrección gramatical salta a la vista que se trata del parámetro que arroja las diferencias mayores entre los valores de la Tradpubl y la Tradmanipul. Los sujetos que basaron su evaluación en la Tradmanipul detectan claramente menos errores gramaticales que los que lo hicieron con la Tradpubl, alcanzando la diferencia en el caso de la evaluación 0,87 y en la detección de errores

gramaticales 1,05, a pesar de que en las expectativas la diferencia sólo es de 0,02, puntos.

La diferencia entre el valor de las expectativas y el de la evaluación es algo más grande en la Tradmanipul (1,26) que en la Tradpubl (0,41).

Llama la atención que los dos valores más pequeños para cuantificar la falta de respeto de un parámetro se dan precisamente en relación con la detección de errores gramaticales y en el caso de la Tradmanipul, al obtener ésta un valor de 1,43 en la cuantificación de los errores gramaticales y un 1,52 en la de la incidencia de los mismos sobre la merma de la calidad.

La ‘Corrección gramatical’ es asimismo el único parámetro en el que se puede observar un valor referido a la evaluación (Tradpubl 2,39) que es ligeramente inferior al de la detección de segmentos, tal como se puede ver en la tabla y el gráfico siguientes.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia de errores gramaticales sobre merma de calidad	N	Válidos	89	86
		Perdidos	1	4
	Media		2,80	2,78
Detección de errores gramaticales	N	Válidos	82	84
		Perdidos	8	6
	Media		2,48	1,43
EVALUACIÓN: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	66	42
		Perdidos	24	48
	Media		2,39	1,52

Tabla 5—9: Incidencia de la falta de respeto del parámetro ‘Corrección gramatical’

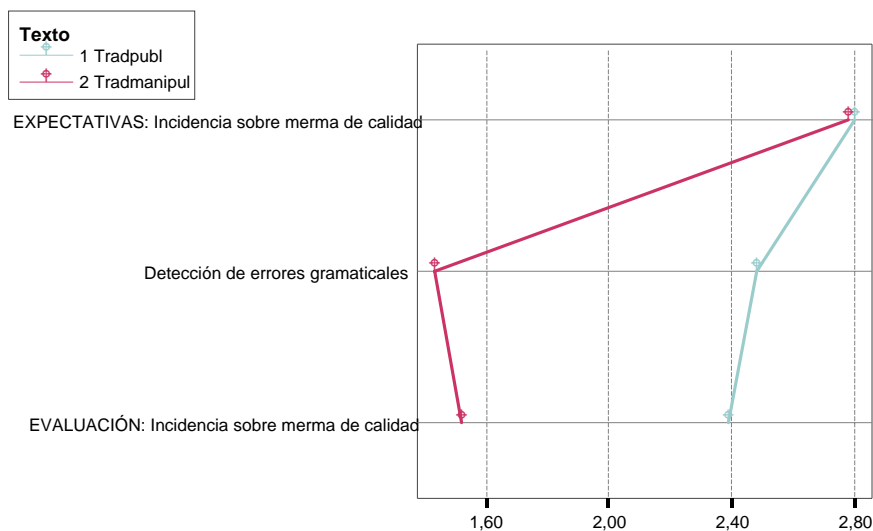


Gráfico 5—16: Incidencia del parámetro 'Corrección gramatical'

5.3.2. Discusión

Para permitir una visión global de la comparación de la incidencia de los parámetros que acabamos de presentar antepondremos a nuestros comentarios un breve resumen de conjunto de los resultados que pretendemos convertir en objeto de nuestra discusión.

- a. Comparando los valores de la Tradpubl y la Tradmanipul en todos los parámetros podemos observar las siguientes oscilaciones:
 - Referido a las expectativas de los sujetos, los valores oscilan entre 0,03 ('Información fehaciente') y 0,30 ('Información carente de interés').
 - Referido a la detección de segmentos que constituyen una infracción contra uno de los parámetros en cuestión, los valores oscilan entre 0,04 ('Información de interés') y 1,05 ('Corrección gramatical').

- Referido a la evaluación concreta, los valores oscilan entre 0,25 ('Información de interés') y 0,87 ('Corrección gramatical').

Estos datos nos muestran que la mayor oscilación se da en la detección de los segmentos que constituyen una infracción contra uno de los parámetros barajados, mientras que la menor oscilación se observa relacionada con las expectativas, ocupando la oscilación referida a la evaluación un puesto intermedio. El hecho de que las diferencias mayores entre Tradpubl y Tradmanipul se den en relación con el parámetro de la 'Corrección gramatical' tendría su explicación en la manipulación de este parámetro.

- b. Los valores que representan las expectativas de los sujetos respecto a los parámetros de calidad barajados superan en todos los casos a los de la evaluación concreta, excepto en el caso del parámetro 'Estilo usual que no causa hilaridad' en el que en ambas traducciones el valor de la evaluación es más bajo que el de las expectativas. Esta observación sólo se puede interpretar en el sentido de que la aparente benevolencia o incluso aceptación que los sujetos manifestaron a la hora de formular sus expectativas frente a un estilo que provoca una sonrisa se convierte a la hora de la evaluación concreta en un factor que ellos mismos recriminan.
- c. Si comparamos la jerarquía que los sujetos establecieron en las expectativas con la que resulta de su evaluación de un texto concreto obtenemos unos resultados que, además de ser muy interesantes en sí, nos permitirán en la discusión general validar o rechazar tres de nuestras hipótesis (cf. Hipótesis Nº2, Nº5 y Nº 6 en 2.3.2. *Las hipótesis*). Antes de hacer los comentarios oportunos y para facilitar las comparaciones que nos interesan, recordaremos en primer lugar los datos en los que nos basamos:

- En relación con las expectativas y la evaluación concreta, los sujetos que se basaron en la TRADPUBL establecieron la siguiente jerarquía para determinar la incidencia que tiene la falta de respeto de los respectivos parámetros sobre la merma de la calidad, significando 1=ninguna merma de la calidad y 5=máxima merma de la calidad. Después de cada parámetro indicaremos si se centra en el contenido o en la forma, significando C=contenido y F=forma:

Orden jerárquico	Expectativas	Evaluación concreta
1 ^{er} puesto	Información fehaciente (4,64) C	Información de interés (2,64) C
2 ^o puesto	Información de interés (4,32) C	Estilo usual (2,50) F
3 ^{er} puesto	Claridad y comprensibilidad (4,26) C	Corrección gramatical (2,39) F
4 ^o puesto	Estilo usual (3,39) F	Claridad y comprensibilidad (2,37) C
5 ^o puesto	Corrección gramatical (2,80) F	Estilo usual q no causa 'Hilaridad' (2,37) F
6 ^o puesto	Estilo usual que no causa 'Hilaridad' (1,91) F	Información fehaciente (2,17) C

Tabla 5—10: Tradpubl: Parámetros de calidad y su incidencia en la merma de la calidad en expectativas y evaluación

- En relación con las expectativas y la evaluación concreta, los sujetos que se basaron en la TRADMANIPUL establecieron la siguiente jerarquía para determinar la incidencia que tiene la falta de respeto de los respectivos parámetros sobre la merma de la calidad, significando 1=ninguna merma de la calidad y 5=máxima merma de la calidad y C=contenido y F=forma:

Orden jerárquico	Expectativas	Evaluación concreta
1 ^{er} puesto	Información fehaciente (4,61) C	Información fehaciente (2,49) C
2 ^o puesto	Claridad y comprensibilidad (4,07) C	Información de interés (2,39) C
3 ^{er} puesto	Información de interés (4,02) C	Estilo usual (2,24) F
4 ^o puesto	Estilo usual (3,58) F	Claridad y comprensibilidad (1,78) C
5 ^o puesto	Corrección gramatical (2,78) F	Estilo usual q no causa 'Hilaridad' (1,73) F
6 ^o puesto	Estilo usual que no causa 'Hilaridad' (1,64) F	Corrección gramatical (1,52) F

Tabla 5—11: Tradmanipul: Parámetros de calidad y su incidencia en la merma de la calidad en expectativas y evaluación

- Referido a las expectativas se observa que relacionado con ambas traducciones los tres primeros puestos de la jerarquía están ocupados por parámetros que remiten al contenido, lo que en la evaluación no se repite, dado que en la Tradpubl sólo el primero de los tres parámetros se refiere al contenido ('Información de interés'), haciendo los dos siguientes referencia a la forma ('Estilo usual' y 'Corrección gramatical'). En relación con la evaluación de la Tradmanipul podemos constatar que los dos primeros parámetros remiten al contenido ('Información fehaciente' e 'Información de interés') y sólo el tercero a la forma ('Estilo usual'). Esta observación puede ser interpretada como una de las consecuencias lógicas de la manipulación, en el sentido de que en una traducción que se caracteriza por un cúmulo de deficiencias formales, que los mismos sujetos detectaron en el caso de la Tradpubl (cf. los valores correspondientes a la detección de segmentos conteniendo infracciones contra los parámetros de calidad en 5.3. *La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad*), los sujetos prioricen en su evaluación concreta los aspectos formales a la hora de establecer la incidencia en la merma de la calidad. Del mismo modo se puede considerar que los sujetos que evalúan una traducción en la que detectan menos deficiencias formales (cf. los valores correspondientes a la detección de segmentos conteniendo infracciones contra los parámetros de calidad en el caso de la Tradmanipul en 5.3. *La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad*) centren su atención en los aspectos

relacionados con el contenido a la hora de establecer el grado de incidencia sobre la merma de la calidad. De todas formas nos parece destacable que entre las expectativas nombradas y la evaluación concreta se produce en el caso de la Tradpubl y relacionado con los tres primeros puestos un desplazamiento de los parámetros que remiten al contenido en las expectativas hacia los que se refieren a la forma.

- Otro aspecto que nos parece destacable es que el primer puesto relacionado con la ponderación de la incidencia en la merma de la calidad lo ocupe en ambas traducciones un parámetro que remite al contenido, lo que podría ser un indicio para confirmar nuestra hipótesis inicial según la cual un TM sólo sería percibido por parte de los usuarios reales del mismo como un texto aceptable si tiene en cuenta las expectativas de los destinatarios, no sólo en relación con la corrección lingüística formal y su presentación visual, sino también en relación con el contenido y la interrelación entre ellos.
 - d. Una de las preguntas más interesantes en el contexto de la comparación de los datos correspondientes a las expectativas y a la evaluación concreta es sin duda la siguiente: ¿Existen diferencias sustanciales entre los valores correspondientes a los parámetros manipulados y a los que quedaron excluidos de la manipulación? Para contestar a esta pregunta se impone una comparación de los valores correspondientes a los cuatro siguientes parámetros objeto de la manipulación: ‘Corrección gramatical’, ‘Claridad y comprensibilidad’, ‘Estilo usual’ y ‘Hilaridad’ y su valoración por parte de los sujetos sobre la base de la Tradpubl y de la Tradmanipul.
- Referido a la ‘Corrección gramatical’ los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul se distinguen muy poco en las expectativas (0,02), mucho en la detección de segmentos (0,87) y muchísimo en la evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad (1.05), lo que significa que la manipulación del parámetro se

ve claramente reflejado en los resultados obtenidos. En la discusión general profundizaremos en el hecho de que estas claras diferencias no tienen su correspondencia tan clara en la evaluación de la calidad global, ni en la evaluación del grado de profesionalidad.

- Referido a la ‘Claridad y comprensibilidad’ los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul se distinguen poco en las expectativas (0,19), algo más en la detección de segmentos (0,39) y bastante en la evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad (0,59), lo que significa que los sujetos perciben una diferencia entre Tradpubl y Tradmanipul. Estos resultados los interpretamos como consecuencia de la manipulación aunque ésta tenga un reflejo menos pronunciado que en relación con el parámetro de la ‘Corrección gramatical’. Cabe hacerse la pregunta por qué en relación con este parámetro no se dan diferencias más claras. Una explicación para ello la vemos en el hecho de que la claridad y la comprensibilidad dependen de múltiples factores entre los que la adecuada relación entre material verbal y no verbal puede ocupar un lugar preferente. Teniendo en cuenta de que en la manipulación del parámetro que nos ocupa nos hemos limitado al material verbal, lo tibio de las diferencias se podría explicar precisamente con esta manipulación parcial del parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’.
- Referido al ‘Estilo usual’ los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul se distinguen poco en las expectativas (0,19) y en la detección de segmentos (0,26) y bastante en la evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad (0,47), lo que permite constatar que los sujetos perciben una diferencia entre Tradpubl y Tradmanipul cuya cuantificación se asemeja mucho al parámetro de la ‘Claridad y comprensibilidad’. Las diferencias son también en este caso la consecuencia de la manipulación del parámetro en la Tradmanipul. Si nos preguntamos por qué el reflejo de la manipulación no es mayor tenemos que tener en cuenta de que al no haber detallado lo que entendemos por estilo usual las respuestas de los sujetos pueden haberse basado en percepciones muy personales y, por tanto, muy diversas. La decisión de prescindir de una definición clara de lo que consideramos un estilo usual se basó, una vez más, en la opción de sobrecargar el cuestionario lo menos

posible con conceptos teóricos para evitar que buena parte de los sujetos dejaran las preguntas sin contestar y para hacernos eco de la diversidad de percepciones que efectivamente se dan. Cuando planteemos en la discusión general las limitaciones de nuestra investigación volveremos a plantear en un marco más general lo que acabamos de esbozar.

- Precisamente para paliar una cierta indefinición del parámetro ‘Estilo inusual’ introdujimos el parámetro ‘Estilo inusual que provoca el efecto no deseado de la *hilaridad*’. Referido a la ‘Hilaridad’ los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul se distinguen en mayor medida que en relación con el ‘Estilo usual’, alcanzando la diferencia en las expectativas 0,27 y en la detección de segmentos así como en la evaluación de su incidencia sobre la merma de la calidad 0,64 puntos, lo que nos induce a afirmar que los sujetos perciben que el parámetro ha sido objeto de manipulación. Una observación que salta a la vista es el hecho de que sólo en el parámetro ‘Estilo que provoca hilaridad’ los valores de las expectativas son más bajos que los de la evaluación concreta lo que podría ser un argumento para rechazar la idea que lanzamos en la parte dedicada a las expectativas cuando discutimos la incidencia de los parámetros en la merma de la calidad y en la que apuntamos la posibilidad de que entre los sujetos de folletos turísticos pudiera existir una predisposición para admitir que un folleto turístico traducido provoque cierta hilaridad, sin que ello lleve a una merma importante de su calidad (cf. 3.5.2. *Discusión*). Los resultados obtenidos ponen en evidencia que lo expresado en relación con las expectativas no se confirma en la evaluación concreta de las dos traducciones, dado que al evaluar la incidencia de la ‘Hilaridad’ sobre la merma de la calidad la opinión de los sujetos es contundente y en el lugar de “perdonar” los segmentos que se caracterizan por provocar una sonrisa cuantifican el grado de incidencia sobre la merma de la calidad con valores bastante elevados, especialmente en la Tradpubl (2,37) pero incluso en la Tradmanipul (1,73).

5.4. La incidencia de los elementos visuales en la merma de la calidad

A continuación esclareceremos la relación que existe entre los resultados

referidos a las expectativas y a la evaluación concreta en relación con el diseño visual por lo que nos centraremos en los parámetros ‘Presentación visual y gráfica atractiva’ y ‘Concordancia entre elementos verbales y visuales’.⁹¹ Ambos parámetros no fueron objeto de manipulación.

Comentario [MLN8]: 8.comp
robar que es la misma
denominación que en empírica 1

5.4.1. Comparación de valores

Para facilitar la comparación agruparemos a continuación los datos obtenidos mediante el cuestionario 1 y el cuestionario 2 que hacen referencia al diseño visual y a la relación entre material verbal y visual. Recordamos que los sujetos disponían de una escala del 1 al 5, significando 1=ninguna merma/ satisfacción total y 5=máxima merma/ satisfacción mínima⁹².

5.4.1.1. ‘Presentación visual y gráfica atractiva’

En la comparación de los resultados referidos a las expectativas y a la evaluación concreta se puede observar, por un lado, que los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul son casi idénticos, y, por otro lado, que la diferencia entre el valor que refleja las expectativas y el de la evaluación concreta alcanza en ambas traducciones un valor cercano a cuatro décimas (0,39/0,42). El hecho de que los valores de las expectativas sean más elevados que los de la evaluación, tal como lo evidencian la tabla y el gráfico siguientes (*Tabla 5—12* y *Gráfico 5—17*) significa que los sujetos a la hora de la evaluación de un folleto concreto demuestran menos severidad que a la hora de formular sus expectativas.:

⁹¹ La inclusión de estos dos parámetros en un apartado específico se debe al hecho que los datos referidos a los parámetros visuales se recabaron mediante preguntas distintas que los referidos a los demás parámetros.

⁹² En este caso la evaluación empeora conforme aumenta la puntuación.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia en merma de calidad	N	Válidos	88	88
		Perdidos	2	2
	Media		3,67	3,68
	Error típ. de la media		,110	,103
EVALUACIÓN: Grado de satisfacción con 'Presentación gráfica atractiva'	N	Válidos	80	80
		Perdidos	10	10
	Media		3,28	3,26
	Error típ. de la media		,123	,119

Tabla 5—12: Ponderación de 'Presentación gráfica y visual poco atractiva'

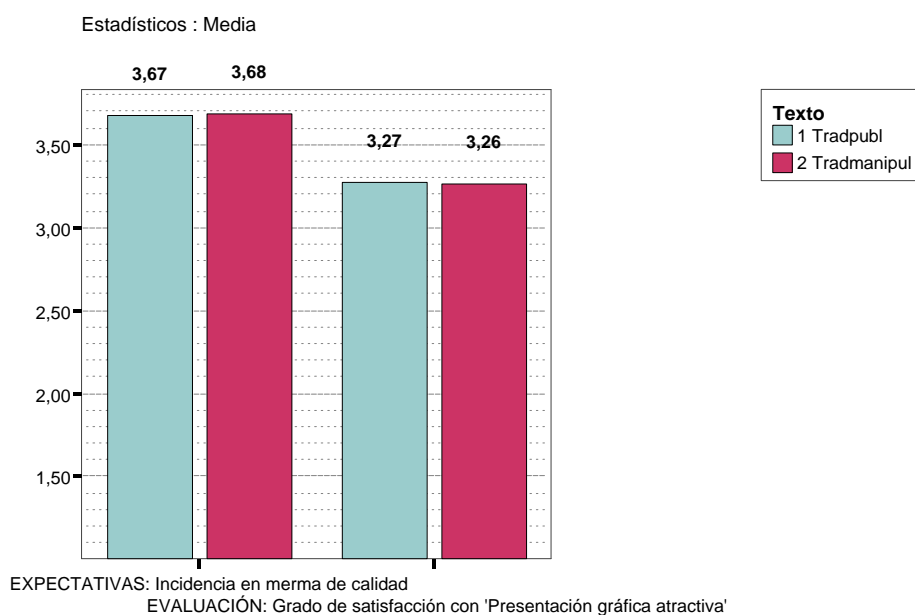


Gráfico 5—17: Ponderación de 'Presentación gráfica y visual poco atractiva'

5.4.1.2. 'Concordancia entre material verbal y visual'

Relacionado con el parámetro 'Concordancia entre material verbal y visual' se observa que las diferencias entre los valores referidos a las expectativas y a la evaluación concreta superan en ambas traducciones un punto, alcanzando en el caso de la Tradpubl 1,28 y en el de la Tradmanipul 1,03. Llama la atención que la evaluación de

la Tradpubl obtiene una calificación ligeramente mejor que la de la Tradmanipul, ascendiendo la diferencia entre las dos calificaciones a 0,27 puntos, tal como lo muestran la *Tabla 5—13* y el *Gráfico 5—18* que siguen:

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
EXPECTATIVAS: Incidencia sobre merma de calidad	N	Válidos	87	87
		Perdidos	3	3
	Media		4,06	4,08
	Error típ. de la media		,106	,112
EVALUACIÓN: Grado de satisfacción con 'Concordancia entre elementos verbales y visuales'	N	Válidos	82	82
		Perdidos	8	8
	Media		2,78	3,05
	Error típ. de la media		,133	,131

Tabla 5—13: Ponderación de 'Concordancia entre elementos verbales y visuales'

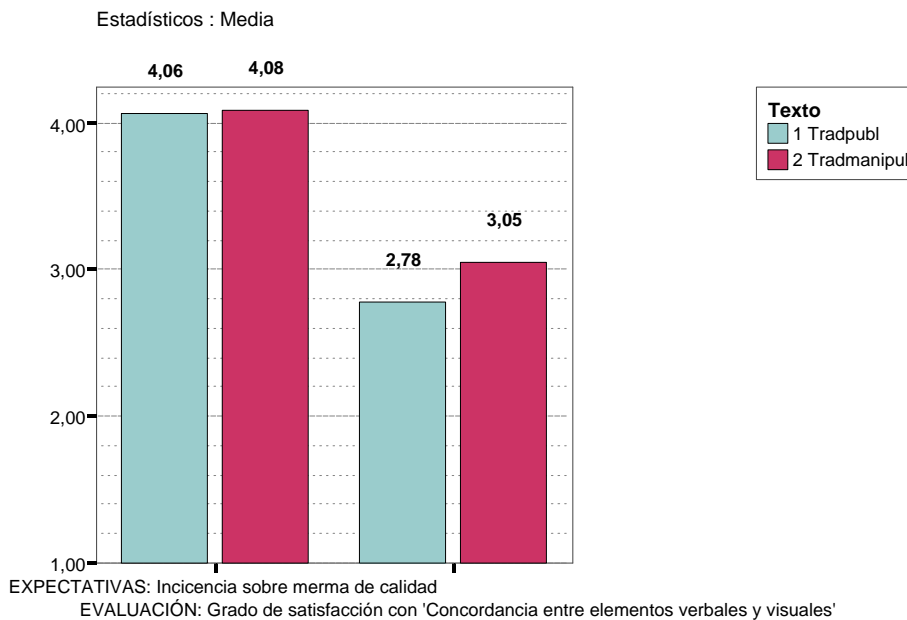


Gráfico 5—18: Ponderación de 'Concordancia entre elementos verbales y visuales'

5.4.2. Discusión

Es interesante observar que los sujetos evalúan mejor la ‘Concordancia entre material verbal y visual’ que la ‘Presentación gráfica atractiva’. Sin embargo, al enfocar el grado de satisfacción con un determinado parámetro de calidad, nuestro interés ha de ir más allá de las cifras absolutas y tiene que centrarse en la diferencia que existe entre el valor correspondiente a las expectativas y el de la evaluación concreta. En este sentido podemos observar que en el parámetro ‘Presentación gráfica atractiva’ las diferencias en las dos traducciones casi se equiparan (0,40/0,42), mientras que en el parámetro ‘Concordancia entre material verbal y visual’ se produce una diferencia mayor en el caso de la Tradpubl (1,28) aunque hay que resaltar que en el caso de la Tradmanipul, ésta con un valor que supera el punto (1,03) también es considerable. Si partimos de la base de que el grado de cumplimiento de las expectativas aumenta conforme disminuye esta diferencia, estos resultados no pueden significar otra cosa que los sujetos establecen un grado de cumplimiento de las expectativas muy deficiente en el caso del primer parámetro y deficiente en relación con el segundo. Esta interpretación se ve plenamente confirmada en las respuestas que los mismos sujetos formularon a las preguntas abiertas al respecto. Basta con recordar que a la pregunta sobre si habían detectado aspectos negativos referidos al material verbal y visual la referencia a la deficiente ‘Concordancia entre material verbal y visual’ así como a la deficiente ‘Presentación gráfica y visual’ eran recurrentes (cf. 4.3. *Aspectos negativos del folleto*).

La observación de que relacionados con ambos parámetros, los valores de la Tradpubl y de la Tradmanipul casi se equiparan es una consecuencia del diseño de la investigación, en la medida en que los dos parámetros estaban excluidos de la manipulación.

5.5. La profesionalidad del traductor en expectativas y evaluación

En el cuestionario 1 prescindimos de modo deliberado de formular una pregunta específica relacionada con la profesionalidad, al considerar más interesante conocer si los sujetos barajaban este concepto a la hora de formular sus expectativas frente a un folleto turístico en las respuestas abiertas.

5.5.1. Comparación de valores y discusión

Efectivamente pudimos comprobar que la referencia al ‘Actuación profesional’ del traductor no es un parámetro muy tenido en cuenta por los encuestados, dado que la alusión al mismo en las preguntas 3 y 4.1 del cuestionario 1 es muy escasa (cf. 3.3. *Parámetros que inducen a pensar que se trata de una traducción* y 3.4. *Razones para no terminar de leer un folleto turístico*). En el marco de la pregunta 5 mediante la que pretendimos conocer en qué medida los sujetos deducen de la falta de respeto de los parámetros de calidad barajados una merma de la calidad, incluimos la pregunta sobre en qué medida el hecho de notar que se trata de una traducción, acarrearía una merma de la calidad. Sin hablar directamente de la profesionalidad del traductor enfocamos de este modo la actuación profesional de la persona encargada de realizar la traducción del folleto, obteniendo un resultado sorprendente, dado que tanto los sujetos de la Tradpubl como de la Tradmanipul consideraban que el hecho de notar que se trata de una traducción repercutiría muy poco en la merma de la calidad, tal como se aprecia en la tabla siguiente (*Tabla 5—14*) en la que 1=ninguna merma de la calidad y 5=máxima merma de la calidad:

		Texto	
		1 Tradpubl	2 Tradmanipul
N	Válidos	87	86
	Perdidos	3	4
Media		2,29	2,14
Error típ. de la media		,118	,111

Tabla 5—14: Incidencia de la percepción del texto como texto traducido

Considerando que un folleto turístico al que se le nota que se trata de una traducción se caracteriza por un grado de profesionalidad deficiente o incluso inexistente, este resultado sólo se podría explicar entendiendo que entre los usuarios de folletos turísticos traducidos existe una opinión bastante generalizada que niega o desconoce que la actividad traductora se pueda desempeñar de modo profesional, es decir de acuerdo con unos criterios de calidad previamente establecidos. Esta indefinición del concepto profesionalidad en relación con la labor de un traductor encuentra su confirmación en los resultados referidos al parámetro de la ‘Actuación profesional’ recabados mediante la pregunta 11 del cuestionario 2 en la que le pedimos a los encuestados que determinaran el grado de profesionalidad de la persona que ha realizado la traducción. Para comprobar las diferencias entre la evaluación de la calidad global del folleto y de la profesionalidad de la persona que realizó la traducción agrupamos a continuación los respectivos resultados en una misma tabla. En nuestra opinión, sólo un concepto de profesionalidad que se caracteriza por su indefinición puede explicar que los sujetos establezcan unos valores mejores para el grado de profesionalidad que para la calidad del folleto.

			Texto	
			1 Tradpubl	2 Tradmanipul
Calidad global	N	Válidos	90	90
		Perdidos	0	0
	Media		3,22	2,74
	Error típ. de la media		,098	,094
Grado profesionalidad	N	Válidos	87	88
		Perdidos	3	2
	Media		2,98	2,20
	Error típ. de la media		,103	,089

Tabla 5—15: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad

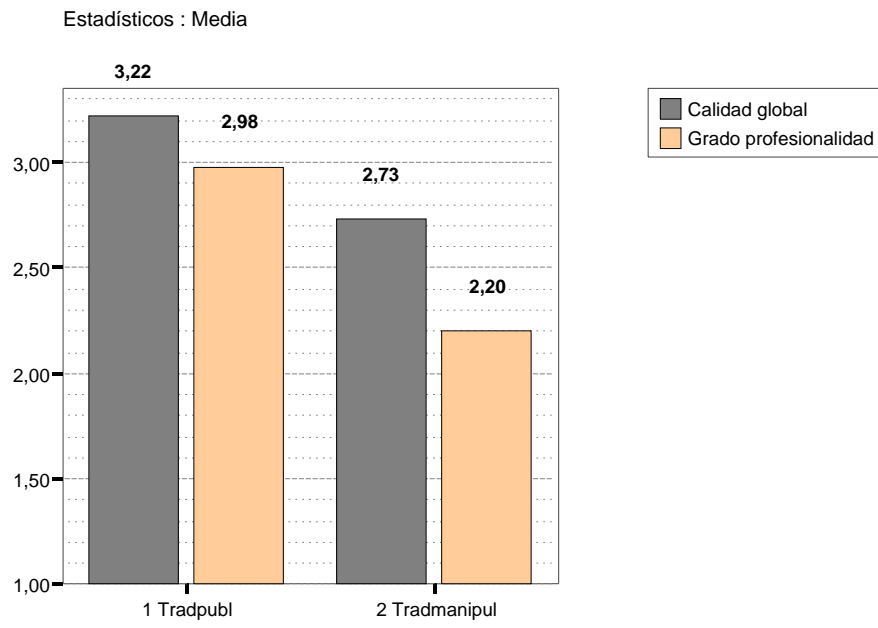


Gráfico 5—19: Calidad global del folleto y grado de profesionalidad

CAPÍTULO 6:
DISCUSIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES

6. DISCUSIÓN GENERAL Y CONCLUSIONES

6.1. Discusión general

A continuación ofreceremos una visión de conjunto de los resultados más relevantes y de los comentarios que incluimos en los respectivos apartados dedicados a la discusión puntual. Nuestra intención es determinar el grado de cumplimiento de los objetivos que nos marcamos en el capítulo dedicado al diseño de la investigación. Ello implica que presentemos la pertinente argumentación para validar o rechazar nuestras hipótesis, dado que cada uno de los objetivos que nos marcamos está asociado a una de ellas. Sobre la base del análisis de los resultados obtenidos incluiremos en la discusión de cada hipótesis algunas propuestas a tener en cuenta a la hora de diseñar futuras investigaciones. Sin embargo, antes de comenzar con esta tarea, queremos volver a resaltar algunas de las peculiaridades del diseño de la investigación que implican ciertas limitaciones que de modo deliberado asumimos y no pretendemos obviar.

En primer lugar queremos dejar claro que al prescindir del principio de ‘aleatoriedad’ a la hora de seleccionar la muestra, los resultados de nuestra investigación no se pueden considerar representativos en sentido estadístico estricto (Diekmann, 1998:329). Ello implica que su valor será exclusivamente indicativo de una determinada tendencia, lo que, a nuestro modo de ver, representa en el estado actual de los estudios traductológicos un resultado que podría ser valioso, aunque no permita una generalización y no se pueda hacer extensivo a la totalidad de la población enfocada.

En segundo lugar queremos resaltar que mediante el diseño adoptado nuestro interés se centra en el grado de éxito comunicativo concreto que los sujetos detectan en un determinado texto y no en la determinación de la ‘calidad abstracta’ del folleto traducido. Este planteamiento lleva implícito que las conclusiones se circunscriban a la percepción de una ‘calidad concreta’ por lo que no podrán hacerse extensivos al concepto (abstracto) de la ‘calidad general’ (Collados, 1998). La adopción de este

enfoque no excluye por tanto la posibilidad de que los sujetos lleguen a detectar un éxito comunicativo relacionado con un texto que presenta, desde un punto de vista normativo, determinadas deficiencias.

Para concluir las referencias a las limitaciones implícitas del diseño aplicado no podía faltar la observación siguiente: Al presentarles a los sujetos en el experimento sólo uno de los dos textos utilizados se les priva de la posibilidad de establecer una comparación entre la Tradpubl y la Tradmanipul. De este modo la evaluación de los sujetos del estudio es una evaluación absoluta y se distingue en este sentido de la evaluación realizada por el grupo de los ‘Expertos’ cuya evaluación es una evaluación relativa, al tener acceso a ambas traducciones y a la comparación entre sí. Sin embargo, nuestra opción por centrarnos en la evaluación absoluta realizada por usuarios reales de un determinado folleto turístico se basa en el empeño de reproducir en nuestro estudio una situación de recepción lo más parecida posible a la situación comunicativa real.

- OBJETIVO N° 1: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 1 relacionada con las expectativas de los usuarios de folletos turísticos:

Las expectativas que tienen usuarios reales respecto a un folleto turístico varían en función de las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos.

Para la inclusión de esta hipótesis nos basamos en distintas reflexiones de tipo teórico procedentes de la bibliografía traductológica y publicitaria. Al atribuir los textos turísticos a los textos publicitarios (Snell-Hornby, 1996, 1999; Natunen, 2001) que se caracterizan por su función eminentemente apelativa (Reiss, 1971, 1976) nos pareció de rigor comprobar si el axioma de los estudios de marketing según el cual la eficacia de un texto publicitario dependería del grado de adecuación a las audiencias a las que se dirige, se vería validado por la segmentación de los sujetos, tal como lo suelen defender los expertos publicitarios (Janich, 1999:21ss.). En la idea de que las características de los sujetos influyen en el grado de éxito de la comunicación nos apoyamos en los autores que defienden el papel activo de los receptores en la comprensión y actualización de un texto (Hönig & Kussmaul, 1982; Holz-Mänttari, 1984; Reiss & Vermeer, 1984; Nord, 1988 Hatim & Mason, 1995; Risku, 1998, e.o.) y en el papel

clave que gran número de autores les conceden a las expectativas de los lectores considerándolas un valor con una clara dependencia de la pertenencia a una determinada cultura (Lörscher, 1991; Chesterman, 1993; Leppihalme, 1997; Risku, 1998 e.o.).

La segmentación puntual de los datos de nuestro estudio por las variables sociodemográficas y socioculturales que caracterizan a los sujetos del mismo, ha arrojado unos resultados que, en general, se distinguen muy poco de los resultados obtenidos sin previa segmentación. Sólo en relación con la segmentación de las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’ se han podido observar algunas diferencias claras, entre las que destacan las siguientes:

- En relación con la pregunta sobre si los sujetos se encuentran molestos si detectan que un texto es una traducción se puede observar un aumento del porcentaje de los sujetos que se sienten molestos conforme sube su nivel de estudios (cf. 3.2.1.2 *Valores medios por ‘Nivel de estudios’*). Relacionado con esta misma cuestión se aprecian asimismo diferencias respecto a la variable ‘Edad’, aunque en este caso en menor medida, siendo los jóvenes más contrarios a aceptar que se trate de una traducción que las personas mayores (cf. 3.2.1.3. *Valores medios por ‘Edad’*).
- Relacionado con la pregunta si una traducción ha de tener en cuenta las expectativas de los destinatarios o no, la segmentación de las mismas dos características sociodemográficas arroja diferencias notables, dado que conforme aumenta la edad de los sujetos existe mayor acuerdo en pedirle a una traducción que tome en cuenta las expectativas de sus destinatarios (cf. 3.6.1.2. *Resultados por ‘Edad’*). Algo parecido sucede con la segmentación de la variable ‘Nivel de estudios’ al producir resultados que muestran de modo inequívoco, que la proporción de los encuestados que consideran pertinente tener en cuenta las expectativas de los lectores de una traducción aumenta en función del nivel formativo de los sujetos (cf. 3.6.1.3. *Resultados por ‘Nivel de estudios’*).
- A la hora de la ponderación de las consecuencias que podría tener la falta de respeto de un determinado parámetro sobre la merma de la calidad, las diferencias más notables con los resultados no segmentados se producen también en relación con la

variable ‘Nivel de estudios’. Lo más destacable se resume en la observación de que los sujetos con un título universitario son los que aplican en relación con los parámetros que remiten a la forma del folleto una evaluación más severa, mientras que relacionado con los parámetros que se refieren al contenido, son los sujetos con menos estudios los que demuestran ser los más exigentes (cf. 3.5.1.2. *Valores medios por ‘Nivel de estudios’*).

- Referido a las expectativas de los sujetos relacionadas con la información específica sobre Sierra Nevada que esperan obtener en un folleto con el título *La Granada monumental* es la variable ‘Edad’ la que arroja unos resultados que, en parte, se distinguen de los obtenidos sin segmentación (cf. 3.8.1.1. *Resultados por Edad*).

Una vez enumeradas las contadas diferencias que se producen todas en relación con las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’, no podemos más que constatar que en la gran mayoría de los datos segmentados las diferencias con los resultados obtenidos sin segmentar son mínimas. No queremos ocultar nuestra sorpresa ante estos resultados, especialmente los relacionados con la pregunta 1 en la que pretendíamos conocer cómo los sujetos ponderan los objetivos de un folleto turístico. Se trataba de la única pregunta en la que el diseño preveía, relacionado con el conocimiento de las expectativas, la segmentación por la totalidad de las variables socioculturales y sociodemográficas barajadas. Consideramos que estos resultados tienen una lectura triple: en primer lugar nos sirven para rechazar la hipótesis en los términos en que ésta ha sido redactada, dado que sólo en dos de las trece segmentaciones se produjeron unas diferencias que superan 1 punto (cf. 3.1.2. *Discusión*). En segundo lugar nos tiene que hacer reflexionar sobre la dificultad de determinar y cuantificar los objetivos que los sujetos atribuyen a un TM. En tercer lugar, y de cara a investigaciones futuras, habrá de tenerse en cuenta que posiblemente las diferencias culturales priman por encima de las diferencias sociodemográficas, afirmación que se basa en los resultados obtenidos y que no hace más que confirmar lo dicho por Müller (1997:23), que alega que la pertenencia a una determinada cultura ejerce una influencia mayor sobre el éxito de la comunicación que la pertenencia a un determinado segmento. En palabras del autor alemán: “Die Kulturzugehörigkeit hat einen grösseren Einfluss auf den Kommunikationserfolg als die

oft herangezogenen Segmentierungen.” De cara a futuras investigaciones la operacionalización de variables que enfocan las diferencias culturales de los sujetos constituirá, probablemente, uno de los retos más importantes. La incidencia relativamente modesta de las características de los sujetos sobre los resultados obtenidos tiene, sin duda, diferentes razones, entre las que podría ser determinante la circunstancia de que por encima de los aspectos diferenciadores entre los sujetos hay un denominador que les es común a todos: la característica de ser visitante de una región más o menos conocida desempeñando un mismo papel, el de turista. Este argumento se basa en la consideración que la situación comunicativa y el marco de la actuación en el que el folleto turístico se recibe, es de suma importancia (cf. Holz-Mänttari, 1984 y 1993; Jänis & Priiki, 1998; Hönig, 1993; Risku, 1995; Lauscher, 2000; Brunette, 2000, e.o.).

Resumiendo podríamos decir que los resultados obtenidos no validan la hipótesis en los términos en que ésta fue redactada. Sin embargo nos permiten deducir que entre las trece variables barajadas, las de ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’ son las únicas que han demostrado tener cierto impacto, por lo que sería interesante que en investigaciones futuras se vuelvan a incluir para así permitir su replicación.

- OBJETIVO N° 2: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 2 relacionada con las expectativas de los usuarios de folletos turísticos:

Los usuarios reales les conceden mayor importancia a los parámetros de calidad relacionados con el contenido, relegando los parámetros relacionados con la presentación visual y formal a un segundo nivel.

Incluimos esta hipótesis al haber podido observar en el estudio piloto que realizamos en el año 2000 (Nobs, 2001) que los sujetos primaban a la hora de expresar sus expectativas los elementos que remiten al contenido, nombrando los elementos que remiten a la presentación visual y formal sólo en un segundo lugar. Asimismo pretendíamos con la inclusión de esta hipótesis tener en cuenta la recomendación que Jänis & Priiki (1993) incluyeron en las conclusiones de su estudio, donde sugieren que en investigaciones futuras habría de recabar de modo separado los datos referidos a los componentes verbales y los componentes no verbales de un folleto turístico. Esta

recomendación nos pareció acertada, máxime basándonos en una definición de texto que incluye de modo explícito los elementos no verbales (Schmitt, 1998a:147) y asumiendo que en todos los textos en general, y especialmente en los folletos turísticos, existe una interrelación entre lo verbal y lo visual tal como lo afirma un gran número de autores procedentes del campo de la traductología (Nord, 1988; Kelly, 1998; Fuentes, 2001; Schopp, 2003, e.o.), de la investigación contrastiva de las lenguas de especialidad (Kalverkämper, 1998:73) y de la investigación de la publicidad intercultural (Müller, 1997).

Los resultados obtenidos nos permiten la validación de la hipótesis, dado que las respuestas a la pregunta con la que pretendimos conocer la incidencia que le conceden los sujetos a la falta de respeto de los parámetros de calidad barajados sobre la merma de la calidad así lo demuestran (cf. 3.5. *La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad de un folleto turístico*). Si enfocamos los tres parámetros con la mayor puntuación vemos que en los tres casos se trata de parámetros que remiten al contenido ('Información fehaciente', 'Información útil y de interés' y 'Claridad y comprensibilidad'). Asimismo el hecho de que en los tres se alcance unas puntuaciones por encima de 4 puntos significa que la merma que su falta de respeto produciría, se acerca al máximo posible. Enfocando los parámetros que cierran la jerarquía, debido a sus puntuaciones claramente inferiores, se observa que todos remiten a la forma ('Efecto no deseado de la hilaridad', 'Corrección gramatical' y 'Estilo usual'), obteniendo los que hacen referencia al diseño visual y a la coherencia entre imágenes y elementos verbales un puesto intermedio ('Presentación visual y gráfica atractiva' y 'Concordancia entre material verbal y visual'), lo que significa que los sujetos les conceden a estos últimos parámetros más importancia que a los que remiten a los elementos exclusivamente verbales

Resumiendo podemos destacar que la validación de la hipótesis confirma lo observado en el estudio piloto por lo que sería interesante volver a plantearla en el marco de futuras investigaciones con el objeto de proceder a su replicación.

· OBJETIVO N° 3: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 3 relacionada con la

evaluación de los usuarios de folletos turísticos:

La evaluación que realizan usuarios reales respecto a un folleto turístico varía en función de las características socioculturales y sociodemográficas de los sujetos.

Para la inclusión de esta hipótesis nos basamos fundamentalmente en las mismas reflexiones teóricas que para la inclusión de la hipótesis N° 1. Atribuyendo los folletos turísticos a los textos publicitarios (Snell-Hornby, 1996, 1999; Natunen, 2001) que se caracterizan por su función persuasiva y basándonos en las reflexiones teóricas que atribuyen a los receptores un papel muy activo en la construcción del sentido (Eco, 1981; Reiss & Vermeer, 1984; Schwarz, 1992; Hönig, 1995; Risku, 1998, e.o.) pretendimos comprobar si en relación con los datos referidos a la evaluación concreta, la segmentación por las variables sociodemográficas que caracterizan a los sujetos de nuestro estudio, arrojaría unos resultados que se diferencian de modo significativo de los resultados sin previa segmentación, o no. Como en el planteamiento de la hipótesis N° 1 nos guiamos por las aportaciones de un gran número de autores que inciden en la importancia que tienen los elementos de tipo pragmático (Holz-Mänttari, 1984; Reiss & Vermeer, 1984; Nord, 1988; Rydning, 1991, e.o.), los conocimientos del mundo (Wilss, 1988:15) y la pertenencia a una determinada cultura en la recepción de un TM (Witte, 2000).

La segmentación de la pregunta 1 del cuestionario 2, mediante la que pretendimos conocer la evaluación de la calidad global del folleto, y de la pregunta 11, con la que enfocamos el grado de profesionalidad del traductor, por la totalidad de las variables sociodemográficas de los sujetos arroja unos resultados que se caracterizan por una gran similitud con los resultados obtenidos sin previa segmentación, lo que se manifiesta en una oscilación mínima entre los valores mínimos y los valores máximos que resultan de las distintas segmentaciones (cf. 4.1.2. *Discusión* y 4.6.2. *Discusión*). Al igual que en el caso de los datos referidos a las expectativas, sólo las segmentaciones de las variables 'Edad' y 'Nivel de estudios' deparan unos resultados que se distinguen, aunque en menor medida que los referidos a las expectativas, de los obtenidos sin segmentar. En este sentido se puede observar que en relación con la segmentación de la variable 'Edad' sólo se producen diferencias apreciables en relación con la evaluación

de la Tradpubl cuya valoración mejora conforme avanza la edad de los sujetos. En el caso de la segmentación de la variable ‘Nivel de estudios’ se observa algo parecido, dado que el nivel formativo de los sujetos arroja sólo en relación con la Tradpubl unas diferencias apreciables, teniendo en cuenta de que los titulados universitarios y los bachilleres son los que demuestran mayor severidad concediéndoles a la Tradpubl con un 3,5 una calificación mediana tirando a mala, mientras que los sujetos con estudios de formación profesional demuestran ser algo menos exigentes realizando una evaluación que con 2,90 casi iguala a la de la Tradmanipul (2,81) (cf. 4.1.1.6. *Valores medios por ‘Nivel de estudios’*). Algo parecido se puede apreciar en la evaluación del grado de la profesionalidad del traductor, en el sentido de que la evaluación de la Tradpubl mejora conforme va avanzando la edad de los sujetos, circunstancia que en relación con la Tradmanipul no se observa al concitar una evaluación muy equitativa en todas las franjas de edad (cf. 4.6.1.2. *Valores medios por ‘Edad’*). De modo parecido la segmentación de la variable ‘Nivel de estudios’ refleja que las calificaciones de los bachilleres son las más severas al concederle a la Tradpubl la peor nota seguidos en este caso por los titulados universitarios que, a su vez, profesan una severidad claramente mayor que los sujetos con estudios de formación profesional. Referido a la Tradmanipul, las diferencias entre los sujetos con distinto nivel educativo son también aquí menores, lo que refleja un grado de coincidencia entre los distintos grupos segmentados claramente mayor al evaluar la profesionalidad del traductor de la Tradmanipul (cf. 4.6.1.6 *Valores medios por ‘Nivel de estudios’*).

De modo resumido y sobre la base de la observación de que las diferencias entre el valor máximo y el valor mínimo que resultan de cada una de las doce segmentaciones no alcanzan en ningún caso 1 punto podemos decir que los resultados obtenidos no validan la hipótesis en los términos en que ésta fue redactada. Sin embargo nos permiten deducir que entre las doce variables barajadas, las de ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’ son las únicas que constituyen una excepción respecto a la tendencia general observada. Tras el rechazo de la hipótesis N° 3 nos queda, al igual que en la discusión de la primera hipótesis, sólo la posibilidad de formular nuevas hipótesis más concisas y específicas que se limitarían a afirmar que la evaluación de los usuarios reales de folletos turísticos

variaría en función de determinadas características muy concretas de los sujetos, entre las que la 'Edad' y el 'Nivel de estudios' no podrían faltar para ser sometidas a prueba mediante futuras investigaciones. Entre las razones que podrían explicar la incidencia tan modesta de las características de los sujetos sobre la evaluación concreta de las dos traducciones se encuentra, como en el caso de las expectativas, el hecho de que el papel de turista que todos los sujetos tienen en común, tiene un peso mayor que las características diferenciadoras que sin duda también existen. La discusión de esta hipótesis no estaría completa sin destacar que futuras investigaciones tendrán que hacerse eco del papel eminente que ocupan las diferencias culturales en la publicidad intercultural (Müller, 1997), por lo que la operacionalización de las mismas constituirá uno de los retos claves. Además y con vistas a futuras investigaciones hay que señalar que la segmentación requiere un mayor número de sujetos, si se pretende que el número de los sujetos sea el adecuado para poder calcular el error típico de la media y para garantizar así un grado de fiabilidad aceptable, lo que en nuestro estudio no se pudo conseguir en la totalidad de las segmentaciones realizadas.

- OBJETIVO N° 4: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 4 relacionada con la evaluación de los usuarios de folletos turísticos:

Los usuarios reales consideran que la calidad global de una traducción que presenta un tratamiento deficiente en relación con los parámetros 'corrección gramatical', 'Estilo usual para el tipo del TM' y 'claridad y comprensibilidad' es inferior a un TM que se caracteriza por un tratamiento adecuado de estos tres parámetros.

La inclusión de esta hipótesis se basa, ante todo, en nuestra pretensión de poder basar en datos empíricos lo que hasta ahora sólo intuíamos. Nos referimos a nuestra presuposición de que los usuarios de un folleto turístico basarían la evaluación del mismo no sólo en los elementos verbales, sino también en los elementos no verbales, lo que confirmaría, por otro lado, las reflexiones teóricas que reivindican que los textos en general (Schmitt, 1998:147), los textos especializados (Aderkas, 2000; Kalverkämper, 1998) y los textos publicitarios en especial (Janich, 1999; Sowinski, 1998) se

caracterizan por formar una entidad indisoluble entre sus componentes, con independencia de que se trate de material verbal o no verbal, incluyendo en este último elementos visuales de distinta índole, como por ejemplo los elementos tipográficos, las ilustraciones, fotos, figuras, tablas, mapas etc. El hecho de formular una hipótesis que se centra sólo en los parámetros ‘Corrección gramatical’, ‘Nivel de lengua usual para el tipo del TM’ y ‘Claridad y comprensibilidad’ es una consecuencia del diseño de nuestra investigación que prevé sólo la manipulación de cuatro de los nueve parámetros⁹³ al considerar que de este modo la Tradmanipul se ajustaría a un concepto de traducción muy reduccionista pero muy usual entre un gran número de iniciadores de traducciones de folletos turísticos⁹⁴. Nos referimos a esta visión de la actividad traductora que la limita a una simple operación de decodificación y recodificación lingüística y que bastaría para garantizar el éxito de una traducción.

En un principio planteamos someter a manipulación la totalidad de los parámetros de calidad que barajamos en nuestro estudio, incluidos los parámetros que remiten al contenido y a la presentación visual. Sin embargo optamos finalmente por centrarnos sólo en aquellos parámetros que, aplicando un concepto reduccionista de la traducción, se considerarían suficientes para conseguir una buena traducción. Sólo de este modo podíamos disponer, en caso de que la hipótesis se validara y al mismo tiempo estuviera acompañada de una diferencia pequeña entre la evaluación de la Tradpubl y de la Tradmanipul, de un argumento que invalidaría este concepto poco afortunado pero muy usual entre los que encargan las traducciones de folletos turísticos.

Sobre la base de los resultados obtenidos procede validar esta hipótesis, dado que los sujetos consideran que la calidad global de la Tradmanipul es superior a la de la Tradpubl. Esta afirmación, además de basarse en un resultado cuantitativo favorable a la Tradmanipul cuya calificación supera a la de la Tradpubl en 0,48 puntos, si la base de la comparación es la media aritmética, y en 0,80 puntos, si la comparación se basa en la mediana (cf. 4.1.1. *Valores medios*), se sustenta en el diseño de la investigación que prevé que sean precisamente los parámetros incluidos en la hipótesis, los que se

⁹³ Considerando que el efecto no deseado de la ‘Hilaridad’ es en realidad un subgrupo del parámetro ‘Estilo usual’ aunque a efectos prácticos lo tratamos como un parámetro más.

⁹⁴ En el caso del folleto utilizado en nuestro estudio el iniciador de la traducción era el *Patronato provincial de Turismo de Granada*.

manipularon en la Tradmanipul (cf. 2.4.1.3. *La traducción manipulada*). Ahora bien, la observación de que los resultados obtenidos en relación con la Tradmanipul son mejores que los de la Tradpubl no dicen, en principio, nada sobre el significado de la cuantificación de la diferencia numérica observada. ¿Se trata de una diferencia grande, mediana o pequeña? Aunque, debido al hecho de que en la Tradmanipul sólo habíamos manipulado cuatro de los nueve parámetros (todos referidos al material verbal), esperábamos que la diferencia entre la evaluación de las dos traducciones fuera algo mayor, máxime teniendo en cuenta que los valores de referencia del grupo de expertos son mucho más altos, alcanzando en este caso la diferencia entre las medias aritméticas de las dos traducciones 1,96 puntos, otorgando a la Tradpubl una calificación de 3,89 y a la Tradmanipul una de 1,93, significando 1=excelente y 5=pésimo (cf. *APÉNDICES III:K Datos recabados*). Ello significa que los sujetos de nuestro estudio establecen entre los valores referidos a la Tradpubl y la Tradmanipul una diferencia cuatro veces más pequeña que los expertos.

El hecho de que la cuantificación de la diferencia entre la evaluación de las dos traducciones haya resultado ser tan modesta, tiene, en nuestra opinión, una doble lectura: por un lado se puede interpretar como una consecuencia directa de la evaluación absoluta que nuestros sujetos estaban obligados a realizar. Por otro lado es interpretable como la consecuencia de haber limitado la manipulación sólo a cuatro de los nueve parámetros de calidad barajados. De este modo los resultados se podrían convertir en un indicio de que los distintos elementos de un texto forman una red indisociable que hace necesaria su tratamiento global y no como departamentos estancos, tal como se practicó en la traducción manipulada.

Resumiendo se puede decir que la validación de la hipótesis, en los términos que fue redactada, es pertinente. Sin embargo no hay que omitir que la diferencia entre la evaluación de la traducción publicada y la traducción manipulada es discreta, lo que significa que la calidad global de la Tradmanipul es percibida por los usuarios como una calidad mejorable. De cara a futuras investigaciones sería conveniente superar el concepto reduccionista de la traducción evitando la manipulación de parámetros aislados.

- OBJETIVO N° 5: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 5 relacionada con la evaluación de los usuarios de folletos turísticos:

Los usuarios reales les conceden mayor importancia a los parámetros de calidad relacionados con el contenido que a los parámetros relacionados con la presentación visual y formal.

Optamos por la inclusión de esta hipótesis teniendo en cuenta que Collados (1998) en su estudio referido a la recepción de determinadas interpretaciones había comprobado que las expectativas y la evaluación de los receptores de una interpretación no siempre se corresponden. Asimismo pretendíamos confirmar o rechazar lo observado en nuestro estudio piloto (Nobs, 2001) en el que pudimos observar que los sujetos llegaron a invertir la jerarquía entre los elementos que remiten a la forma y los que remiten al contenido a la hora de formular sus expectativas y a la hora de realizar una evaluación concreta. Al considerar que tal inversión podría deberse al reducido tamaño de la muestra del pretest, optamos por formular esta hipótesis relacionada con la evaluación en los mismos términos en los que planteamos la respectiva hipótesis relacionada con las expectativas.

Los datos recabados no permiten la validación de la hipótesis ni en relación con la evaluación de la Tradpubl ni en relación con la Tradmanipul. Al arrojar las dos traducciones unos resultados que se diferencian de modo considerable entre sí reuniremos en primer lugar los argumentos en que nos basamos para rechazar la hipótesis en relación con la evaluación de la Tradpubl y a continuación haremos lo mismo relacionado con la Tradmanipul. En ambos casos nos basamos en los datos recabados mediante las preguntas 5 a 10 del cuestionario 2 y especialmente en la jerarquía que los sujetos establecieron en relación con la detección de segmentos conteniendo infracciones contra los respectivos parámetros de calidad y su incidencia concreta sobre la merma de la calidad (cf. 4.5. *La incidencia de los parámetros en la merma de la calidad del folleto evaluado*).

Los datos referidos a la Tradpubl nos muestran que los sujetos detectan en primer lugar las infracciones contra parámetros que remiten a la forma, atribuyendo, sin

embargo, a la hora de cuantificar su incidencia sobre la merma de la calidad, el mayor peso a un parámetro que remite al contenido ('Información fehaciente'). El hecho de que los puestos segundo y tercero estén ocupados por los parámetros 'Estilo usual' y 'Corrección gramatical' (cf. *Tabla 4—27*), ambos refiriéndose a la forma, no nos permite, sin embargo, validar la hipótesis

Los resultados referidos a la Tradmanipul se diferencian de los de la Tradpubl en el sentido de que en la detección de segmentos que no respetan un determinado parámetro figuran en los tres primeros puestos dos parámetros que remiten al contenido lo que se repite a la hora de determinar la incidencia de la infracción sobre la merma de la calidad, al encabezar la 'Información fehaciente' y la 'Información de interés' la jerarquía, seguidos en el tercer lugar por el parámetro 'Estilo usual' (cf. *Tabla 4—28*). Aunque en relación con la Tradmanipul, en oposición a lo observado en la Tradpubl, se puede observar un predominio de los parámetros que remiten al contenido, no procede validar la hipótesis en los términos en los que fue redactada al estar ocupado el tercer puesto de la jerarquía por un parámetro que remite a un aspecto formal del texto ('Estilo usual').

El hecho de que los sujetos de ambas traducciones sitúen un parámetro relacionado con el contenido en el primer puesto de la jerarquía tiene una doble lectura. Por un lado nos indica simplemente que los sujetos de ambas traducciones le dan preferencia al contenido, relegando los aspectos formales a un segundo lugar. Por otro lado se puede interpretar como la consecuencia de que los elementos informativos son exactamente los mismos en las dos traducciones evaluadas al no haber sido objeto de la manipulación ni el parámetro 'Información fehaciente' ni el de 'Información útil y de interés'.

La observación de que el parámetro 'Estilo usual' no aparezca sólo en la evaluación de la Tradpubl entre los tres primeros puestos, sino también en la de la Tradmanipul, a pesar de que en esta última fue objeto de manipulación, requiere, sin duda, de una explicación. A la vista de los resultados consideramos que el parámetro 'Estilo usual' se caracteriza por ser un parámetro demasiado poco perfilado, por lo que se presta a unas interpretaciones muy diversas por parte de los sujetos. Bien es cierto

que nuestra opción por incluirlo sin más explicaciones, pretendía no sobrecargar el cuestionario con tecnicismos que, probablemente, no se hubieran entendido por gran parte de nuestros sujetos y que hubieran contribuido a que un mayor número de sujetos hubieran dejado estas preguntas sin contestar. Asimismo esperábamos de la inclusión de este parámetro poder recoger la gran diversidad de percepciones reales que los sujetos relacionan efectivamente con lo que consideran un ‘Estilo usual’. Sin embargo, a la vista de unos resultados poco elocuentes, opinamos que en futuras investigaciones el concepto de estilo usual requerirá a la hora de su operacionalización de una mayor concreción.

Para disponer de un dato adicional nos parece interesante comparar estos resultados con los datos de referencia procedentes de la evaluación del grupo de referencia de los expertos, dado que podemos constatar que tampoco la evaluación relativa de los expertos permitiría la validación de la hipótesis (cf. *Tabla 4—29* y *Tabla 4—30*).

Resumiendo podemos decir que, sobre la base de los datos recabados, la validación de la hipótesis en los términos en que fue redactada no es pertinente ni en relación con la evaluación de la Tradpubl ni de la Tradmanipul. Sin embargo tenemos que constatar que en relación con la Tradmanipul se puede observar una tendencia en la que los sujetos priorizan en la evaluación concreta los aspectos que remiten al contenido, lo que en relación con la Tradpubl no sucede. Esta observación puede ser interpretada, tal como apuntamos en el capítulo dedicado a la comparación de los resultados referidos a las expectativas y la evaluación, como otra de las consecuencias de la manipulación, dado que resulta lógico que los sujetos que evalúan una traducción que se caracteriza por un cúmulo de deficiencias relacionadas con la corrección lingüística (Tradpubl), prioricen en su evaluación precisamente estos elementos formales a la hora de establecer la incidencia en la merma de la calidad. Por otro lado resulta lógico que los sujetos que evalúan una traducción con escasas deficiencias relacionadas con el plano de la corrección lingüística centren su atención con los aspectos relacionados con el contenido.

- OBJETIVO N° 6: Verificar o rechazar la HIPÓTESIS N° 6 relacionada con las expectativas y la evaluación de los usuarios de folletos turísticos:

Las expectativas que usuarios reales tienen en relación con el tipo de folleto turístico utilizado en el experimento y la evaluación de calidad que realizan de una versión traducida del español al alemán, sólo se corresponden en parte.

Mediante esta hipótesis pretendíamos validar o rechazar lo que en otros estudios (Collados, 1997; Nobs, 2001) se había podido observar. El análisis comparativo de los datos referidos a las expectativas y a la evaluación arroja unos resultados que, en términos generales, permiten la validación de la hipótesis, tanto en relación con la Tradpubl como con la Tradmanipul, aunque en cada una de las dos traducciones presente sus peculiaridades. En la validación de la hipótesis nos basamos en los puntos destacados en el capítulo específico dedicado a la comparación de las expectativas y las evaluaciones recabadas (cf. 5. *Comparación de los resultados referidos a las expectativas y a la evaluación*), entre los que se encuentran los que a continuación volveremos a destacar:

- En la gran mayoría de los datos recabados se puede observar que los sujetos son más exigentes a la hora de formular sus expectativas que a la hora de realizar una evaluación concreta, lo que se manifiesta en unos valores más altos en las expectativas que en la evaluación. Para la explicación de este hecho nos servimos del concepto de ‘Lector de buena voluntad’ acuñado por Rydning (1991). Los casos en los que los sujetos se muestran más severos respecto a la evaluación concreta constituyen una rara excepción (por ejemplo en relación con la ponderación del objetivo ‘Publicitar servicios’ y en la ponderación de la incidencia sobre la merma de la calidad del parámetro ‘Efecto no deseado de la hilaridad’). Aunque resulta difícil determinar cuándo una diferencia es inapreciable, mínima, mediana grande o muy grande, dado la evidente falta de instrumentos de medida específicos, hemos podido observar que la evaluación absoluta arroja unas diferencias numéricas más pequeñas que la evaluación relativa realizada por los expertos. Asimismo se puede constatar que las oscilaciones entre los valores referidos a la evaluación de la Tradmanipul son menores que los referidos a la evaluación de la Tradpubl lo que

indica que entre los evaluadores de la Tradmanipul existe un mayor grado de coincidencia que entre los evaluadores de la Tradpubl.

- Las diferencias entre los resultados obtenidos en relación con la evaluación de la Tradpubl y la Tradmanipul se diferencian en general poco, exceptuando los valores obtenidos en relación con los parámetros ‘Corrección gramatical’ y ‘Efecto no deseado de la hilaridad’ en la incidencia sobre la merma de la calidad, lo que interpretamos como consecuencia de la manipulación de los mismos. El hecho de que en relación con los otros dos parámetros manipulados, el parámetro de ‘Estilo usual’ y el de ‘Claridad y comprensibilidad’, las diferencias entre los valores correspondientes a la evaluación de las dos traducciones no sean tan pronunciadas requiere una explicación. En relación con el parámetro ‘Estilo usual’ remitimos a la interpretación que presentamos en la discusión de la hipótesis N° 5. La cuantificación reducida de la diferencia a favor de la Tradmanipul referida al parámetro ‘Claridad y comprensibilidad’ la atribuimos en parte también al hecho de que se trata de un parámetro demasiado amplio con el agravante de que la claridad y la comprensibilidad no dependen sólo del uso adecuado de los elementos lingüísticos sino también de la adecuada relación entre material verbal y no verbal, tal como más arriba resaltamos.

De modo resumido podemos afirmar que los datos obtenidos permiten la validación de la hipótesis en los términos en que fue redactada al poder comprobar que la evaluación concreta de los usuarios de un folleto turístico concreto sólo corresponde en parte con las expectativas que éstos previamente habían manifestado. Con vistas a futuras investigaciones habrá de tenerse en cuenta que no sólo el parámetro ‘Estilo usual’ sino también el de ‘Claridad y comprensibilidad’ habrán de perfilarse para conseguir una mayor operatividad.

- OBJETIVO N° 7: Verificar o rechazar la siguiente hipótesis de correlación, relacionada con las expectativas y la evaluación de los usuarios de folletos turísticos:

Existe un alto grado de correlación entre la evaluación de la calidad global de un

determinado folleto turístico traducido y el grado de profesionalidad que los usuarios atribuyen a la persona que lo ha traducido.

Mediante la inclusión de esta hipótesis de correlación pretendíamos comprobar que los sujetos establecen entre la calidad global y la profesionalidad una estrecha relación, lo que confirmaría que los sujetos basan su concepto de la profesionalidad de un traductor en la aplicación de determinados criterios de calidad indispensables para establecer la calidad concreta de una traducción y el grado de su éxito comunicativo. El hecho de plantear esta cuestión, que en principio podría parecer obvia, es fruto de nuestra intuición de que los resultados al respecto podrían ser bastante sorprendentes. Esta intuición se basaba en gran medida en nuestra experiencia en el trato con los iniciadores de la traducción de folletos turísticos que con su reticencia a la hora de concretar el encargo de la traducción nos probaban que desconocían en gran medida la complejidad de la labor traductora y su función de mediación transcultural que la caracteriza. Al elevar una intuición nuestra a hipótesis nos basamos también en que ni en el libro de Bayón Mariné (1999) ni en el de Latiesa (2000), que enfocan el vasto tema del turismo de modo muy profesional, hayamos podido encontrar una sola alusión a la calidad de las traducciones y la necesaria profesionalidad de las personas que las realizan y tampoco al importante papel que las traducciones juegan en la mayoría de las estrategias turísticas.

Al haber incluido un apartado específico al final del capítulo 4, dedicado íntegramente a la comparación de los resultados referidos a la calidad global y a la profesionalidad del traductor nos remitimos a lo allí expuesto y nos permitimos cierta brevedad en la discusión de la hipótesis que a continuación realizaremos (cf. 4.9.2. *Discusión*).

Sobre la base de la constatación de que la diferencia mayor que podemos observar entre calidad global y profesionalidad del traductor supera apenas el medio punto no podemos considerar validada la hipótesis en los términos en que fue redactada. Además la constatación de que los evaluadores de ambas traducciones consideran que el grado de profesionalidad del traductor supera a la calidad global atestiguada suscita unas preguntas concretas, entre las que destaca la siguiente: ¿En qué concepto de

profesionalidad se basa una evaluación que admite que la calidad global puede ser inferior al grado de la profesionalidad? En principio, se nos ocurren dos posibles respuestas a esta pregunta. Podría ser que los sujetos, debido a la situación comunicativa específica en la que los cuestionarios les fueron presentados no se sintieron completamente libres a la hora de contestar a la pregunta relacionada con la profesionalidad del traductor, queriendo demostrar, con una mejor evaluación para la profesionalidad que para la calidad global, su respeto con la labor del traductor que percibieron como exponente de la cultura del país anfitrión en el que pasaban sus vacaciones y frente al que no quisieron jugar el papel del turista “activo y crítico”. Otra posible respuesta a esta pregunta, se basaría en la apreciación de que el concepto de profesionalidad de los sujetos se sustenta en la ausencia de criterios que a su vez se basa en la apreciación de que a la labor de traducir no se pueden aplicar criterios de calidad al tratarse de una “actividad difícil” y con frecuencia directamente “condenada al fracaso”, tal como los mismos sujetos lo expresan enumerando las razones por las que aplican una evaluación distinta en función de que se trate de un texto traducido, o no (cf. 4.7. *La evaluación de un texto traducido y la evaluación de un texto no traducido*).

Resumiendo podemos decir que los datos obtenidos no permiten la validación de la hipótesis. Asimismo la primera de las dos repuestas que acabamos de dar, nos sugiere que de cara a futuras investigaciones habrá que hacer un intento de limitar la influencia de las variables externas, controlando al máximo sus repercusiones de tipo psicológico sobre los sujetos, tarea ciertamente difícil pero factible. Mucho más difícil resultará modificar la indefinición del concepto de profesionalidad del traductor que subyace a la segunda respuesta, al requerir una labor de información dirigida a los iniciadores de traducciones y a sus usuarios con el objetivo de despertar y fomentar la conciencia de que la traducción de folletos turísticos es una operación transcultural compleja a la que se le puede aplicar determinados criterios de calidad, siempre y cuando se admita que su realización requiere la labor de un experto en comunicación transcultural.

6.2. Conclusiones

Consideramos coherente empezar las conclusiones recordando que en nuestra

hipótesis de partida afirmamos que un TM sólo sería percibido por parte de los usuarios reales del mismo como un texto aceptable, si tiene en cuenta las expectativas de los destinatarios (Wills, 1988:15; Hermans, 1991:166; Lörscher, 1991; Rydning, 1991:209; Schwarz, 1992:159, Sager, 1996:153; Risku, 1998:67 y 71, e.o.), no sólo en relación con la corrección lingüística formal, sino también en relación con el contenido (Vermeer, 1986:48), su presentación visual y la interrelación entre ellos (Nord, 1988:128ss.; Kalverkämper, 1998; Müller, 1997; Schopp, e.o.). El hecho de que esta hipótesis de partida no esté en contradicción con ninguno de los resultados obtenidos constituye un paso importante en el camino de su validación. Sin embargo, tal constatación no está reñida con afirmar que hacen falta otros estudios para avanzar hacia una validación que pueda considerarse completa. En la presentación de las conclusiones nos centraremos en primer lugar en las conclusiones concretas que se basan en los datos recabados en relación con las expectativas de los usuarios, en segundo lugar en las que se basan en su evaluación, seguidas por las que remiten a la correlación entre ambas. Después incidiremos en algunas reflexiones de tipo metodológico que habrán de tenerse en cuenta en el diseño de futuras investigaciones y finalmente intentaremos extraer algunas conclusiones respecto al papel del traductor de folletos turísticos.

6.2.1. Conclusiones referidas a las expectativas de los usuarios

Haber conocido las expectativas que relacionan 180 usuarios reales con la traducción de folletos turísticos puede constituir, en nuestra opinión, por sí sólo un resultado de interés. Las respuestas concretas que estos 180 sujetos y los informantes del grupo de referencia de los ‘Españoles’ (60 sujetos) nos suministran, nos permiten extraer las siguientes conclusiones:

- a. El hecho de que los sujetos sitúen el objetivo ‘informar’ en lo alto de la jerarquía y que releguen el de ‘publicitar servicios’ al último puesto nos indica que los usuarios encuestados buscan en un folleto turístico ante todo elementos de información y se podrían molestar cuando el aspecto publicitario se convierte en aspecto preponderante.

-
- b. Que más de dos tercios de los sujetos no se molesten cuando a un folleto se le nota que se trata de una traducción se puede interpretar como una consecuencia de la especificidad de la situación comunicativa en la que se pasaron los cuestionarios a los turistas y en su empeño de no señalarse como personas “criticonas”. Por otro lado podría ser un indicio de que los sujetos consideran los folletos turísticos como textos pertenecientes a otra cultura, lo que implicaría cuestionar, referido a la traducción de folletos turísticos, la reivindicación normativa, según la que una traducción exitosa siempre se insertaría dentro de la cultura del lector meta (Neubert, 1987:21).
 - c. La constatación de que los sujetos penalizan más una falta de respeto de los elementos que remiten al contenido que una falta referida a elementos formales, confirma la preponderancia que atribuyen a la función informativa de este tipo de textos. Sin embargo, al diferir los resultados de la evaluación concreta con los de las expectativas, éstos se han de relativizar (cf. 6.1. *Discusión general*).
 - d. De la observación de que una abrumadora mayoría de los sujetos exprese que no espera ninguna información sobre Sierra Nevada en un folleto titulado *La Granada monumental* se puede deducir que al incluir esta información en la versión alemana se ha cometido un craso error publicitario, debido al desconocimiento de las expectativas de los usuarios germanohablantes. Se trata de un error que se debe a la ignorancia de que los contenidos esperados varían de cultura a cultura (Vermeer, 1986; Müller, 1997) y que la operación traductora no se puede reducir a una actividad caracterizada por clonar el TM (Larose, 1998:172) o por calcar el original, lo que en opinión de Prunč equivaldría a sucumbir a una burda ilusión (Prunč, 1997:191).
 - e. El hecho de que más del 80% de los sujetos consideren que al traducir hay que tener en cuenta las expectativas de los lectores es un resultado que anima a insistir en la importancia de realizar estudios que enfocan el conocimiento de las expectativas de los usuarios de las traducciones y que centran su atención en el estudio de las condiciones de recepción y en el efecto que las traducciones tienen sobre los usuarios (Vehmas-Leito, 1989; Rydning, 1991; Jänis & Priiki,

1993; Leppihalme, 1997, e.o.) lo que equivale a una visión exterior sobre la traducción (Pym, 1995).

6.2.2. Conclusiones referidas a la evaluación de los usuarios

Al igual que en relación con las expectativas consideramos que el mero hecho de disponer de la evaluación concreta que 180 sujetos realizaron sobre la base de dos traducciones distintas (Tradpubl y Tradmanipul) puede ser de por sí un resultado interesante. Al margen del hecho de que los resultados se hayan obtenido mediante un experimento, que incluye la manipulación de una traducción publicada, merezca una atención específica, en la que profundizaremos en el apartado siguiente, destacaremos a continuación las conclusiones siguientes:

- f. La constatación de que la Tradmanipul obtiene en la evaluación de la calidad global una valoración sólo ligeramente mejor que la Tradpubl, nos induce a deducir que se debe al hecho de que el diseño del experimento sólo prevé la manipulación de cuatro de los nueve parámetros de calidad barajados. De este modo los parámetros de calidad son tratados como si fueran compartimentos estancos ignorando que forman una especie de red caracterizada por la interdependencia entre los elementos que la componen e ignorando que la evaluación de los usuarios de un folleto turístico es una evaluación holística que enfoca el TM en su globalidad, adoptando una perspectiva *top-down* (Waddington, 1999). La modesta diferencia entre la valoración de la calidad global de las dos traducciones tiene, a nuestro modo de ver, también la siguiente lectura: un texto comprensible, gramaticalmente correcto y con un estilo que no causa hilaridad no es suficiente para que los lectores consideren que el grado de éxito de la comunicación pretendida sea óptimo, lo que sería un argumento más en contra de un concepto reduccionista de la traducción.
- g. El hecho de que las oscilaciones entre los valores de la Tradpubl sean mayores que las oscilaciones entre los de la Tradmanipul nos lleva a extraer la conclusión de que entre los evaluadores de la Tradmanipul existe un mayor grado de coincidencia que entre los que evaluaron la Tradpubl lo que a su vez podría ser

-
- la consecuencia de que en la Tradmanipul se han manipulado los parámetros relacionados con la corrección lingüística formal.
- h. La observación de que la evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos arroja unos resultados que apenas se distinguen para la Tradpubl y la Tradmanipul y que en algunos casos favorecen incluso a la Tradpubl, nos sugieren dos posibles lecturas, siendo la primera la siguiente: una de las consecuencias de la manipulación limitada a cuatro de los nueve parámetros de calidad barajados, tal como el diseño del estudio lo prevé, consistiría en que los sujetos no sean capaces de distinguir diferencias claras respecto al cumplimiento de los objetivos aunque sí son capaces de distinguir ciertas diferencias en relación con la evaluación de otros aspectos. Esta lectura presupone que es factible conocer el grado de cumplimiento de los objetivos de un texto mediante una encuesta por cuestionarios. La segunda lectura pone en duda la adecuación de nuestros cuestionarios para poder determinar el grado de cumplimiento de los objetivos del texto, teniendo en cuenta que los resultados referidos al grado de cumplimiento de los objetivos son los únicos en los que la Tradmanipul no obtiene unos resultados favorables con respecto a la Tradpubl lo que nos induce a tratarlos con cautela, relativizando su significado hasta que nuestras dudas no se disipen sobre la base de los resultados de otros estudios empíricos. En todo caso, lo observado en nuestro estudio no nos permite validar el supuesto al que aludimos en la fundamentación teórica de nuestra tesis según el que una traducción exitosa se caracterizaría por la coincidencia entre la intención del emisor y la función que le concede el receptor (Nord, 1993:18) al no haber recabado datos en relación con la intención del emisor.
- i. La evaluación concreta revela que una extensa mayoría de los sujetos consideran que en ambas traducciones prevalecen los aspectos negativos sobre los positivos, tanto en relación con el material verbal como con el visual. La observación de que las diferencias que los sujetos establecen entre la Tradpubl y la Tradmanipul son mínimas es otro indicio que nos lleva a atribuir la causa para ello a la manipulación limitada a cuatro de los nueve parámetros. Sin embargo, también

- es cierto que a pesar del bajo grado de manipulación se han podido observar resultados de interés lo que nos sugiere aventurar que una manipulación global podría aportar unos resultados aun más interesantes. Las entidades que publican folletos turísticos harían bien en considerar que los usuarios nombraron entre los elementos negativos que contribuyen a la merma de la calidad tanto elementos que remiten al diseño visual (tamaño de la letra, calidad del papel y de la impresión) como al contenido (información anticuada, información exagerada, fotos engañosas y excesiva función publicitaria).
- j. Una posible explicación del hecho de que el grado de la profesionalidad del traductor de la Tradmanipul obtenga una mejor valoración que el de la Tradpubl, aunque la diferencia entre las dos sea modesta, se encuentra, también en este caso, en la limitada manipulación a la que se sometió la Tradmanipul en aplicación del diseño del estudio.

6.2.3. Conclusiones referidas a la correlación entre expectativas y evaluación

La conclusión más consistente que depara la comparación de los resultados referidos a las expectativas y los referidos a la evaluación es, sin duda, la confirmación de lo observado por Collados (1998) en el sentido de que expectativas y evaluación sólo se corresponden en parte. Al haber profundizado en la discusión de la hipótesis N° 6 en sus posibles causas prescindimos de volver a hacerlo, remitiendo a la misma (cf. 6.1.. *Discusión general*). Optamos por terminar las reflexiones referidas a la correlación entre expectativas y evaluación con otra conclusión interesante. Nos referimos a la constatación de que los sujetos son más exigentes a la hora de formular las expectativas que a la hora de evaluar. Una de las posibles causas reside, a nuestro modo de ver, en el peso específico que ejerce la peculiar situación comunicativa en la que los sujetos leyeron el folleto y en las consecuencias de tipo psicológico que ésta ha podido tener sobre ellos. Como ya apuntamos anteriormente nos referimos a una situación comunicativa en la que nuestros sujetos se podían haber visto cohibidos a la hora de evaluar con la severidad necesaria una traducción que adjudican a la cultura del país anfitrión en el que se encuentran como visitantes y frente al que no quieren aparecer

descorteses o arrogantes.

6.2.4. Conclusiones de tipo metodológico

En el estudio se hizo un esfuerzo para conseguir el difícil equilibrio entre las exigencias del método científico y las condiciones prácticas en las que se realizó, equilibrio que posiblemente no siempre se haya conseguido en el proceso de la elaboración. De cara a la realización de futuras investigaciones nombraremos aquellos aspectos relacionados con la metodología aplicada que requerirían, a nuestro modo de ver, una modificación:

- k. Sobre la base de la observación de que la segmentación de los resultados por trece variables para captar las peculiaridades sociodemográficas y socioculturales de los sujetos no resultó operativa en la mayoría de los casos (cf. *6.1. Discusión general*), ni en relación con las expectativas, ni con la evaluación concreta, sugerimos que su número se reduzca, enfocando además de las variables ‘Edad’ y ‘Nivel de estudios’ las variables que contribuyen a establecer una diferenciación de los sujetos según su pertenencia a una determinada cultura. Ello implicaría probablemente la modificación de la muestra en el sentido de que tendría que incluir un número suficiente de sujetos procedentes de ámbitos culturales distintos, en nuestro caso procedentes de los tres países germanoblatantes, además de prever un grupo de control formado por informantes españoles con una composición que, en las demás características, reflejara el de los sujetos, para posibilitar de este modo la comparación. Para que la segmentación resulte significativa habría que cuidar que el tamaño de la muestra también lo permitiese.
- l. Debido a la indefinición de las variables ‘Estilo usual’ y ‘Claridad y comprensibilidad’ se impone una mejor operacionalización de las mismas.
- m. Teniendo en cuenta que la evaluación de los sujetos es una evaluación holística, sería conveniente, en caso de incluir en futuras investigaciones la experimentación, que se procediera a una manipulación que tenga en cuenta todos los parámetros de calidad barajados, evitando de este modo la aplicación

de un concepto reduccionista de la traducción y resaltando la evidente interdependencia que los caracteriza.

En las conclusiones relacionadas con la metodología aplicada no podría faltar la siguiente reflexión: Aunque el estudio que acabamos de presentar haya arrojado unos resultados modestos, esperamos que contribuya a considerar que la opción por una investigación que enfoca la recepción de un TM, el efecto que produce en sus usuarios y el funcionamiento que tiene en la cultura meta, no sólo pueda ser fructífera en la investigación de la interpretación como modalidad oral de la traslación, sino también en la investigación de la traducción escrita.

6.2.5. Conclusiones referidas al papel del traductor o de la traductora de folletos turísticos

Dada nuestra condición de traductora y de profesora universitaria de traducción este trabajo no parecería completo sin incluir unas conclusiones relacionadas con el papel que le corresponde desempeñar a las personas a las que se le encomienda la traducción de folletos turísticos. Lejos de pretender establecer unas normas de actuación nos limitamos a esbozar algunas reflexiones que los resultados obtenidos nos sugieren:

- n. En primer lugar pensamos que los datos recabados nos autorizan a animar a los traductores de folletos turísticos a despedirse de la ilusión de clonar (Larose, 1998) o calcar un folleto turístico (Prunč, 1997). Ello implica que los traductores han de jugar su papel de expertos en comunicación transcultural a requerimiento de terceros (Holz-Mänttari, 1984) lo que implica, por otro lado, que el TM se entienda como una oferta de información elaborada sobre la base de otra oferta de información formada por el TO (Reiss & Vermeer, 1984) y lo que a su vez supone una ampliación del concepto de traducción en el que la capacidad de producir textos que funcionan en la situación comunicativa en la que serán recibidos, recobre un peso cada vez mayor (Nord, 1988 y 1993).
- o. En la labor del traductor tendrá que reflejarse que no sólo la forma, sino también el contenido de un folleto turístico varía de cultura a cultura (Vermeer, 1986; Müller, 1997; Aderkas; 2000; Schopp, 2003, e.o.).

-
- p. Un traductor hará bien en instruir a los iniciadores de las traducciones explicándoles cuáles son los aspectos que influyen en el éxito comunicativo de una traducción, aclarando que existen distintas formas de traducir pero que no todas tienen el mismo efecto sobre el lector (Reiss, 1990; Hönig, 1995, e.o.).
- q. Un traductor profesional no podrá delegar la responsabilidad de su traducción en otra persona si admite que a una traducción se le puede aplicar una amplia gama de criterios de calidad que varían de traducción a traducción, por lo que será indispensable fijarlos antes de empezar a traducir, negociándolos con las partes implicadas (DIN, 1998; Larose, 1998; Lauscher, 2000; Brunette, 2000).
- r. Como profesora de traducción nos satisface disponer de unos datos que nos autorizan a destacar en nuestras clases la importancia del efecto de una determinada traducción sobre sus destinatarios incidiendo en que la adecuación de los elementos verbales y no verbales, así como del contenido varía de cultura a cultura y de la situación comunicativa en la que el texto traducido es recibido y comprendido.

Para concluir tenemos el placer de cederle la palabra u uno de los expertos consultados en nuestro estudio, al considerar que, sobre la base de su experiencia como traductor de folletos turísticos, resume de modo conciso lo que cada vez más traductores de textos turísticos nos atrevemos a plantear. A la pregunta de qué habría de cambiar para mejorar la calidad de las traducciones de los dos folletos turísticos (Tradpubl y Tradmanipul) que le fueron presentados, el experto N° 1 manifestó lo siguiente:

Estaría en el interés de los propios traductores que las entidades oficiales como la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Granada o a quién corresponda en cada caso, encargaran a traductores (nativos) que redactaran textos sobre la base de alguna información previa sin que se traduzca, sino que se redactara en cada lengua un texto original aunque ello, sin duda, sea bastante difícil de conseguir. (Experto N° 1, 2002) [cf. *Apéndice III/I: Transcripción de entrevistas con expertos*]

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Aderkas, Susan. 2000. *Interkulturelle Bildsemiotik im Translationsprozess*. Frankfurt a. M.: Peter Lang.
- Ammann, Margret. 1993. "Kriterien für eine allgemeine Kritik der Praxis des translatorischen Handelns". Holz-Mänttari, Justa; Nord, Christiane (eds.). 1993. *Traducere Navem. Festschrift für Katharina Reiss zum 70. Geburtstag*. Tampere: Tampereen Yliopisto, 433-446.
- Antos, Gerd; Augst, Gerhard. 1989. *Textoptimierung. Das Verständlichermachen von Texten als linguistisches, psychologisches und praktisches Problem*. Frankfurt a.M.: Peter Lang.
- Bayón Mariné, Fernando. (ed.) 1999. *50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Beaugrande de, Robert-Alain; Dressler, Wolfgang Ulrich. 1981. *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen: Niemeyer.
- Bericat, Eduardo. 1998. *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Brunette, Louise. 2000. "Towards a Terminology for Translation Quality Assessment. A Comparison of TQA Practices". *The Translator* Volume 6. Number 2, 169-182.
- Bühl, Achim; Zöfel, Peter. 2002. *SPSS 11 Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows*. München: Pearson Studium.
- Bühler, Hildegund. 1986. "Linguistic (semantic) and extralinguistic (pragmatic) criteria for the evaluation of conference interpretation and interpreters". *Multilingua* 5 (4) 1986, 231-235.
- . 1993. "Vom Wert der Übersetzung und vom Selbstwertgefühl der Übersetzenden". Holz-Mänttari, Justa; Nord, Christiane. 1993. *Traducere Navem. Festschrift für Katharina Reiss zum 70. Geburtstag*. Tampere: Tampereen Yliopisto, 91-102.
- Chesterman, Andrew. 1993. "From 'Is' to 'Ought': Laws, Norms and Strategies in Translation Studies". *Target* 5:1, 1993, 1-20.
- . 1994. "Quantitative Aspects of Translation Quality". *Lebende Sprachen*. 4/94, 153-156.

-
- Collados Aís, Ángela. 1998. *La evaluación de la calidad en Interpretación simultánea. La importancia de la comunicación no verbal*. Granada: Comares Interlingua.
- Dancette, Jeanne. 1994. "Comprehension in the Translation Process: an analysis of Thinking-Aloud Protocols". Dollerup, Cay; Loodegaard, Anne (eds.). 1994. *Teaching Translation and Interpreting 2*. Amsterdam; Philadelphia: Benjamins, 113-120.
- Delisle, Jean. ²1984. *L'analyse du discours comme méthode de traduction*. Ottawa: Éditions de l'Université.
- Deutsche Gesellschaft für Übersetzungs- und Dolmetschwissenschaft. 1999. "Positionspapier der Deutschen Gesellschaft für Übersetzungs- und Dolmetschwissenschaft". Gerzymisch-Arbogast, Heidrun; Gile, Daniel; House, Juliane; Rothkegel, Annely (eds.). 1999. *Wege der Übersetzungs- und Dolmetschforschung*. Tübingen: Narr, 309-315.
- Diekmann, Andreas. 1998. *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden Anwendung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt .
- DIN Deutsches Institut für Normung. (ed.). 1998. *DIN 2345-Übersetzungsaufträge*. Berlin/Wien/Zürich: Beuth Verlag.
- Dijk van, Teun A. 1997. "Discourse as Interaction in Society". Dijk van, Teun A. (ed.). 1997. *Discourse as Social Interaction*. London; Thousand Oaks; New Dehli: SAGE Publications, 1-37.
- Eco, Umberto. 1981. *Lector en fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo. Traducción de Ricardo Pochtar*. Barcelona: Lumen.
- Elena, Pilar. 1999. "La crítica de la traducción: otros métodos, otros objetivos". *Trans* N° 3, 1999, 9-22.
- Fallada Pouget, Carmina. 2000. "Are Menu Translations Getting Worse? Restaurant Menus in English in the Tarragona Area". *Target* 12:2, 323-332.
- Fédération Internationale des Traducteurs (FIT). 1995. *Profil professionnel des traducteurs et interprètes des pays membres de l'UE*. Informe interno sin publicar.
- Fuentes Luque, Adrián. 2001. "Translating tourist texts". *ATA Chronicle* febrero de 2001, 49-52.
- Fuentes Luque, Adrián; Kelly, Dorothy. 2001. "The translator as mediator in advertising Spanish products in English-speaking markets". Beeby, Allison; Ensinger, Doris; Presas, Marisa (eds.). 2001. *Investigating Translation*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 235-242.
- Gerzymisch-Arbogast, Heidrun. 1997. "Wissenschaftliche Grundlagen für die Evaluierung von Übersetzungsleistungen". Fleischmann, Eberhard (ed.). 1997.

-
- Translationsdidaktik*. Tübingen: Narr, 573-579.
- Gerzymisch-Arbogast, Heidrun, Gile, Daniel; House, Juliane; Rothkegel, Annely. (eds.) 1999. *Wege der Übersetzungs- und Dolmetschforschung*. Tübingen: Narr.
- Gile, Daniel. 1990. "L' évaluation de la qualité de l'interprétation par les délégués: une étude de cas". *The Interpreters' Newsletter* 3/1990, 66-71.
- . 1995. *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Göhring, Heinz. 1998. "Interkulturelle Kommunikation". Snell-Hornby, Mary; Höning, Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 112-114.
- González Álvarez, Miriam. 1998. *Expectativas del turista ante la traducción de folletos turísticos*. Proyecto fin de carrera. Sin publicar. Departamento de Traducción e Interpretación. Universidad de Granada.
- Göpferich, Susanne. 1998. *Interkulturelles Technical Writing*. Tübingen: Narr.
- Gouadec, Daniel. 1989a. "Comprendre, évaluer, prévenir". *TTR. L'erreur en Traduction*. II/2, 35-54.
- . 1989b. *Le traducteur, la traduction, l'entreprise*. Paris: Afnor.
- Graham, John. 1980. "Checking, Revision and Editing". Picken, Catriona (ed.). 1980. *The Translators Handbook*. London: Aslib, 99-105.
- Grice, Herbert P. 1975. "Logic and Conversation". Cole, J.; Morgan, J. L. (eds.). 1975. *Syntax and Semantics III. Speech Acts*. New York: Academic Press.
- Groeben, Norbert. 1982. *Leserpsychologie, Textverständnis, Textverständlichkeit*. Münster: Aschendorff.
- Gross, Richard. 1998. "El texto turístico para alumnos no nativos: razón o sin razón del empeño didáctico en traducción inversa castellano-alemán." Comunicación presentada en el III. Congreso de la EST en septiembre de 1998. Sin publicar.
- Gutt, Ernst-August. 1991. *Translation and Relevance. Cognition and Context*. Oxford: Blackwell.
- Hansen, Gyde. 1996. "Übersetzungskritik in der Übersetzer Ausbildung". Kelletat, Andreas (ed.). 1996. *Übersetzerische Kompetenz: Beiträge zur universitären Übersetzer Ausbildung in Deutschland und in Skandinavien*. Frankfurt a. M.: Lang, 151-164.
- Harris, Bryan. 1981. "Prolegomenon to a study of the differences between teaching translation and teaching interpreting". Delisle Jean (ed.). 1981. *L'enseignement de l'interprétation et de la traduction. De la théorie à la pédagogie*. Ottawa:

-
- Édition de l'Université d'Ottawa, 153-162.
- Hartig, Matthias. 1997. *Erfolgsorientierte Kommunikation*. Tübingen: Francke.
- Hatim, Basil; Mason, Ian. 1990. *Discourse and the translator*. London/ New York: Longman.
- . 1995. *Teoría de la traducción. Una aproximación al discurso*. Trad. Salvador Peña. Barcelona: Ariel.
- . 1997. *The Translator as Communicator*. London/New York: Routledge.
- Hermans, Theo. (ed.) 1985. *The Manipulation of Literature. Studies in Literary Translation*. London: Croom Helm.
- . 1991. "Translational Norms and Correct Translations". Leuven-Zwart van, Kitty M.; Naaijken, Ton (eds.). 1991. *Translation Studies: The State of the Art. Proceedings of the First James S. Holmes Symposium on Translation Studies*. Amsterdam; Atlanta: Rodopi, 155-169.
- Holmes, James S. 1988. "The Name and Nature of Translation Studies". 1988. *Translated Papers on Literary Translation and Translation Studies*. Amsterdam: Rodopi, 67-80.
- Holz-Mänttari, Justa. 1984. "Sichtbarmachung und Beurteilung translatorischer Leistungen bei der Ausbildung von Berufstranslatoren". 1984. *Die Theorie des Übersetzens und ihr Aufschlusswert für die Übersetzungs- und Dolmetschdidaktik*. Tübingen: Narr, 176-185.
- . 1984. *Translatorisches Handeln. Theorie und Methode*. Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia (Annales Academiae Scientiarum Fennicae B226).
- . 1993. "Textdesign - verantwortlich und gehirngerecht". Holz-Mänttari, Justa; Nord, Christiane (eds.). 1993. *Traducere Navem. Festschrift für Katharina Reiss zum 70. Geburtstag*. Tampere: University (=studies translologica ser. A, vol 3), 301-320.
- Hönig, Hans G. 1989. "Die übersetzerrelevante Textanalyse". Königs, Frank G. (ed.). 1989. *Übersetzungswissenschaft und Fremdsprachenunterricht. Neue Beiträge zu einem alten Thema*. München: Goethe-Institut, Ref.42 Arbeitsstelle für wissenschaftliche Didaktik, 121-145.
- . 1995. *Konstruktives Übersetzen*. Tübingen: Stauffenburg.
- . 1997. "Zur Evaluation von Dolmetscher- und Übersetzungsleistungen". Drescher, Horst W. (ed.). 1997. *Transfer. Übersetzen-Dolmetschen-Interkulturalität*. Frankfurt a.M.: Lang, 193-208.
- . 1998. "Positions, Power and Practice: Functionalist Approaches and Translation Quality Assessment". Schäffner, Christina (ed.). 1998. *Translation*

-
- and Quality*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters, 6-34.
- Hönig, Hans; Kussmaul, Paul. 1982. *Strategie der Übersetzung*. Tübingen: Narr.
- . ²1984. *Strategie der Übersetzung*. Tübingen: Narr.
- . ⁵1999. *Strategie der Übersetzung*. Tübingen: Narr.
- Horguelin, Paul. ²1985. *Pratique de la révision*. Montréal: Linguattech.
- Horn-Helf, Brigitte. 1999. *Technisches Übersetzen in Theorie und Praxis*. Tübingen/Basel: Francke.
- House, Juliane. 1981. *A Model for Translation Quality Assessment*. Tübingen: Narr.
- . 1997. *Translation Quality Assessment: A Model Revisited*. Tübingen: Narr.
- Hurtado Albir, Amparo. 1995. "La didáctica de la traducción. Evolución y estado actual". Fernández P.; Bravo J.M. (eds.). 1995. *Perspectivas de la traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 71-72.
- Ibañez, Jesús. 1996. "Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión". García Ferrando, Manuel; Ibañez, Jesús; Alvira, Francisco (eds.). 1996. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza, 569-581.
- Jääskeläinen, Riita. 1993. "Investigating Translation Strategies". Tirkkonen-Condit, Sonja; Laffling, John (eds.). 1993. *Recent Trends in Empirical Translation Research*. Joensuu: Joensuun Yliopisto, 99-120.
- Jäger, Gert. 1965. "Invariante und Entsprechungstypen bei der Translation". *Fremdsprachen* 10, 241-249.
- Janich, Nina. 1999. *Werbesprache*. Tübingen: Narr.
- Jänis, Marja; Priiki, Timo. 1993. "User Satisfaction with Translated Tourist Brochures: The Response of Tourists from the Soviet Union to Russian Translations of Finnish Tourist Brochures". Clem, Robyns (ed.). 1993. *Translation and the (Re)production of Culture. Selected papers of the CERA Research Seminars in Translation Studies 1989-1991*. Leuven: University, 49-56.
- Jensen, Astrid. 1999. "Time Pressure in Translation". Hansen, Gyde (ed.). 1999. *Probing the process in translation: methods and results*. Copenhagen: Samfundslitteratur, 103-119.
- Jung, Linus. 2000. *La Escuela Traductológica de Leipzig*. Granada: Comares.
- Kade, Otto. 1963. "Aufgaben der Übersetzungswissenschaft. Zur Frage zur Gesetzmässigkeit im Übersetzungsprozess". *Fremdsprachen* 7/2, 83-94.

-
- . 1968. *Zufall und Gesetzmässigkeit in der Übersetzung*. Leipzig: Enzyklopädie.
- . 1973. "Zum Verhältnis von 'idealem Translator' als wissenschaftlicher Hilfskonstruktion und optimalem Sprachmittler als Ausbildungsziel". 1973. *Neue Beiträge zu Grundfragen der Übersetzungswissenschaft* Leipzig: Beihefte zur Zeitschrift Fremdsprachen 5/6, 179-190.
- Kalverkämper, Hartwig. 1993. "Das fachliche Bild. Zeichenprozesse in der Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse". Schröder, Hartmut (ed.). 1993. *Fachtextpragmatik*. Tübingen: Narr, 215-238.
- . 1998. "Darstellungsformen und Leistungen schriftlicher Fachkommunikation: diachrone und synchrone Aspekte [Artikel4]". Hoffmann, Lothar; Kalverkämper, Hartig; Wiegand, Hans (eds.). 1998. *Fachsprachen/Languages for Special Purposes.-Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft/An International Handbook of Special-Language and Terminology Research. 1.Bd.* Berlin/New York: de Gruyter, 60-92.
- . 1999. "Translationswissenschaft als integrative Disziplin". Gerzymisch-Arbogast, Heidrun; Gile, Daniel; House, Juliane; Rothkegel, Anneli (eds.). 1999. *Wege der Übersetzungs- und Dolmetschforschung*. Tübingen: Narr, 55-76.
- Kelly, Dorothy. 1998. "The translation of texts from the tourist sector". *Trans* N° 2, 33-42.
- . 2000. "Text selection for developing translation competence: why texts from the tourist sector constitute suitable material". Schäffner, Christina; Adab, Beverly (eds.). 2000. *Developing Translator Competence*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 157-167.
- Kemppinen, Anne. 1989. "Translating for Popular Literature with special reference to Harlequin Books and their Finnish Translation". Tirkkonen-Condit, Sonja; Condit, Stephen (eds.). 1989. *Empirical Studies in Translation and Linguistics*. Joensuu: University, Faculty of Art, 113-140.
- Kemuri, Geko (Gerzymisch-Arbogast H; Koch-Dubers, I; Keil, R.; Mudersbach, K.; Rinne, U.). 1995. "Übersetzungskritik - ein Würfelspiel?". *Lebende Sprachen*. 1/1995, 1-5.
- Kingscott, Geoffry. 1996. "Providing quality and value". Owens, Rachel (ed.). 1996. *Translator's Handbook*. London: Aslib, 137-145.
- Kiraly, Donald C. 1995. *Pathways to Translation*. Kent: University Press.
- Krings, Hans P. 1986. *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht. Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern*. Tübingen: Narr.
- Kurz, Ingrid. 1993. "Conference interpreting: expectations of different user groups".

-
- The Interpreters' Newsletter* 5/1993, 13-21.
- Kussmaul, Paul. 1987. "Übersetzen aber nicht ins Blaue hinein". Albrecht, Jörn et al. (eds.). 1987. *Translation und interkulturelle Kommunikation. 40 Jahre Fachbereich Angewandte Sprachwissenschaft der Johannes Gutenberg Universität Mainz in Gernersheim*. Frankfurt a. M.: Peter Lang, 27-35.
- . 1995. *Training the translator*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- . 1996. "Die Bedeutung des Verstehensprozesses für das Übersetzen". Lauer, Angelika; Gerzymisch-Arbogast, Heidrun; Haller, Johann; Steiner, Erich (eds.). 1996. *Übersetzungswissenschaft im Umbruch. Festschrift für Wofram Wilss zum 70. Geburtstag*. Tübingen: Narr, 229-238.
- Ladmiral, Jean-René. 1993. "Sourciers et ciblistes". Holz-Mänttari, Justa; Nord, Christiane (eds.). 1993. *Traducere Navem. Festschrift für Katharina Reiss zum 70. Geburtstag*. Tampere: 287-300.
- Larose, Robert. 1994. "Qualité et efficacité en Traduction: Réponse à F. Sixel". *META* XXXIX, 2, 1994, 362-373.
- . 1998. "Méthodologie de l'évaluation des traductions". *META* XLIII, 2, 1998, 163-186.
- Latiesa, Margarita. 2000. *Granada y el turismo*. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Lauscher, Susanne. 2000. "Translation Quality Assessment: Where Can Theory and Practice Meet?". *The Translator* Volume 6. Number 2, 149-168.
- Leppihalme, Ritva. 1997. *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Philadelphia/Toronto/Sidney/Johannesburg: Multilingual Matters.
- Lorenzo, María Pilar. 1999a. "Apuntes para una discusión sobre métodos de estudio del proceso de traducción". Hansen, Gyde (ed.). 1999. *Probing the process in translation: methods and results*. Copenhagen: Samfundlitteratur, 21-42.
- . 1999b. "La seguridad del traductor profesional en la traducción hacia una lengua extranjera". Hansen, Gyde (ed.). 1999. *Probing the process in translation: methods and results*. Copenhagen: Samfundlitteratur, 121-134.
- Lörscher, Wolfgang. 1991. *Translation Performance, Translation Process, and Translation Strategies*. Tübingen: Narr.
- Marrone, S. 1993. "Quality: a shared objective". *The Interpreters' Newsletter* 5/1993, 35-41.
- Martin, Anne; Padilla, Presentación. 1992. "Semejanzas y diferencias entre traducción e interpretación: implicaciones metodológicas". *Sendebär*, 175-184.

- Martínez Motos, Raquel. 1999. *Convenciones textuales de los textos turísticos en inglés y español*. Proyecto fin de carrera sin publicar. Departamento de Traducción e Interpretación, Universidad de Granada.
- Mason, Ian. 2000. "Audience Design in Translating". *The Translator* volume 6. Number 1(2000), 1-22.
- McAlester, Gerard. 1992. "Teaching Translation into a Foreign Language - Status, Scope and Aims". Dollerup, Cay; Loodegaard, Anne (eds.). 1992. *Teaching Translation and Interpreting. Training, Talent and Experience*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 291-297.
- . 1999. "The Source Text in Translation Assessment". Anderman, Gunilla; Rogers, Margaret (eds.). 1999. *Word, Text, Translation. Liber Amicorum for Peter Newmark*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters, 169-175.
- Müller, Wendelin. 1997. *Interkulturelle Werbung*. Heidelberg: Physica-Verl.
- . 1999. "Die Standardisierung internationaler Werbung: Ein interkultureller Vergleich ikonographischer Kodes". *Zeitschrift für Semiotik* Band 21, Heft 2, 219-237.
- Muñoz Martín, Ricardo. 1995. *Lingüística para traducir*. Barcelona: Teide.
- Natunen, Martina. 2001. "Probleme beim Übersetzen von Fremdenverkehrsprospekten (Finnisch-Deutsch)". Liefländer-Koistinen, Luise (ed.). 2001. *Aus eigener Werkstatt - Eine Auslese aus Unterricht und Forschung der Deutschen Abteilung*. Joensuu: Kansainvälisen Viestinnän Laitoksen Julkaisuja, 89-114.
- Neubert, Albrecht. 1990a. "Die Sprache des Übersetzers". *Der Deutschunterricht* Sonderheft: Übersetzungswissenschaft.
- . 1990b. "Übersetzen als "Aufhebung" des Ausgangstextes". Arntz, Rainer; Thome, Gisela (eds.). 1990. *Übersetzungswissenschaft, Ergebnisse und Perspektiven. Festschrift für Wolfram Wilss zum 65. Geburtstag*. Tübingen: Narr, 31-39.
- . 1992. "Lingüística del texto y traducción". *Sendebare* 3, 13-24.
- . 1998. "Pragmatik". Snell, Hornby Mary; Hönig, Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Narr, 56-58.
- Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation*. New York; London: Prentice Hall.
- Nobs, Marie-Louise. 1993. "Los textos turísticos en las clases de traducción inversa (español-alemán): Reflexiones didácticas". Fernández-Barrientos Martín, Jorge (ed.). 1993. *Actas de las Jornadas Internacionales de Lingüística Aplicada, Roberto di Pietro in memoriam*. Granada: Universidad de Granada, 672-679.

-
- . 1996. "Introducción a la problemática específica de la traducción de textos procedentes del campo del turismo". Iñesta Mena, E. M. (ed.). 1996. *Perspectivas hispanas y rusas sobre la traducción*. Granada: Método Ediciones, 239-253.
- . 2001. *Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio piloto*. Trabajo de investigación sin publicar. Departamento de Traducción e Interpretación, Universidad de Granada.
- Nord, Christiane. 1988. *Textanalyse und Übersetzen*. Heidelberg: Groos.
- . 1993. *Einführung in das funktionale Übersetzen: Am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen/ Basel: Francke.
- . 1994. "Aus Fehlern lernen: Überlegungen zur Beurteilung von Übersetzungsleistungen". Snell-Hornby, Mary; Pöchhacker, Franz; Kaindl, Klaus (eds.). 1994. *Translation Studies. An Interdiscipline*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 363-375.
- . 1996. "El error en traducción: categorías y evaluación". Hurtado Albir, Amparo (ed.). 1996. *La enseñanza de la traducción*. Castelló: Publicaciones de la Universitat Jaume I, 91-108.
- . 1997. *Translation as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches*. Manchester: St. Jérôme.
- Oppenheim A. N. 1992. *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London/ New York: Pinter Publishers.
- Organización Mundial del Turismo. 1994. *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo. Serie M N° 83*. New York: Naciones Unidas.
- Orozco Jutorán, Mariana. 2000. *Instrumentos de medida de la adquisición de la competencia traductora: Construcción y validación*. Tesis doctoral sin publicar. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Oyama, Rumiko. 2000. "Visual Communication across Cultures". *Intercultural Communication*. Goteborg.[en línea: <http://www.immi.se/intercultural/nr3/oyama.htm>] [Consulta 29/07/00].
- Patronato Provincial de Turismo de Granada. 1999. *Granada monumental*. Granada.
- Pöchhacker, Franz. 1994. *Simultandolmetschen als komplexes Handeln*. Tübingen: Narr.
- Prunč, Erich. 1997. "Translationskultur (Versuch einer konstruktiven Kritik des translatorischen Handelns)". *TextconText*. TcT 11=NF 1, 99-127.
- . 2000. "Translation in die Nicht-Muttersprache und Translationskultur". Grosman, Irena; Kadric, Mira; Kovavic, Irena; Snell-Hornby, Mary (eds.). 2000.

-
- Tübingen: Stauffenburg, 5-20.
- Pym, Anthony. 1995. "European translation studies, une science qui dérange, and why equivalence needn't be a dirty word". *TTR* 8, 153-176.
- Reijns, Geert. 2000. "The EUTC's Quality Initiative". *International Journal for Language and Documentation* January 2000, 22-24.
- Reiss, Katharina. 1971. "Die Bedeutung von Texttyp und Textfunktion für den Übersetzungsprozess". *Linguistica Antverpiensia* . V (1971) , 137-147.
- . 1976. *Texttyp und Übersetzungsmethode: Der operative Text*. Kronberg: Scriptor Verlag.
- . ³1986. *Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungskritik. Kategorien und Kriterien für eine sachgerechte Beurteilung von Übersetzungen*. München: Hueber.
- . 1989. "Übersetzungstheorie und Praxis der Übersetzungskritik". Königs, Frank (ed.). 1989. *Übersetzungswissenschaft und Fremdsprachenunterricht. Neue Beiträge zu einem alten Thema*. München: Goethe Institut Ref. 42-Arbeitsstelle für wissenschaftliche Dikaktik, 71-93.
- . 1990. "Das Missverständnis vom eigentlichen Übersetzen". Arntz, Reiner; Thome, Gisela (eds.). 1990. *Übersetzungswissenschaft, Ergebnisse und Perspektiven. Festschrift für Wolfram Wilss zum 65. Geburtstag*. Tübingen: Narr, 40-54.
- . 1995. "Von Kaninchen, Vögeln und Bandwürmern, oder: Übersetzen-was heisst das eigentlich?". Snell-Hornby, Mary; Kadric, Mira (eds.). 1995. *Grundfragen der Übersetzungswissenschaft. Wiener Vorlesungen von Katharina Reiss*. Wien: WUV-Universitätsverlag, 19-32.
- . 2000. *Translation Criticism: The Potentials and Limitations. Categories and Criteria for Translation Quality Assessment*. Manchester: St. Jérôme.
- Reiss, Katharina; Vermeer, Hans. 1984. *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- Rickheit, Gert; Strohner, Hans. 1993. *Grundlagen der kognitiven Sprachverarbeitung. Modelle, Methoden Ergebnisse*. Tübingen/Basel: Francke.
- Risku, Hanna. 1998. *Translatorische Kompetenz*. Tübingen: Stauffenburg.
- Robinson, Bryan. 1999. *Formulación, desarrollo y perfeccionamiento de pruebas iniciales para el primer ciclo de estudios en traducción dentro de la licenciatura en Traducción e Interpretación*. Tesis doctoral sin publicar. Universidad de Granada.
- Roiss, Silvia. 1998. *Didaktische Überlegungen zur Verbesserung der Methodik in der*

- Hin-Übersetzung Spanisch AS-Deutsch ZS*. Tesis doctoral sin publicar. Universidad de Salamanca.
- Rydning, Antin Foyer. 1991. *Qu' est-ce qu'une traduction acceptable en B? Les conditions d'acceptabilité de la traduction fonctionnelle réalisée dans la langue seconde du traducteur*. Tesis doctoral sin publicar. University of Oslo.
- Sager, Juan Carlos. ²1989. "Quality and standards - the evaluation of translations". Picken, Catriona (ed.). 1989. *The Translator's Handbook*. London: Aslib, 91-102.
- Salevsky, Heidemarie. 1998. "Translationsmodelle - Basis für die Bewertung von Übersetzungs- und Dolmetschleistungen?". Holzer, Peter; Freyrer, Cornelia (eds.). 1998. *Text, Sprache, Kultur: Festschrift zum 50-jährigen Bestehen des Instituts für Übersetzer- und Dolmetscherausbildung der Universität Innsbruck*. Frankfurt a.M.: Lang, 55-68.
- Samuelsson-Brown, Geoffry. 1996. "Working Procedures, Quality and Quality Assurance". Owens, Rachel (ed.). 1996. *The Translator's Handbook*. London: Aslib, 103-135.
- Sandrini, Peter. 1996. *Terminologiarbeit im Recht*. Wien: TermNet.
- Santoyo, Julio-César. 1988. "Pragmatic Aspects of Translation: Text-Focussed vs. Reader Focussed Equivalence". Arntz, Reiner (ed.). 1988. *Textlinguistik und Fachsprache. Akten des Internationalen AILA-Symposiums Hildesheim, 13.16. April 1987*. Hildesheim/Zürich/New York: Olms, 101-112.
- Schäffner, Christina. (ed.) 1998. *Translation and Quality*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters.
- . 1999. "The Concept of Norms in Translation Studies". Schäffner, Christina (ed.). 1999. *Translation and Norms*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters, 1-8.
- . (ed.) 1999. *Translation and Norms*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters.
- . "Kontinuität und Erneuerung". Schmitt, Peter A. (ed.). 2000. *Paradigmenwechsel in der Translation. Festschrift für Albrecht Neubert zum 70. Geburtstag*. Tübingen: Stauffenburg, 205-216.
- Schmitt, Peter A. 1998a. "Technische Arbeitsmittel". Snell-Hornby, Mary; Hönig Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 186-199.
- . 1998b. "Technical Writing und Übersetzen". Snell-Hornby, Mary; Hönig, Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 154-159.

-
- . 1998c. "Qualitätsmanagement". Snell-Hornby, Mary; Höning, Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 394-399.
- . 1998d. "Marktsituation der Übersetzer". Snell-Hornby, Mary; Höning Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 5-13.
- . 2000a. "Evaluierung von Translationsleistungen. Erläuterungen zu den Klausur-Korrekturen/Anmerkungen". *International Journal for Language and Documentation* January 2000, 25.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke. 1999. *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München: Oldenbourg.
- Schopp, Jürgen. 1996. "Veredlungsstufen und Kompetenzbereich: Entwurf zu einer Produkttypologie der Übersetzung". Studiengruppe für Fachsprachenforschung und Übersetzungstheorie (eds.). *Fachsprachen und Übersetzungstheorie. Symposium XV.Vöyri*. Vaasa: University, 217-228.
- . "Typographie und Layout". Snell-Hornby, Mary; Höning Hans G.; Kussmaul, Paul; Schmitt, Peter A. (eds.). 1998. *Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg, 199-304.
- . 2003. *Typographie und Layout beim professionellen Übersetzen*. Proyecto de tesis doctoral sin publicar. University of Tampere.
- Schwarz, Monika. 1992. *Einführung in die kognitive Linguistik*. Tübingen: Francke.
- Shannon, Claude E.; Weaver, Warren. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana (IL): Univ. of Illinois Press.
- Sierra Bravo, Restituto. 1994. *Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Snell-Hornby, Mary. (ed.) 1986. *Übersetzungswissenschaft - eine Neuorientierung*. Tübingen: Francke.
- . 1988. *Translation Studies. An Integrated Approach*. Amsterdam: Benjamins.
- . 1989. "Eine integrierte Übersetzungstheorie für die Praxis des Übersetzens". Königs, Frank G. (ed.). 1989. *Übersetzungswissenschaft und Fremdsprachenunterricht. Neue Beiträge zu einem alten Thema*. München: Goethe-Institut, Ref.42 Arbeitsstelle für wissenschaftliche Didaktik, 15-51.
- . 1996b. "Der Text als Gestalt: Ganzheit in der Übersetzung". Kadric, Mira; Kaindl, Klaus (eds.). 1996. *Translation und Text*. Wien: WUV-Universitätsverlag, 51-63.
- . 1999. "The 'Ultimate Comfort': Word, Text and the Translation of Tourist

- Brochures". Anderman, Gunilla; Rogers, Margaret (eds.). 1999. *Word, Text, Translation. Liber Amicorum for Peter Newmark*. Clevedon/Philadelphia/Toronto/Sydney/Johannesburg: Multilingual Matters, 95-103.
- Snell-Hornby, Mary, Jettmarová, Zuzana; Kaindl, Klaus. (eds.) 1997. *Translation as a Intercultural Communication: selected papers from the EST Congress, Prague 1995*. Amsterdam: John Benjamins.
- Sowinski, Bernhard. 1998. *Werbung*. Tübingen: Niemeyer.
- Spillner, Bernd. 1996. "Interlinguale Stilkontraste in Fachsprachen". Spillner, Bernd (ed.). 1996. *Stil in Fachsprachen*. Frankfurt a.M.: Peter Lang, 105-137.
- Stoll, Karl-Heinz. 2000. "Zukunftsperspektiven der Translation". Schmitt, Peter A. (ed.). 2000. *Paradigmenwechsel in der Translation. Festschrift für Albrecht Neubert zum 70. Geburtstag*. Tübingen: Stauffenburg, 235-264.
- Stolze, Radegundis. 1987. "Die textlinguistisch fundierte Interpretation als Übersetzungsgrundlage". *Lebende Sprachen* . 3/87, 105-108.
- . 1994. *Übersetzungstheorien. Eine Einführung*. Tübingen: Narr.
- . 1997. "Bewertungskriterien für Übersetzungen - Praxis, Didaktik und Qualitätsmanagement". Fleischmann, Eberhard (ed.). 1997. *Translationsdidaktik*. Tübingen: Narr, 593-602.
- Tirkkonen-Condit, Sonia. (ed.) 1991. *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. Tübingen: Narr.
- . 1989. "Theory and Methodology in Translation Research". Tirkkonen-Condit, Sonja; Condit, Stephen 1989. *Empirical Studies in Translation and Linguistics*. Joensuu: University Faculty of Arts, 3-17.
- Toury, Gideon. 1991. "Experimentation in Translation Studies: Achievements, Prospects and Some Pitfalls". Tirkkonen-Condit, S. (ed.). 1991. *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. Tübingen: Narr, 45-66.
- Vaannerem, Mia; Snell-Hornby, Mary. 1986. "Die Szene hinter dem Text: "scenes-and-frames semantics" in der Übersetzung". Snell-Hornby, Mary (ed.). 1986. *Übersetzungswissenschaft-eine Neuorientierung*. Tübingen: Francke, 184-205.
- Vehmas-Leito, Inkeri. 1989. *Quasi-correctness. A critical study of Finnish translations of Russian journalistic texts*. Tesis doctoral sin publicar. Neuvostoliittoinstituutti. University of Helsinki.
- Venuti, Lawrence. 1995. *The Translator's Invisibility. A History of Translation*. London: Routledge.
- Vermeer, Hans. 1986. "Übersetzen als kultureller Transfer". Snell-Hornby, Mary (ed.).

-
1986. *Übersetzungswissenschaft-eine Neuorientierung*. Tübingen: Francke, 30-53.
- . 1992. "Eine kurze Skizze der scenes-&-frames-Semantik für Translatoren". Salevsky, Heidemarie (ed.). 1992. *Wissenschaftliche Grundlagen der Sprachmittlung*. Frankfurt a. M.: Lang, 75-83.
- Vidal Claramonte, M del Carmen. 1998. *El futuro de la traducción*. Valencia: Diputación de Valencia.
- Waddington, Christopher. 1999. *Estudio comparativo de diferentes métodos de evaluación de traducción general (inglés-español)*. Madrid: Universidad Pontificia Madrid.
- Watzlawick, Paul; Beavin Bavelas, Janet; Jackson Don D. 1981. *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.
- Weber, Max. 1968. *Methodologische Schriften. Studienausgabe*. Frankfurt.
- Weschke, Lucas. 1996. "Educating the client". Owens, Rachel (ed.). 1996. *The Translator's Handbook*. London: Aslib, 149-172.
- Wilss, Wolfram. 1977. *Übersetzungswissenschaft. Probleme und Methoden*. Stuttgart: Klett.
- . 1988. *Kognition und Übersetzen. Zur Theorie und Praxis der menschlichen und der maschinellen Übersetzung*. Tübingen: Niemeyer.
- Wussler, Annette. 1999. "Anforderungsprofile für Übersetzer und Dolmetscher". *TextconText TcT* 13 = 3, 1999, 1-166.
- Zöfel, Peter. 2002. *Statistik verstehen. Ein Begleitbuch zur computergestützten Anwendung*. München: Addison-Wesley.

APÉNDICES

APÉNDICES

APÉNDICE I

TEXTOS:

- A: Texto publicado en español (texto base)
- B: Texto publicado en alemán (Tradpubl)
- C: Texto manipulado en alemán (Tradpubl)

APÉNDICE II

CUESTIONARIOS:

- E: Cuestionario 1 (en alemán)
- F: Cuestionario 2 (en alemán)
- G: Cuestionario 1 (en español)
- H: Cuestionario 2 (en español)

APÉNDICE III

RESULTADOS EXPERTOS

- I: Transcripción de entrevistas con expertos
- K: Datos recabados

APÉNDICE I

TEXTOS:

- A: Texto publicado en español (texto base)
- B: Texto publicado en alemán (Tradpubl)
- C: Texto manipulado en alemán (Tradmanipul)

A: Texto publicado en español (texto base)




TURISMO DE GRANADA
Patronato Provincial



Granada



Granada Monumental




TURISMO DE GRANADA
Patronato Provincial

E

Granada

Sierra Nevada



Sierra Nevada acoge a miles de esquiadores cada semana

Muy cerca de **Granada**, a tan solo 30 km, por una amplia y cómoda carretera, se accede a **Sierra Nevada**, la más meridional de las estaciones de esquí europeas.

Enclavada en el corazón del **Parque Nacional de Sierra Nevada**, sus cimas, el **Mulhacén** (3.482 mt.) y el **Veleta** (3.398 mt.) son el techo de la península Ibérica.

Desde el **Veleta**, pasando por **Borreguiles**, hasta **Pradollano**, un más abajo, se extiende la **Estación de Esquí de Sierra Nevada**, que en sus 61 km. de pistas reúne las condiciones más idóneas para la práctica de los deportes de nieve en todas sus variantes: *esquí alpino, de fondo, artístico, de travesía, telemark, snowboard*, etc. Para los que gusten del desafío del esquí nocturno, cuentan con pistas iluminadas que le confieren un aspecto realmente deslumbrante a la estación.

El reciente **Campeonato del Mundo de Esquí Alpino**, celebrado en esta estación en 1996, ha sido una prueba que **Sierra Nevada** ha superado con éxito total. Con un desnivel esquiable de 1.300 mts, cuenta con 19 medios mecánicos con una capacidad de transporte de casi



Vista general de la Estación con el primer plano de Pradollano

28

Sierra Nevada

32.000 esquiadores por hora, 45 pistas y seis itinerarios fuera de pista. Además, para una mayor garantía del estado de éstas posee un sistema de producción de nieve artificial que proporciona 1940 m. a la hora, así como 15 unidades que, trabajando día y noche, conservan siempre las pistas a punto y en excelentes condiciones.



Modernas instalaciones esperan al visitante

Pradollano, como se denomina toda su área urbana, ofrece una amplia oferta hotelera. Hoteles de todas las categorías, albergues y un sinnúmero de apartamentos cubren la cada vez mayor demanda de esta impresionante estación de esquí. Los mejores servicios se ponen a la disposición del visitante y cualquier actividad o complemento es siempre posible realizarla aquí.



Es posible compaginar el esquí con otros muchos deportes

Una importante red de magníficos restaurantes cubre todo el arco gastronómico, desde el local o regional a la más diversa o selecta comida internacional.

Un mundo comercial se presenta deslumbrante ante los ojos del viajero. Modernas tiendas de moda, boutiques, peluquerías, alquiler de equipos para la práctica del esquí, escuelas para los recién iniciados en el deporte blanco, tiendas de recuerdos y un largo etcétera que serán la tentación de muchos.

La noche en **Sierra Nevada** bulle en alegría y despreocupación. Cualquiera edad encuentra su ambiente, numerosos locales de ocio y esparcimiento, pubs, discopubs, discotecas, etc. animan la noche.

Su cuidada arquitectura, absolutamente respetuosa con el entorno, ha forjado con el paso de los años algo más que una moderna estación del más claro sabor alpino que rivaliza con las mejores del mundo.

Sierra Nevada ha sido elegida como sede del **Campeonato del Mundo de Mountain Bike** que se celebrará en junio del año 2.000.

29

B: Texto publicado en alemán (Tradpubl)



Granada



Costa Tropical



La Alpujarra



Sierra Nevada



Poniente Granadino



Guadix y Marquesado



Baza, Hircan, El Aliphan



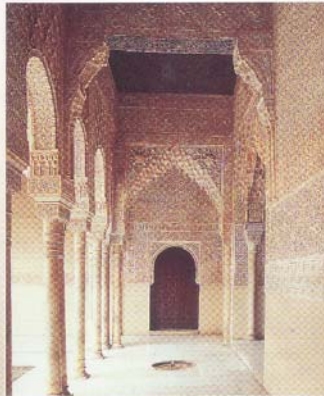
TURISMO DE GRANADA
Patrimonio Provincial



Granada



Das Granada der monumente



TURISMO DE GRANADA
Patrimonio Provincial

D

Granada

Sierra Nevada



In der Sierra Nevada treffen sich jede Woche Tausende von Skiläufern

Nur 30 km von **Granada** entfernt kommen wir über eine breite und bequeme Landstraße in die **Sierra Nevada**, der südlichsten Skistation Europas.

Es liegt im Herzen des **Nationalparks Sierra Nevada**, seine Gipfel, der **Mulhacén** (3.482 m) und der **Veleta** (3.398 m) sind die höchsten Berge der Iberischen Halbinsel.

Zwischen dem Veleta, etwas weiter unten auf dem Weg nach **Pradolano** kommt man an **Borreguilés** vorbei, und hier liegt die **Skistation Sierra Nevada**; deren 61 Kilometer lange Pisten die besten Bedingungen für den Schneesport in allen seinen möglichen Varianten bieten: *alpinen Ski, Langlauf, Kunstski und Snowboard* usw.. Für die ganz Waghalsigen, die gerne nachts Ski fahren, gibt es hier Nachtbeleuchtung, die den Pisten eine besondere Schönheit verleiht.

Während der Austragung der **Alpinen Skiweltmeisterschaften 1996** hat man sehen können, daß hier hervorragende Bedingungen zum Skifahren herrschen. Auf den 1.300 m Höhenunterschied verfügt er über 19 Lifte mit



Blick über die Skistation mit Pradolano im Vordergrund

28

Sierra Nevada

einer Transportkapazität von fast 32.000 Skiläufern in der Stunde, 45 Pisten und sechs Loipen außerhalb des Pistenbereichs. Ferner stehen für Schnee in schwierigen Zeiten Skikanonen bereit, die 1.940 Kubikmeter Schnee in der Stunde produzieren können und moderne Maschinen, die Tag und Nacht die Pisten in hervorragendem Zustand halten.



Moderne Anlagen für die Besucher

In **Pradolano** gibt es ein großes Hotelangebot. Hotels aller Kategorien, Herbergen und zahllose Apartments decken die immer größere Nachfrage dieser beeindruckenden Skistation. Die besten Dienstleistungen stehen dem Besucher zur Verfügung und alle möglichen Freizeitaktivitäten sind hier machbar.



Man kann auch den Ski mit vielen anderen Sportarten kombinieren

Ein großes Netz hervorragender Restaurants deckt alle möglichen Geschmacksrichtungen ab, von Hausmannskost bis zu der feinsten internationalen Küche.

Im Bereich der Geschäfte findet man hier alles, was das Herz begehrt: moderne *Mödeboutiques*, Friseurläden, Skiausleihe, Skischulen auch für Anfänger, Souvenirläden usw..

Und die Nacht in **Sierra Nevada** dient vor allem dazu, Sorgen und Alltag vergessen zu machen: für jede Altersgruppe gibt es etwas, Kneipen, Diskotheken und alles Mögliche, was das Herz begehren kann, machen die Nächte unvergänglich.

Die gepflegte Architektur, die im Einklang mit der Umwelt steht, hat im Laufe der Jahre mehr als nur eine moderne alpine Skistation hervorgebracht, die mit den besten der Welt vergleichbar ist.

Die **Sierra Nevada** ist zum Austragungsort der **Weltmeisterschaft im Mountain-Bike** im Juni des Jahres **2000** erwählt worden.

29

C: Texto manipulado en alemán (Tradmanipubl)



Granada



Costa Tropical



La Alpujarra



Sierra Nevada



Poniente Granadino



Guadix y Marquesado



Baza, Huescar, El Altiplano



Patronato Provincial de Turismo de Granada



Aplusencia

IBERIA



la General

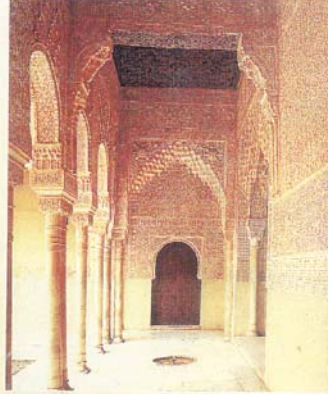


COMAR

Granada



Das Granada der Monumente



Patronato Provincial de Turismo de Granada

Granada

Sierra Nevada



Die Sierra Nevada ist bei Skifahrern sehr beliebt

Der *Veleta* liegt 3368 m über dem Meeresspiegel und der *Mulhacen* ist mit 3482 m höher als viele berühmte Alpengipfel.

45 verschiedene Skipisten ziehen sich auf einer Länge von insgesamt 61 km vom *Veleta* über *Borreguiles* bis hin in den Dörfern von *Pradolano*. Bei besten Verhältnissen können Sie hier allen Arten des Skifahrens nachgehen: alpiner und nordischer Skilauf, Tourenski, Telemark, Snowboard usw. Dank beleuchteter Pisten können Sie sogar nachts die Hänge herunterrutschen und dabei den außergewöhnlichen Anblick der Landschaft genießen.

Die im Jahr 1936 mit Erfolg ausgetragenen Alpinen Skiweltmeisterschaften haben endgültig bestätigt, was Kenner schon lange wussten: die *Sierra Nevada* kann sich mit jedem anderen Skigebiet messen.



Blick auf das Skigebiet und Pradolano

Auf einer gut ausgebauten Straße gelangen Sie von Granada aus in ca. 30 Minuten in das südlichste Skigebiet Europas: in die *Sierra Nevada*. Mitten in einem Naturschutzgebiet erheben sich hier die höchsten Gipfel der Iberischen Halbinsel.

Sierra Nevada

Dafür sorgen 19 moderne Seilbahnen und Schlepplifte mit einer Kapazität von ca. 32000 Pers./h sowie 45 Pisten und sechs Routen für Tourenfahrer. Damit die Pistenverhältnisse immer stimmen, stehen eine effiziente Beschneigungsanlage zur Verfügung und ein Pisten dienst mit 15 Einsatzteams, die rund um die Uhr tätig sind.



Moderne Anlagen für die Besucher

Pradolano, das eigentliche Skidorf, bietet ein großes Angebot an Unterkunftsmöglichkeiten: Hotels aller Kategorien, Herbergen sowie eine große Auswahl an Appartements. Hier können sich die Besucher an einem exklusiven Service erfreuen und sich alles gönnen, was das Herz begehrt. Auch hervorragende Restaurants aller Art warten auf Ihren Besuch, damit Sie die traditionelle einheimische Küche kennenlernen oder sich als Gourmet mit erlesenen Kostlichkeiten der internationalen Küche verwöhnen lassen können.



Nicht nur Skifahrer kommen bei uns auf ihre Kosten

In *Pradolano* befinden sich verschiedene Skischulen.

Die *Sierra Nevada* ist bekannt für ihr intensives Nachtleben und ihr besonderes, südliches Ambiente. In Discos, Pubs und anderen Lokalen gelingt es bestimmt allen, ob jung oder alt, der Hektik des Alltags zu entkommen.

Sicher werden Sie auch die typische und umweltverträgliche Architektur der *Sierra Nevada* zu schätzen wissen, die im Laufe der Jahre dazu beigetragen hat, daß im Süden Europas eines der modernsten Skigebiete auf der ganzen Welt entstehen konnte.

Im Juni 2000 finden in der *Sierra Nevada* die Mountainbike-Weltmeisterschaften statt.

APÉNDICE II

CUESTIONARIOS:

- E: Cuestionario 1 (en alemán)
- F: Cuestionario 2 (en alemán)
- G: Cuestionario 1 (en español)
- H: Cuestionario 2 (en español)

E: Cuestionario 1 (en alemán)

