



UNIVERSIDAD DE GRANADA

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN WEB EN EL TURISMO: ESTUDIO DE CASO DEL SITIO WEB DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE GRANADA

Facultad de Traducción e Interpretación

Trabajo Fin de Grado

Curso 2017/2018

Alumna: Sara Yélamos Hoyo
Tutora: Juncal Gutiérrez Artacho

Granada, 5 de junio de 2018



ugr

Universidad
de Granada

Declaración de Originalidad del TFG

(Este documento debe adjuntarse cuando el TFG sea depositado para su evaluación)

D./Dña. Sara Yélamos Hoyo, con DNI
(NIE o pasaporte) 75925371-W, declaro que el presente Trabajo de
Fin de Grado es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citadas debidamente. De
no cumplir con este compromiso, soy consciente de que, de acuerdo con la [Normativa
de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada](#) de 20
de mayo de 2013, esto *conllevará automáticamente la calificación numérica de cero
[...]independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera
obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades
disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagie.*

Para que conste así lo firmo el 05/06/2018 (FECHA)

Firma del alumno

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. RESUMEN	3
1.2. HIPÓTESIS.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	3
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	3
3. METODOLOGÍA.....	5
3.1. CARACTERÍSTICAS DE LA WEB	5
3.2. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA	12
3.2.1. ESCALA	13
4. RESULTADOS	19
4.1. ANÁLISIS TRADUCCIÓN VERSIÓN EN FRANCÉS	19
4.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA ESCALA	24
4.3. PROPUESTAS	56
5. CONCLUSIONES	61
6. REFERENCIAS.....	61
7. ANEXOS	62

1. INTRODUCCIÓN

1.1. RESUMEN

Este trabajo se trata de un TFG sobre el análisis y evaluación de la localización web en las pymes. Está específicamente enfocado en el sector del turismo en la provincia de Granada. La página web que he analizado es la del “Patronato Provincial de Turismo” de la Diputación de Granada.

En el trabajo, se ha realizado previamente una descripción de la página tanto en español como en francés, seguido de un análisis y evaluación de las páginas a través de una escala. Finalmente, a partir de toda la información recopilada, se han dado unas propuestas de mejora que servirían para que la página estuviese bien traducida y localizada.

1.2. HIPÓTESIS

- Actualmente Internet es uno de los focos principales para la difusión y el fomento del turismo. Dado que uno de los objetivos de las instituciones responsables del turismo es el aumento de visitantes extranjeros, creemos que los sitios web relativos a este sector deben estar bien desarrollados tanto en español como en francés.
- Para que los turistas usen estos sitios web traducidos en otros idiomas y tengan confianza en la información que les ofrecen, no solamente deben estar correctamente traducidos sino localizados completamente.
- Aunque el turismo es una prioridad para todas las instituciones implicadas, los sitios web actuales no se encuentran traducidos correctamente y a veces no ofrecen toda la información disponible en el texto original.

1.3. OBJETIVOS

- Analizar el sitio web del Turismo de Granada de la Diputación.
- Comprobar si este sitio web ha realizado correctamente un proceso de localización efectivo en la lengua francesa, para ello utilizaremos un instrumento previamente validado por expertos.
- Proponer recomendaciones específicas para su mejora y/o desarrollo.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

La localización viene descrita junto a otros procesos en el acrónimo GILT (Globalización, Internacionalización, Localización y Traducción) (Cadieux y Esselink, 2002). A continuación, vamos a explicar y entender cada uno de estos procesos.

La traducción consiste en trasladar un texto escrito en una lengua determinada a otra lengua manteniendo el significado del original. La localización consiste en adaptar un

producto a un locale teniendo en cuenta sus características lingüísticas y culturales (Gutiérrez-Artacho y Olvera-Lobo, 2017). Locale es el término que se utiliza para referirnos al país o a una comunidad de hablantes que tienen la misma lengua, entre otros aspectos culturales (Gutiérrez-Artacho y Olvera-Lobo, 2017). Desde hace poco tiempo ha aumentado mucho la localización web que consiste en modificar los sitios web para que los puedan usar otra gente que en un principio no era el público previsto (Olvera-Lobo, 2015). La internacionalización es un proceso por el cual se recopila toda la información del sitio web original para que así se pueda realizar la adaptación y posterior comercialización a otras lenguas extranjeras (Corte, 2002). Por lo tanto, podemos decir que la internacionalización puede ser muy útil para resolver ciertos problemas que se nos presenten como por ejemplo: el espacio para el texto según la lengua en la que lo redactemos; la codificación; los distintos formatos para poner las fechas etc. (Gutiérrez-Artacho y Olvera-Lobo, 2017). Por último, la globalización es el proceso por el cual se diseñan los sitios web consultados y utilizados en distintos países y donde se pueden ver los posibles cambios expuestos anteriormente según la selección del país, es decir, este proceso combina la internacionalización y la localización (Olvera-Lobo, 2015).

Resumiendo, podemos decir que la localización va más allá de la traducción de los contenidos puesto que hay que modificar todos los elementos de la página (imágenes, iconos, grafía, etc.) teniendo en cuenta la lengua, la cultura y el país de destino (Zanardelli, 2015). El objetivo fundamental es que el receptor de la página web meta interactúe con esta página localizada como si fuese original en su lengua y cultura (Jiménez-Crespo, 2009).

Por su parte, la localización web consiste en la posibilidad de editar el contenido en línea con la ayuda de algunas herramientas y también permite adaptar a la lengua y cultura meta los elementos gráficos. Estas herramientas son muy útiles ya que permiten distinguir los elementos que se pueden localizar de los que no, es decir, nos muestra las partes con texto que se pueden traducir y separan las que no se pueden para no cambiar nada del soporte (Acantho, 2016).

Los servicios de localización y adaptación se usan para traducir páginas web, interfaces de usuario, es decir, aplicaciones web. De esta manera, el cliente verá su página web totalmente traducida y no tendrá que contratar servicios de programación. (Acantho, 2016).

Por último, voy a relacionar Internet con el turismo. Internet es muy importante para el ámbito del turismo ya que es la fuente más fuerte y esencial para que se conozca el patrimonio de un país o una ciudad en otros lugares del mundo. (Olvera-Lobo y Gutiérrez-Artacho, 2014) Tanto el turismo nacional como el internacional han escogido Internet para organizar los viajes ya que cada vez más gente consulta Internet para irse de viaje, a un hotel, para alquilar un apartamento etc., y esto hace que las agencias de

viaje vayan perdiendo terreno. (Olvera-Lobo y Gutiérrez-Artacho, 2014) Por lo tanto, esto hace que la economía se desarrolle aún más ya que la mayoría de la gente, como se ha comentado anteriormente, accede a la Web 2.0 para acceder a páginas web de turismo y también a redes sociales para tener la opinión de la gente. (Olvera-Lobo y Gutiérrez-Artacho, 2014)

3. METODOLOGÍA

3.1. CARACTERÍSTICAS DE LA WEB

La página web <http://www.turgranada.es/> va cambiando de información con el tiempo, por ese motivo no se recogen todos los datos actuales en esta investigación. He analizado este apartado durante los meses de febrero y marzo. Esta página web nos ofrece un amplio contenido de información de todo tipo ya que consta de numerosos enlaces que el lector podrá consultar. En primer lugar, en la parte superior de la página de inicio, encontramos una serie de enlaces que tienen que ver con los viajes y actividades que se pueden realizar y con noticias relacionadas con el turismo en Granada. Estos enlaces se denominan “Destinos”, “Planea tu viaje”, “Cosas que hacer”, “Agenda cultural”, “Área profesional” y “Mi Granada”.

Además, cuando ponemos el cursor en alguno de estos enlaces se muestran numerosos apartados en los que podemos pinchar para conocer más información. Esto ocurre con las secciones “Destinos”, “Planea tu viaje” y “Cosas que hacer”.

➤ Sección “Destinos”

Si mantenemos el cursor en la sección “Destinos”, los apartados se dividen en dos: “Regiones turísticas” y “Poblaciones”. En “Regiones turísticas” encontramos información sobre “Sierra Nevada”, “Costa Tropical”, “Granada y su entorno”, “Poniente Granadino”, “La Alpujarra y Valle de Lecrín”, “El Altiplano: Baza y Huéscar” y “Guadix y El Marquesado”. En “Sierra Nevada” se habla de la localización, las temperaturas, la fauna y la flora y de que es una de las mejores estaciones de esquí de Europa. Además, hay un vídeo titulado “Granada es nieve y esquí – Sierra Nevada”. En “Costa Tropical” se habla de las playas y pequeñas calas de agua cristalina, de los frutos tropicales, de los pescados y mariscos y de Almuñécar, Motril y Salobreña. Además, aquí también se muestra un vídeo sobre la Costa Tropical denominado “Granada es sol y playas – Costa Tropical de Granada. En “Granada y su entorno” se habla de los distintos monumentos de la ciudad, de barrios como el Albaicín y el Sacromonte y del nacimiento de Federico García Lorca en Fuente Vaqueros. También hay un vídeo titulado “Clip oficial Turismo de Granada 2015”. Además, hay dos pestañas más: “¿Qué quieres hacer?” y “Eventos”. En “Poniente Granadino” se habla de las sierras, valles, vegas y campiñas que conforman el Poniente Granadino, de la naturaleza, del Poniente Sur y de la gastronomía, como el esturión y caviar de Riofrío y

la repostería morisca de Loja. En “La Alpujarra y Valle de Lecrín” se habla de los pueblos de la Alpujarra, de la Alpujarra Alta y la Alpujarra Baja. También se habla del Valle de Lecrín con sus implantaciones de naranjos y limoneros. Además, aparece más información sobre Las Alpujarras y el Valle de Lecrín mediante un vídeo titulado “La Alpujarra”. En “El Altiplano: Baza y Huéscar” se habla de las altiplanicies, de las sierras de la Sagra, Castril, Baza y Orce, de los embalses de El Portillo, San Clemente y del Negratín y de los dos Parques Naturales de esta comarca, el de Sierra de Baza y el de Sierra de Castril. También se habla de los alojamientos turísticos en cuevas y de exquisiteces gastronómicas como el cordero segureño y los embutidos caseros secados en cuevas. En “Guadix y el Marquesado” se habla del legado arqueológico e histórico de esta zona, donde destacan la catedral de Guadix y el Castillo de La Calahorra. También trata del peculiar tipo de hábitat: las casas cueva, y de su artesanía milenaria, sus fiestas, romerías y tradiciones. Por otro lado está el apartado “Poblaciones”, donde podemos encontrar información turística de los distintos municipios de Granada. Si pinchamos aquí aparece un mapa y una cajita donde podemos seleccionar el nombre del municipio que queremos buscar.

➤ **Sección “Planea tu viaje”**

En la sección “Planea tu viaje”, la información se divide en cinco apartados: “Cómo llegar y moverte por Granada”, “Comer y beber”, “Dónde dormir”, “Organízate” y “Granada, más fácil”. En cada uno de los apartados hay diferentes enlaces para acceder a la información. En el apartado de “Cómo llegar y moverte por Granada” se puede acceder a “Cómo llegar”, “Taxis”, “Autobuses”, “Tren turístico de Granada”, “Alquiler de vehículos” y “Consignas”. En “Cómo llegar” se ofrece información de cómo llegar en avión, en tren, en barco o por carretera. En “Taxis” aparecen números de teléfono de distintos taxis. En “Autobuses” también se da información sobre las distintas compañías de autobuses y sobre el metropolitano. En “Tren turístico de Granada” se habla de que es el mejor transporte para conocer el centro histórico de la ciudad y recorrer sus principales monumentos históricos y del recorrido tanto diurno como nocturno. En “Alquiler de vehículos” se muestran 70 resultados de diferentes empresas y también una cajita para buscar por municipios, por alquiler de coches, de motos y bicicletas y de autocares. En “Consignas” se da información sobre las distintas consignas como su nombre indica. En el apartado de “Comer y beber” está “Encuentra un restaurante”, “De tapas por Granada”, “¿Aquí qué se come?”, “Visitas a productores”, “Recetas tradicionales de Granada”, “Con Denominación de Origen” y “Marca Sabor Granada”. En “Encuentra un restaurante” se da un listado de restaurantes por orden alfabético o por popularidad. Además se puede seleccionar la región, el municipio, el tipo de cocina y los servicios. En “De tapas por Granada” se muestra un mapa en el que se ven muchos bares. También se habla de que ir de tapas es tradición en Granada y de las diferentes zonas de tapeo, como Plaza Nueva, Plaza de Toros, barrio del Albaicín, del Zaidín etc. Además, en el margen derecho de la pantalla

hay un vídeo que trata de los alimentos de Granada. En “¿Aquí qué se come?” se da un listado de alimentos, como por ejemplo: las tapas, los embutidos y quesos, el caviar, las frutas tropicales, los vinos, el agua mineral, la repostería etc. En “Visitas a productores” aparece una cajita donde se selecciona por municipios, visitas a productores, repostería conventual y bodegas. En “Recetas tradicionales de Granada” aparecen tres subapartados: “Platos entrantes”, “Platos principales” y “Postres”. En “Platos entrantes” se muestran platos como las habas con jamón, los espárragos verdes con salsa de almendras, los hormigos, el remojón, la zalamandroña y el arroz marinero. En “Platos principales” aparece el asado de cordero segureño, la lata de cordero segureño, el choto al ajillo, las gachas picantes, las migas de pan, las migas de sémola, la olla de San Antón, el plato alpujarreño y la trucha a la manera de Riofrío. Por último, en “Postres” destaca el pan de higo y los pestiños. En “Con Denominación de Origen” aparecen los vinos de calidad de Granada, el Aceite de Oliva de los Montes de Granada, la chirimoya de la Costa Tropical de Granada, el jamón de Trevélez, el pan de Alfacar etc. En “Marca Sabor Granada” aparece un enlace para visitar la página web de Sabor Granada y un vídeo titulado “Sabor Granada, la marca de los productos agroalimentarios de Granada”. En el apartado de “Dónde dormir” se accede a “Encuentra tu alojamiento” y “Cave Hotels”. En “Encuentra tu alojamiento” aparece un listado de alojamientos y se puede buscar por regiones, municipios, tipo de alojamiento y servicios. En “Cave Hotels” aparecen distintos subapartados: “Hoteles”, “La experiencia”, “Arquitectura subterránea”, “Una historia en vídeos”, “Refugio del pasado” y “El Sacromonte”. Además, hay un vídeo que habla de los hoteles en cuevas. En el apartado de “Organízate” se informa sobre “Cómo visitar la Alhambra”, “Preguntas frecuentes”, “Agencias de viaje”, “Folletos y planos”, “Visitas guiadas” y “Oficinas de turismo”. En “Cómo visitar la Alhambra” se da información básica para preparar una visita y se muestran los horarios de apertura, cómo aparcar, tipos de entrada, la reserva anticipada y compra de entradas, entre otras cosas. En “Preguntas frecuentes” la información se divide en distintos apartados: “Antes de viajar” donde se habla de la documentación necesaria para entrar en España y sobre los requisitos para conducir, “Comunicaciones” donde se dan teléfonos y números de emergencia, “Dinero” que se divide en los subapartados de moneda y propinas, “Geografía y clima” donde se ofrece información de la población y extensión y de las características climáticas, “Información básica para preparar tu visita a la Alhambra” donde hay información sobre el programa “Actividades para residentes en Granada”, el programa “La Alhambra más cerca”, los horarios de apertura, dónde aparcar, los tipos de entrada, la regulación de acceso a los Palacios Nazaríes, la dirección, cómo llegar y la reserva anticipada y compra de entradas, “Religión” con sus diferentes subapartados de la religión católica, musulmana y otras confesiones, “Salud y bienestar” donde se muestran farmacias, hospitales y emergencias, “Seguridad” donde se ofrece información sobre las comisarías de policía y los teléfonos de emergencia y “Vida diaria” que trata sobre horarios, días festivos, tráfico y electricidad. Y, por último, a

través del apartado de “Granada, más fácil” se pueden conseguir entradas y descuentos para los museos y monumentos más importantes que hay con la “Granada Card Bono Turístico” y, además, se puede descargar la aplicación “Turgranada” para móviles y tabletas.

➤ Sección “Cosas que hacer”

En la sección “Cosas que hacer” hay una amplia variedad de opciones ya que hay trece apartados que son los siguientes: “Conocer su arte y su cultura”, “Artesanía y compras”, “Planes con niños”, “Granada LGBT Friendly”, “Aprender español”, “Congresos e incentivos”, “Disfrutar del sol y la playa”, “Turismo rural, activo y de naturaleza”, “Salud y bienestar”, “Esquiar en Sierra Nevada”, “Turismo accesible”, “Turismo religioso” y “Top +100”. Además, algunos de estos apartados tienen a su vez diferentes subapartados. En el apartado de “Conocer su arte y su cultura” se encuentra información sobre “La Alhambra” donde se ofrece información sobre los Palacios Nazaríes, el Generalife, la Alcazaba, El Partal, los Baños Reales, el Patio de Lindaraja, el Palacio de Carlos V, La Medina, la Puerta de la Justicia, la Puerta del Vino, la Puerta de las Granadas y los miradores de Granada, sobre los “Monumentos” donde se expone un listado de monumentos por orden alfabético o por orden de popularidad, sobre los “Museos”, el “Patrimonio cultural” y las “Rutas culturales” donde se expone un listado igual que el citado anteriormente, sobre el “Flamenco” donde aparece información sobre los espectáculos flamencos, los constructores de guitarras, los artistas flamencos etc, sobre los “Miradores de Granada”, las “Fiestas” y los “Espacios culturales” donde aparece un listado de todos ellos. En el apartado de “Disfrutar del sol y la playa” se puede acceder a “Playas de la Costa Tropical” donde se muestra un vídeo y un listado de las diferentes playas, a “Actividades náuticas” donde también aparece un vídeo y a “Puertos deportivos” donde aparece información sobre el Puerto Deportivo de Motril y el Puerto Deportivo Marina del Este. En “Turismo rural, activo y de naturaleza” se encuentran los subapartados “Excursiones y senderismo” donde aparecen distintas actividades que se pueden realizar, “Parques naturales y espacios protegidos” donde aparece un vídeo sobre la naturaleza y el turismo activo, “*Birdwatching*” donde se habla del hábitat idílico de las aves y aparece un vídeo sobre el tema en Granada, “Deportes aéreos” donde se da información sobre vuelos en parapente y vuelos turísticos, “Golf” donde aparecen diferentes clubs de golf, “Paseos a caballo”, “Empresas de turismo activo” y “Cicloturismo” que trata del ciclismo recreativo, de carretera y de montaña. En “Salud y bienestar” se obtiene información de “Balnearios”, “Baños árabes” y “Spas” que ofrecen información sobre el agua, las termas, la limpieza de espíritu y los balnearios. En “Esquiar en Sierra Nevada” se pueden consultar los subapartados “Estación de Esquí de Sierra Nevada” donde además de ofrecer información hay un vídeo titulado “Granada es nieve y esquí”, “Estación de Esquí del Puerto de la Ragua” donde habla de sus servicios e instalaciones, “Subir a la cima del Mulhacén” y “Tocar la nieve”. En “Turismo accesible”

prevén la demanda de viajes por parte de personas con discapacidad. En “Turismo religioso” se ofrece información sobre la Semana Santa de Granada. Por último, en “Top +100” se dan más de 100 propuestas para disfrutar de Granada.

Por otra parte, en la esquina superior derecha, encontramos tres pequeños iconos. El primero es el símbolo de un candado y se utiliza para iniciar sesión si se tiene cuenta de usuario. El segundo es el símbolo de una lupa para buscar la información que deseemos. Cuando pinchamos en este icono podemos buscar como una búsqueda general o buscar por tipología. Esta opción es muy interesante ya que nos ofrece un amplio abanico de opciones como por ejemplo: “Actividades náuticas”, “Buceo”, “Puertos deportivos”, “Agencias de viaje”, “Alquiler de vehículos”, “Centros comerciales”, “Cicloturismo” etc. El tercer y último icono nos muestra los diferentes idiomas en los que está traducida y localizada la página web, estos idiomas son: español, inglés, francés, alemán, italiano, euskera, catalán, gallego, portugués, ruso, chino y japonés, es decir, un total de 12 lenguas.

Justo debajo de esta información anteriormente citada, se encuentra una foto grande con el título de la sección a la que se refiere. Había siete secciones pero actualmente hay ocho ya que se ha añadido una nueva en este mes de marzo dedicada a la Semana Santa. Estas secciones son: “Pura nieve”, “Aire puro”, “Puro arte”, “Agua pura”, “Puro sabor”, “Puro sol”, “Cicloturismo” y “Pura Pasión”. A continuación, vamos a ir viendo los diferentes apartados que tiene cada sección.

➤ **Sección “Pura nieve”**

En este caso la sección que vemos primero es “Pura nieve” y además un eslogan: “Así es la provincia de Granada. Aire puro. Puro sol. Puro arte. Pura nieve.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) En esta sección de “Pura nieve” hay diferentes apartados o enlaces que nos llevan a conocer más información, estos apartados son: “Subir a la cima de la Península Ibérica”, “Esquiar en Sierra Nevada” y “Esquí de fondo en la Ragua”. En “Subir a la cima de la Península Ibérica” nos ofrecen información sobre los picos Mulhacén y Veleta y sobre el Servicio de Interpretación Ambiental de la Zona de Altas Cumbres (SIAC). En “Esquiar en Sierra Nevada” la información se divide en distintos apartados que tratan de la estación de esquí, de la sierra del sol, de pueblos y paisajes y de una gran biodiversidad. En “Esquí de fondo en la Ragua” aparece información general del Puerto de la Ragua y de los servicios e instalaciones que destacan.

➤ **Sección “Aire puro”**

En “Aire puro” podemos obtener información de “Parques naturales y espacios protegidos”, “Excursiones y senderismo” y “Dormir en una casa cueva”. En “Parques naturales y espacios protegidos” la información se divide en distintos apartados que tratan de los espacios protegidos, de los monumentos naturales y de los árboles con

historia. Además, hay un vídeo que trata de la naturaleza y el turismo activo. En “Excursiones y senderismo” aparece una cajita donde podemos buscar excursiones seleccionando el municipio en las que las queramos realizar. En “Dormir en una casa cueva” la información se divide en distintos apartados que tratan de los hoteles, de la experiencia personal, de la arquitectura subterránea, de su importancia ya que las casas cueva fueron el refugio del pasado y del Sacromonte. Además, hay un apartado en el que aparecen muchos vídeos que tratan de las casas y hoteles cueva.

➤ **Sección “Puro arte”**

En la sección “Puro arte” podemos acceder a “Monumentos”, “Museos” y “La Alhambra”. En “Monumentos” aparece una lista de monumentos y una cajita donde se pueden buscar seleccionando distintos municipios. En “Museos” aparece una lista de museos y una cajita donde, como en el caso anterior, se pueden buscar estos museos seleccionando distintos municipios. En “La Alhambra” hay un apartado titulado “Palacios Nazaríes” donde aparece información del Mexuar, El Palacio de Comares y El Palacio de los Leones.

➤ **Sección “Agua pura”**

En “Agua pura” se encuentran los apartados de “Balnearios”, “Baños árabes” y “Spa”. En “Balnearios” la información se divide en varios apartados que tratan del agua, las termas, la limpieza de espíritu y los balnearios. Además, aparece una lista de cinco balnearios que se encuentran en pueblos de la provincia de Granada. En “Baños árabes” aparece la misma información que en el apartado de “Balnearios”. Solamente cambia que la lista que aparece es de distintos baños árabes. En “Spa” también aparece la misma información que en los apartados anteriores y solamente cambia que la lista es de spas.

➤ **Sección “Puro sabor”**

En “Puro sabor” están los enlaces “Tapas y especialidades”, “Visitas a productores” y “Marca Sabor Granada”. En “Tapas y especialidades” se da un listado de alimentos, como por ejemplo: las tapas, los embutidos y quesos, el caviar, las frutas tropicales, los vinos, el agua mineral, la repostería etc. En “Visitas a productores” aparece una cajita donde se selecciona por municipios, visitas a productores, repostería conventual y bodegas. En “Marca Sabor Granada” aparece un enlace para visitar la página web de Sabor Granada y un vídeo titulado “Sabor Granada, la marca de los productos agroalimentarios de Granada”.

➤ **Sección “Puro sol”**

En “Puro sol” se obtiene información de “Playas y calas”, “La Costa Tropical” y “Actividades náuticas”. En “Playas y calas” hay un vídeo de la Costa Tropical de

Granada, además de una lista de playas y calas. En “La Costa Tropical” se habla de las playas y pequeñas calas de agua cristalina, de los frutos tropicales, de los pescados y mariscos y de Almuñécar, Motril y Salobreña. Además, aquí también se muestra un vídeo sobre la Costa Tropical denominado “Granada es sol y playas – Costa Tropical de Granada. En “Actividades náuticas” aparece un vídeo y se habla de la riqueza de los fondos marinos y de los acantilados y zonas rocosas.

➤ **Sección “Cicloturismo”**

En “Cicloturismo” se accede a “Recreativo”, “Carretera” y “Montaña”. En “Recreativo” se divide la información en varios apartados que tratan de grandes rutas, de los paisajes recomendados, del ciclismo en familia, de viajar en bicicleta con alforjas y de otros servicios. En “Carretera” la información también aparece dividida en varios apartados que tratan de las rutas de los locales, las pruebas oficiales clásicas y otros servicios. Por último, en “Montaña” aparecen diferentes apartados como: BTT, *Freeride* o Descenso, BMX, Trial, Competiciones y *Bike Parks* & Centros BTT.

➤ **Sección “Pura pasión”**

Esta sección consta de tres enlaces: “Pasión viviente de Cuevas del Campo”, “Procesiones en la ciudad de Granada” y “Semana Santa en la provincia”. En “Pasión viviente de Cuevas del Campo” se cuenta cómo se representa la Pasión, Muerte y Resurrección de Jesucristo en Cuevas del Campo durante el Jueves y Viernes Santo. En “Procesiones en la ciudad de Granada” se cuenta que la Semana Santa es una de las tradiciones más importantes, se habla también del rezo a las tres de la tarde del Viernes Santo y de la gastronomía tradicional en esta semana del año. Además, aparecen diferentes apartados en los que se puede pinchar y encontrar información sobre el Domingo de Ramos, Lunes Santo, Martes Santo, Miércoles Santo, Jueves Santo, Viernes Santo, Sábado Santo y Domingo de Resurrección. En “Semana Santa en la provincia” aparecen varios enlaces para acceder a información de la Semana Santa de los pueblos de la provincia de Granada.

Después de esta información aparece, en la página principal, un espacio dedicado a “Vive Granada”, la agenda cultural y de ocio de la provincia de Granada. Aquí, se muestran diferentes fechas de exposiciones y actuaciones, entre otros muchos más eventos. Por ejemplo: “Exposición Gabriel Morcillo”, “Flamenco viene del sur”, “Antonio Carmona”, “Oliver Twist” etc.

Justo debajo, hay un cuadro rojo donde se pueden buscar eventos, seleccionando municipio, tipo de evento y fechas.

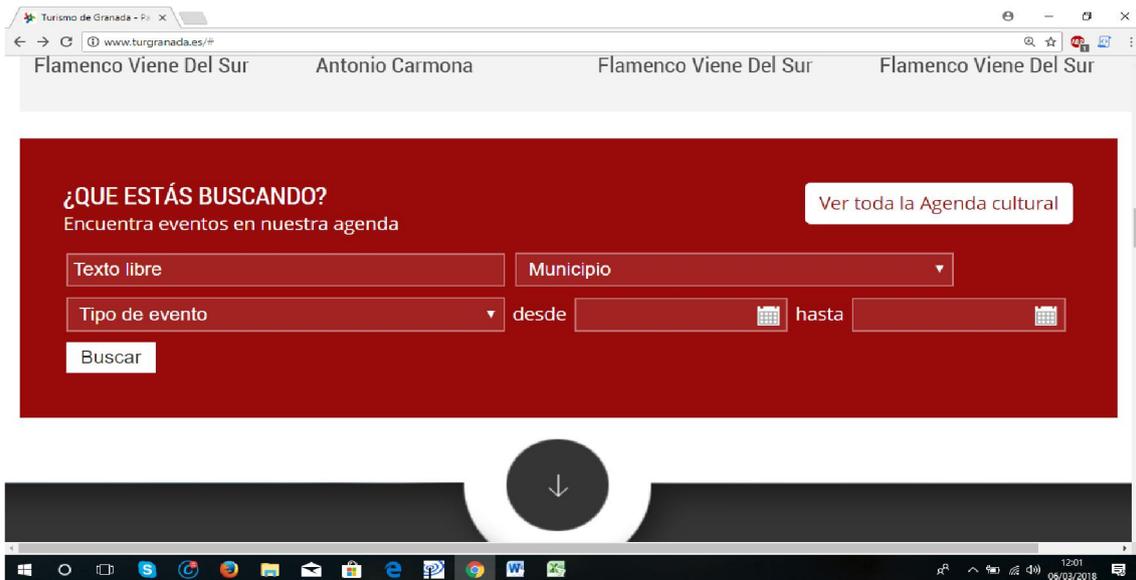


Figura 1. Captura de pantalla de la sección “¿Qué estás buscando?”. Captura realizada el 06/03/2018.

Debajo de este cuadro hay una sección que se llama “Granada Esencial”, donde podemos echar un vistazo a algunas propuestas que sugieren para sacar un mayor partido a la visita. Algunas de las propuestas son: “Parque de las Ciencias, el museo más visitado de Andalucía”, “Probar el caviar de Riofrío y recorrer los pueblos del Poniente Granadino”, “Visitar los barrios del Albaicín y el Sacromonte” y “Las tapas y la cocina granadina”, entre otras muchas más opciones.

Casi al final de esta página de inicio, se puede disfrutar de un vídeo, que dura 7 minutos y 40 segundos, en el que se muestran las cosas que se pueden hacer en Granada y los sitios y monumentos que se pueden ver y visitar.

Por último, se encuentra la sección “Tú haces #granada”. En esta sección se muestran las diferentes redes sociales (Instagram, Twitter y Facebook) en las que se puede encontrar al Patronato Provincial de Turismo de Granada.

En la parte inferior de la página de inicio, se encuentra información administrativa, como el logotipo de la Diputación de Granada, la dirección, el teléfono, el fax y logotipos de la Unión Europea y de la Junta de Andalucía, entre otros.

3.2. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

Para ir desarrollando cada una de las partes del trabajo he ido analizando todas las páginas web del sitio y todas sus secciones. He realizado el análisis del sitio web tanto en español como en francés durante los meses de febrero, marzo y abril.

En primer lugar he analizado todos los apartados de las secciones que aparecen al principio de la página web en sentido horizontal. En la sección “Destinos” aparece

información sobre Sierra Nevada, la Costa Tropical, el Poniente Granadino, la Alpujarra y el Valle de Lecrín, el Altiplano y Guadix y El Marquesado. En “Planea tu viaje” se puede consultar cómo llegar y moverse por Granada, dónde comer, dónde dormir y qué hacer y visitar en Granada. En “Cosas que hacer” aparece información sobre el arte y la cultura, las compras, planes con niños, actividades en la playa, turismo rural, estaciones de esquí y otros tipos de turismo. También está la “Agenda cultural” donde se puede ver un listado de actividades, el “Área profesional” donde aparecen todas las noticias relativas al turismo en Granada y “Mi Granada” donde se puede crear una propia guía turística.

Después, fui analizando tanto en español como en francés las secciones principales de la página web, que aparecen en medio con una foto cada una. En la antigua sección “Puro arte”, que ahora se llama “Monumental y cultural”, se encuentra toda la información que trata sobre los monumentos, los museos y la Alhambra. La sección “Rural y activo”, antes denominada “Aire puro”, trata sobre los parques naturales y espacios protegidos, las excursiones, el senderismo y las casas cueva. En “Salud y bienestar”, llamada anteriormente “Agua pura”, hay información sobre los balnearios, los baños árabes y los spa. En la sección “Nieve y esquí”, que era “Pura nieve”, se habla del esquí en Sierra Nevada y del esquí de fondo en La Ragua. La sección “Sabor Granada”, que se llamaba “Puro sabor”, trata sobre todas las tapas y especialidades típicas de Granada y sobre la marca “Sabor Granada”, que de ahí viene su cambio de nombre. En “Sol y playa”, antes llamada “Puro sol”, se habla de las playas y calas en la Costa Tropical y se muestran las diferentes actividades náuticas que se pueden realizar. Y, por último, en la sección “Cicloturismo”, que no ha cambiado de nombre, aparece información del ciclismo recreativo, del de carretera y de montaña.

Por lo tanto, lo que he hecho ha sido analizar a fondo todas las secciones mencionadas anteriormente para evaluar la localización web en esta página e ir recopilando ejemplos para demostrar los resultados obtenidos.

3.2.1. ESCALA

Para realizar todas las cuestiones de cada escala, he ido analizando una por una cada sección y apartados del sitio web. Me centré en esta parte del trabajo en el mes de abril, que fue cuando hice las capturas de pantalla. Sobre todo he recopilado muchos ejemplos para hacer un estudio en profundidad de todas las cuestiones lingüísticas, culturales y técnicas.

En lo que respecta a la escala lingüística, he analizado cada sitio de la página web para ver si existían contrasentidos, falsos sentidos, sin sentidos, omisiones de información, calcos, préstamos, barbarismos, falsos amigos, falta de precisión terminológica, falta de coherencia terminológica, uso incorrecto de siglas y acrónimos, alteraciones del orden sintáctico de las frases, calcos sintácticos, errores en la gramática de la lengua meta, calco de estructuras de la lengua origen en la lengua meta, usos incorrectos de

las funciones lingüísticas del texto en la lengua meta, registro inadecuado, ambigüedad, párrafos o frases incompletas, cacografías y puntuación incorrecta. Una vez analizados todos estos errores lingüísticos, he podido ver y señalar la frecuencia con la que aparecen en esta página web. Todos los ejemplos que he cogido de estos errores lingüísticos los he mostrado de forma escrita para que se vieran mejor las frases y palabras que estaban mal y los he citado.

A continuación, voy a mostrar una tabla con la frecuencia en que se dan estos errores lingüísticos y en las secciones (puestas entre paréntesis) que aparecen cada uno de ellos.

	Nunca	en 1 o 3 ocasiones	en +5 ocasiones
Contrasentidos	X		
Falsos sentidos			X (<i>Bien-être</i> , "Pura Nieve" y <i>Planifiez votre voyage</i>)
Sin sentidos	X		
Omisiones de información			X (<i>Nature, Bien-être, Soleil et plage</i> y "Granada Esencial")
Calcos, préstamos, barbarismos o falsos amigos		X ("Planea tu viaje" y <i>Montagne</i>)	
Falta de precisión terminológica		X ("Planea tu viaje")	
Falta de coherencia terminológica		X ("Salud y bienestar")	
Uso incorrecto de siglas y acrónimos	X		
Alteración del orden sintáctico de una frase			X ("Pura nieve" y "Agua pura")
Calcos sintácticos	X		
No respeto de las reglas gramaticales de la lengua meta			X (<i>Semaine Sainte, Montagne, Nature</i> y <i>Granada est à vous !</i>)
Calco de estructuras de la lengua origen			X (<i>Nature, Bien-être</i> y <i>Soleil et plage</i>)

Uso incorrecto de las funciones lingüísticas del texto en la lengua meta	X		
Registro inadecuado		X (<i>Montagne</i>)	
Ambigüedad	X		
Párrafos o frases incompletas			X (<i>Bien-être, Nature, Planifiez votre voyage y Choses à faire</i>)
Palabras mal escritas (cacografías)			X (<i>Nature, Montagne, Choses à faire y Granada est à vous !</i>)
Puntuación incorrecta		X (<i>Bien-être y Soleil et plage</i>)	

Tabla 1. Tabla que refleja la frecuencia de los errores lingüísticos y las secciones en que aparecen estos errores.

Por otro lado, en la escala cultural he analizado de nuevo todas las secciones y apartados de la página para ver si se respetan las distintas convenciones culturales o si se producen las adaptaciones culturales necesarias. También, he reflejado si este respeto o adaptación de cada convención es relevante para la cultura meta o no. Las convenciones culturales eran las siguientes: atención al cliente, es decir, si hay disponibilidad en distintas lenguas, explicitaciones innecesarias o incorrectas, información innecesaria para la audiencia de la lengua meta, adaptación de los datos básicos de la empresa, noticias específicas del país, volumen de la información, existencia de juegos y concursos, oferta de productos que no están disponibles en el país, traducción de formularios que hay que rellenar, problemas de traducción de información personal de nombres y direcciones, enlaces a páginas web, uso de la variedad dialectal adecuada, moneda incorrecta, navegación guiada, limitación de *scroll*, interactividad y si hay gráficos. En esta escala he ido poniendo ejemplos tanto escritos como en capturas de pantalla ya que en algunas cuestiones de esta escala se veía mejor el ejemplo con una captura.

A continuación, voy a mostrar en una tabla si se respetan las convenciones culturales o no y las secciones en las que aparecen estas convenciones.

¿Se respetan las siguientes convenciones culturales o se han producido	Sí	No	¿El respeto de esta convención o esta adaptación es relevante para la cultura meta?:	Sí	No

las adaptaciones culturales necesarias?					
Atención al cliente (disponibilidad en distintas lenguas)	X (Todas las secciones)			X	
Explicitaciones innecesarias y/o incorrecta		X (<i>Semaine Sainte 2018, Montagne y Nature</i>)		X	
Información innecesaria para la audiencia de la lengua meta	X (Ninguna de las secciones)			X	
Adaptación de los datos básicos de la empresa	X (Bien adaptados en todas las secciones)			X	
Noticias específicas de un país		X (<i>Espace professionnel</i>)			X
Volumen de información		X (<i>Nature, "Aire puro", Choses à faire y "Cosas que hacer"</i>)		X	
Juegos y concursos (no hay)					
Oferta de productos que no están disponibles en ese país		X (<i>Choses à faire</i>)		X	
Traducción de formularios que hay que rellenar (ej: al crear una cuenta o perfil)		X (Página de inicio y <i>Mon Granada</i>)		X	

Problemas de traducción de información personal de nombres y direcciones (zip code y postal code, state y province)		X (<i>Planifiez votre voyage</i>)		X	
Enlaces a páginas web locales		X (<i>Espace professionnel</i>)			X
Uso de la variedad dialectal adecuada	X (Todas las secciones)			X	
Moneda incorrecta	X (Ninguna de las secciones)			X	
Navegación guiada	X (Todas las secciones)			X	
Limitación de <i>scroll</i>		X (Todas las secciones)		X	
Interactividad		X (Cosas que hacer)		X	
Gráficos		X (Ninguna de las secciones)			X

Tabla 2. Tabla que refleja las secciones en las que aparecen estas convenciones culturales.

Por último analicé la escala técnica para ver si se habían tenido en cuenta los siguientes aspectos: correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web, problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible, existencia de mismo contenido en distintas versiones en diferentes lenguas, existencia de documentos adjuntos, no satisfacción de las expectativas del cliente, caracteres acentuados, traducción de los nombres de las diferentes páginas, imágenes localizadas, audios y vídeos localizados, accesibilidad, presencia de segmentos no traducidos, segmentos en una lengua que no sea ni la origen ni la meta, incorrecta combinación de segmentos, estructura de la página, disposición de la información, etiquetas y palabras clave y SEO. En esta escala casi todos los ejemplos los he puesto con capturas de pantalla porque así se reflejaban mejor los resultados y la demostración de los errores técnicos.

Por último, voy a mostrar en una tabla si se tienen en cuenta los aspectos técnicos y las secciones en las que se pueden observar estos aspectos.

¿Se han tenido en cuenta los siguientes aspectos técnicos?	Sí	No	No procede
Correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web	X (Todas las secciones)		
Problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible		X (<i>Montagne, Patrimoine et culture y Gastronomie</i>)	
Mismo contenido en distintas versiones en diferentes lenguas	X (Todas las secciones)		
Documentos adjuntos	X (<i>Planifiez votre voyage</i>)		
No satisfacer las expectativas del cliente (ej: si no se traduce más allá de la página de inicio)	X (Ninguna de las secciones, es decir, se traducen todas)		
Caracteres acentuados (formato Unicode)		X (<i>Bien-être y Montagne</i>)	
Traducción de los nombres de las diferentes páginas		X (Casi ninguna de las secciones ya que no se traducen)	
Imágenes localizadas		X (Ninguna de las secciones)	
Audios y vídeos localizados		X (Casi ninguna de las secciones)	
Accesibilidad		X (No en todas las secciones)	
Segmentos no traducidos		X (<i>Patrimoine et culture y Bien-être</i>)	

Segmentos en una lengua que no sea ni la origen ni la meta	X (Ninguna de las secciones)		
Incorrecta combinación de segmentos		X (<i>Semaine Sainte 2018 y Bien-etre</i>)	
Estructura	X (La misma en todas las secciones)		
Disposición de la información	X (La misma en todas las secciones)		
Etiquetas y las palabras clave	X		
SEO	X		

Tabla 3. Tabla que refleja las secciones en las que se pueden observar estos aspectos.

4. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS TRADUCCIÓN VERSIÓN EN FRANCÉS

He analizado este apartado durante los meses de febrero y marzo, por lo tanto si se ha cambiado alguna información desde esa fecha hacia adelante, esos cambios no aparecen en este trabajo.

En primer lugar, en la parte superior de la página de inicio, encontramos una serie de secciones que tienen que ver con los viajes y actividades que se pueden realizar y con noticias relacionadas con el turismo en Granada, al igual que en la versión original en español. Estas secciones se denominan *Destinations*, *Planifiez votre voyage*, *Choses à faire*, *Actualité*, *Espace professionnel* y *Mon Granada*.

Además, cuando ponemos el cursor en alguno de estos enlaces se muestran numerosos apartados en los que podemos pinchar para conocer más información. Esto ocurre con las secciones *Destinations*, *Planifiez votre voyage* y *Choses à faire*.

➤ **Sección *Destinations***

Si mantenemos el cursor en el enlace *Destinations*, los apartados se dividen en dos: *Régions* y *Nous te recommandons*. En *Régions* encontramos información sobre “Sierra Nevada”, “Costa Tropical”, *Granada et son environnement*, “Poniente Granadino”, “La Alpujarra et Valle de Lecrín”, “El Altiplano: Baza et Huéscar” y “Guadix et El Marquesado”. En “Costa Tropical” aparece la misma información que en la página original pero en francés omiten poner antes del vídeo “Más información sobre la Costa

Tropical”. En *Granada et son environnement* ocurre lo mismo que en el apartado anterior, es decir, en francés omiten la frase “Más información sobre Granada y su entorno” antes del vídeo. Además, en francés aparece información nueva que no está en la página original. En “Poniente Granadino” aparece la misma información pero en francés está dividida en tres párrafos y en español en cuatro. En “La Alpujarra et Valle de Lecrín” tampoco aparece en francés “Más información sobre las Alpujarras y Valle de Lecrín”. Por último, en “El Altiplano: Baza et Huéscar” y en “Guadix et El Marquesado” también omiten “Más información turística sobre el Altiplano Granadino” y “Más información turística sobre Guadix y El Marquesado”. Por otro lado está el apartado *Nous te recommandons*, donde podemos encontrar información turística de los distintos municipios de Granada.

➤ **Sección *Planifiez votre voyage***

En la sección *Planifiez votre voyage*, la información se divide en cinco apartados: *Comment arriver à Granada*, *Manger et boire*, *Où séjourner*, *Informations pratiques y Granada, c’est facile!* En cada uno de los apartados hay diferentes enlaces para acceder a la información. En el apartado de *Comment arriver à Granada* se puede acceder a *Comment arriver*, *Taxis*, *Autobus*, *Location de véhicule* y *Consigne*. En *Comment arriver* aparece cómo se puede llegar: en avión, en tren, en barco o por carretera. Aparece lo mismo en la página en francés pero en el apartado de por carretera, es decir, *route* se omite información y no aparece la explicación del acceso restringido a barrios históricos de Granada. En el apartado de *Manger et boire* está *Où manger*, *Spécialités de Granada*, *Appellations d’Origine et de Qualité Granada*, *Visite des caves et d’autres producteurs* y *Recettes*. En este apartado aparece la misma información. En el apartado de *Où séjourner* se accede a *Trouve votre hébergement* y *Cave Hotels*. En *Cave Hotels* hay seis diferentes apartados, en el apartado de “La experiencia” la información en la página original aparece dividida en tres párrafos y en francés en cinco. Además, en francés se añade nueva información. En esta misma sección de *Cave Hotels* en la página original aparece un apartado que se llama “Una historia en vídeos” que no está en la página francesa y en francés hay un apartado llamado *Cavernes préhistoriques* que no está en español. En el apartado de *Informations pratiques* se informa sobre *Comment visiter L’Alhambra*, *Questions fréquentes*, *Agencias de viaje*, *Brochures et plans*, *Visitas guiadas* y *Offices de tourisme*. Y, por último, a través del apartado de *Granada, c’est facile!* se pueden conseguir entradas y descuentos para los museos y monumentos más importantes que hay con la “Granada Card” y, además, se puede descargar la aplicación “Granada Tourapp” para móviles y tabletas. En el enlace de “Granada Card” no aparece en la información que se da en francés que el Centro de Información y Reservas no está disponible los días festivos.

➤ **Sección *Choses à faire***

En la sección *Choses à faire* hay una amplia variedad de opciones ya que hay trece apartados que son los siguientes: *Connaître son art et sa culture*, *Artisanat et zones de courses*, *Pour les enfants*, *Gay Friendly*, *Apprendre l'espagnol à Grenade*, *Congrès et stimulants d'entreprise*, *Soleil et plages*, *Vivre la nature*, *Bien-être*, *Skier dans la Sierra Nevada*, *Tourisme accessible*, *Tourisme religieux* y *Top+100*. Además, algunos de estos apartados tienen a su vez diferentes subapartados. En el apartado de *Connaître son art et sa culture* se encuentra información sobre "La Alhambra", *Monuments*, *Musées*, *Patrimoine Culturel*, *Routes Culturelles*, "Flamenco", *Points de vue de Granada*, *Fêtes y Espaces Culturels*. En "La Alhambra" hay varios apartados, uno de ellos se denomina "Generalife" y no aparece la misma información en las páginas en español y francés, se da información diferente. Otro apartado dentro de "La Alhambra" que se llama "Alcazaba" omite información sobre la Torre de la Vela, no se habla de ella en francés. También en *Le Partal* solo hay un párrafo de información mientras que en la página original aparecen tres párrafos. Ocurre lo mismo en el apartado *Royale bains* ya que en francés solo hay un párrafo y en español cinco. En *Le Palais de Carlos V* si pinchamos en *Musée de L'Alhambra* en francés solo hay un párrafo en el que se informa sobre este museo y en español hay cuatro, es decir, hay mucha más información en la página original. En *Congrès et stimulants d'entreprise* en francés aparecen dos subapartados y en español tres, es decir, omiten información en francés. En el apartado de *Soleil et plages* se puede acceder a *Plages*, *Activités nautiques* y *Ports sportifs*. En *Plages* se omite el vídeo sobre la Costa Tropical que aparece en español. En *Vivre la nature* se encuentran los subapartados *Excursions et Randonnée*, *Aires protégées*, *monuments naturels et arbres historiques*, *Sports Aériens*, *Golf*, *Balades à cheval* y *Entreprises de tourisme actif*. En *Aires protégées, monuments naturels et arbres historiques* se divide la información en dos subapartados pero en español se divide en tres y por lo tanto se explica más acerca del tema. En *Bien-être* se obtiene información de *Stations balnéaires*, *Bains arabes* y *Spas*. En *Skier dans la Sierra Nevada* se pueden consultar los subapartados *Station de Ski de la Sierra Nevada*, *Station de Ski du Col de La Ragua*, *Sentiers pour Sierra Nevada* y *Toucher la neige*. En *Sentiers pour Sierra Nevada* no se encuentra la página en francés, está mal localizada. En "Turismo religioso" se ofrece información sobre la Semana Santa de Granada, es decir, *Fêtes de Pâques*. Por último, en "Top +100" se dan más de 100 propuestas para disfrutar de Granada.

Por otra parte, en la esquina superior derecha, encontramos tres pequeños iconos al igual que en español. El primero es el símbolo de un candado y se utiliza para iniciar sesión si se tiene cuenta de usuario. El segundo es el símbolo de una lupa para buscar la información que deseemos. Cuando pinchamos en este icono podemos buscar como una búsqueda general o buscar por tipología. Esta opción es muy interesante ya que nos ofrece un amplio abanico de opciones como por ejemplo: *Activités nautiques*, *Agences de voyage*, *Centres commerciaux*, *Espaces culturels*, *Fêtes et événements* etc. El tercer y último icono nos muestra los diferentes idiomas en los que está traducida y

localizada la página web, estos idiomas son: español, inglés, francés, alemán, italiano, euskera, catalán, gallego, portugués, ruso, chino y japonés, es decir, un total de 12 lenguas.

Justo debajo de esta información anteriormente citada, se encuentra una foto grande con el título de la sección a la que se refiere. Había seis secciones pero actualmente hay siete ya que se ha añadido una nueva en este mes de marzo dedicada a la Semana Santa. Estas secciones son: *Semaine Sainte 2018*, *Montagne*, *Nature*, *Patrimoine et culture*, *Bien-être*, *Gastronomie* y *Soleil et plage*. A continuación, vamos a ir viendo los diferentes apartados que tiene cada sección.

➤ **Sección *Montagne***

Hay diferentes apartados o enlaces que nos llevan a conocer más información, estos apartados son: *Station de ski de Sierra Nevada*, *Ski de fond en La Ragua* y *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique*. En *Station de ski de Sierra Nevada* y en *Ski de fond en La Ragua* no se encuentra la información en la página en francés.

➤ **Sección *Nature***

En *Nature* podemos obtener información de *Parcs Naturels*, *Activités* y *Grotte Hotels*. En *Parcs Naturels* la información aparece dividida en dos subapartados en francés pero en español hay tres, es decir, se omite uno en la página francesa. En *Activités* aparece un pequeño párrafo de información acompañado de una foto en francés pero en español esta información no está. En *Grotte Hotels* hay seis diferentes apartados, en el apartado de “La experiencia” la información en la página original aparece dividida en tres párrafos y en francés en cinco. Además, en francés se añade nueva información. En esta misma sección de *Grotte Hotels* en la página original aparece un apartado que se llama “Una historia en vídeos” que no está en la página francesa y en francés hay un apartado llamado *Cavernes préhistoriques* que no está en español.

➤ **Sección *Patrimoine et culture***

En *Patrimoine et culture* podemos acceder a *Monuments*, *Musées* y *Visiter La Alhambra*. En *Visiter La Alhambra* no se encuentra la página, es decir, el enlace no funciona bien y no hay ninguna información.

➤ **Sección *Bien-être***

En *Bien-être* se encuentran los apartados de *Stations thermales*, *Bains arabes* y *Spa*. En todos los apartados aparece la misma información que en la página original.

➤ **Sección *Gastronomie***

En *Gastronomie* están los enlaces *Tapas et des spécialités de Granada*, *Visite chez nos producteurs* y *Les appellations d'origine contrôlée et protégée*. En todos estos enlaces

o apartados no se encuentran las páginas en francés y por lo tanto no aparece la información que hay en español.

➤ **Sección *Soleil et plage***

En *Soleil et plage* se obtiene información de *Plages*, “Costa Tropical” y *Activités nautiques*. En *Plages* no está el vídeo que trata de la Costa Tropical. En “Costa Tropical” aparece la misma información en francés y en español pero en francés omiten la frase “Más información sobre la Costa Tropical” situada antes del vídeo que aparece en este apartado.

➤ **Sección *Semaine Sainte 2018***

Esta sección consta de los siguientes apartados: *Semaine Sainte à Cuevas del Campo*, *Semaine Sainte dans la ville de Granada* y *Semaine Sainte dans la province de Granada*. En *Semaine Sainte à Cuevas del Campo* aparecen varios subapartados: en español hay dos y en francés ocho y son todos diferentes, es decir, esto no concuerda en ambas versiones. En la versión en francés tendrían que haber puesto los mismos enlaces que aparecen en español ya que son los que hablan de la Semana Santa en Cuevas del Campo.

Después de esta información aparece un espacio llamado *À la découverte de Granada*, dedicado a la agenda cultural y de ocio de la provincia de Granada. Aquí, se muestran diferentes fechas de exposiciones y actuaciones, entre otros muchos más eventos. Por ejemplo: “Exposición Gabriel Morcillo”, “Flamenco viene del sur”, “Antonio Carmona”, “Oliver Twist” etc.

Justo debajo, hay un cuadro rojo donde se pueden buscar eventos, seleccionando municipio, tipo de evento y fechas.

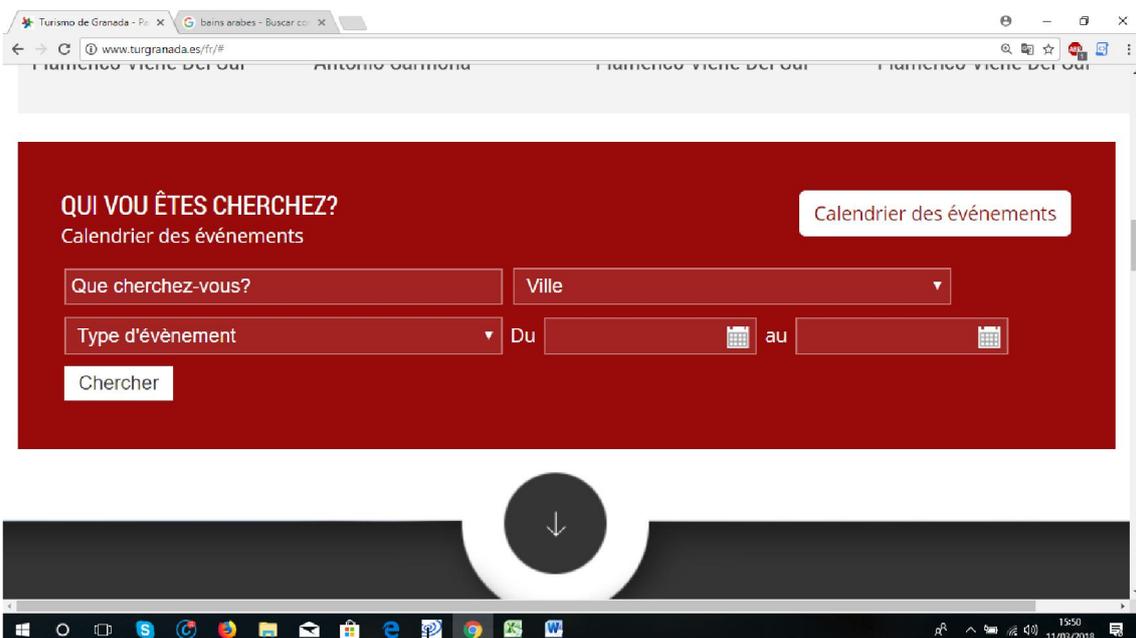


Figura 2. Captura de pantalla de la sección *Qui vou êtes cherchez?* Captura realizada el 11/03/2018.

Debajo de este cuadro hay una sección que se llama Granada, *l'essentiel*, donde podemos echar un vistazo a algunas propuestas que sugieren para sacar un mayor partido a la visita. Algunas de las propuestas son : *Skier dans la Sierra Nevada, Visiter les quartiers de L'Albaicín et du Sacromonte, Visiter le Parc des Sciences de Grenade, Goûter le Caviar de Riofrío et Parcourir les Villages de l'Ouest Grenadin*, entre otras muchas más opciones.

En la versión en francés de la página web no aparece el vídeo de 7 minutos y 40 segundos que está en español.

Por último, se encuentra la sección *#Granada est à vous!* En esta sección se muestran las diferentes redes sociales (Instagram, Twitter y Facebook) en las que se puede encontrar al Patronato Provincial de Turismo de Granada.

En la parte inferior de la página de inicio, se encuentra información administrativa, como el logotipo de la Diputación de Granada, la dirección, el teléfono, el fax y logotipos de la Unión Europea y de la Junta de Andalucía, entre otros.

4.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA ESCALA

Tras el análisis y comparativa de las dos versiones en los dos idiomas objeto del estudio, se ha aplicado la escala descrita anteriormente en el apartado de la Metodología.

A. Cuestiones lingüísticas

Voy a analizar con qué frecuencia se producen ciertos errores lingüísticos, además de reflejarlo con ejemplos.

	Nunca	en 1 o 3 ocasiones	en +5 ocasiones
Contrasentidos	X		
Falsos sentidos			X
Sin sentidos	X		
Omisiones de información			X
Calcos, préstamos, barbarismos o falsos amigos		X	
Falta de precisión terminológica		X	
Falta de coherencia terminológica		X	

Uso incorrecto de siglas y acrónimos	X		
Alteración del orden sintáctico de una frase			X
Calcos sintácticos	X		
No respeto de las reglas gramaticales de la lengua meta			X
Calco de estructuras de la lengua origen			X
Uso incorrecto de las funciones lingüísticas del texto en la lengua meta	X		
Registro inadecuado		X	
Ambigüedad	X		
Párrafos o frases incompletas			X
Palabras mal escritas (cacografías)			X
Puntuación incorrecta		X	

Tabla 4. Descripción de la frecuencia en que se producen los errores lingüísticos.

- Contrasentidos

He comparado la página en español y en francés y no he encontrado ningún contrasentido.

- Falsos sentidos

Hay un falso sentido en la página de inicio del sitio web. Donde pone en español “agenda cultural”, en francés lo han traducido como *actualité*. Lo correcto sería haberlo traducido como *programme culturel* o *plans culturels*.

En la sección *Bien-être* si pinchamos en *Stations thermales* vienen más subapartados dentro de este apartado, como por ejemplo: *la culture de l’eau, thermes romains etc.* Pero hay un subapartado traducido como *balnéaires* cuando en la versión original en español se refiere a los balnearios. Es un falso sentido ya que el término *balnéaire* en francés se refiere al agua del mar, por lo tanto el término adecuado en francés para balneario sería *station thermale*.

En la sección “Pura nieve” si pinchamos en “Subir a la cima de la Península Ibérica” se puede observar que en la versión en francés se denomina *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique*. Creo que hay un falso sentido porque cima en francés sería *sommet*. El término *toit* puede significar techo o tejado.

Hay otro falso sentido en *Planifiez votre voyage*. Dentro de esta sección si nos fijamos en el apartado *Où séjourner* se divide en dos subapartados: *Trouve votre hébergement* y *Cave Hotels*. Este último, *Cave Hotels*, se refiere a los hoteles cueva y creo que es un falso sentido porque *cave* en francés significa bodega o sótano y lo que queremos reflejar aquí es que hay hoteles hechos en las rocas y que parecen cuevas, por lo tanto lo correcto sería poner *Grotte Hôtels*.

- Sin sentidos

No hay sin sentidos.

- Omisiones de información

En la página de inicio se omite una de las secciones formada por una foto y el título debajo. La sección que se omite es la denominada “Cicloturismo” ya que en la versión en francés no aparece. De esta manera, en español la página presenta siete secciones y en francés seis.

Además, también en la página de inicio, hay un enunciado que se omite en la versión en francés. El enunciado es el siguiente: “Así es la provincia de Granada. Aire puro. Puro sol. Pura nieve. Puro arte” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

En la versión en francés cuando pinchamos en la sección *Nature* podemos seleccionar *Parcs naturels*, *Activités* y *Grotte hotels*. Cuando pinchamos en *Activités* nos lleva a la misma información que cuando pinchamos en *Parcs Naturels*. Esto es un error y una omisión de información ya que en la versión original en español cuando pinchamos en el equivalente de *Activités* que sería “Excursiones y senderismo” nos lleva a otro tipo de información relativa a los distintos sitios donde podemos realizar excursiones y hacer senderismo. En el apartado *Parcs naturels* hay algunos lugares para visitar que no tienen información, como por ejemplo: “Jardín Botánico La Cortijuela” y “Laguna de Padul”, mientras que en la versión original sí dan información sobre ambos lugares. Además, si accedemos a esta sección de *Nature*, en español “Aire puro” y pinchamos en el apartado de “Parques naturales y espacios protegidos” vemos que los subapartados dentro de este apartado en español se dividen en tres: “Espacios protegidos”, “Monumentos naturales” y “Árboles con historia”, pero en francés el subapartado de “Espacios protegidos” y “Monumentos naturales” se juntan en uno solo, es decir, *Aires protégées et monuments naturels*. Lo que ocurre en este caso es que la información que aparece en español en el subapartado de “Monumentos naturales” se pierde en la versión en francés.

Una vez que estamos dentro de la sección *Bien-être* nos aparecen más apartados como por ejemplo *Stations thermales*, *Bains arabes* y *Spa*, y dentro de estos tres apartados hay un subapartado que se llama *Balnéaires* donde aparecen algunos balnearios de la

zona como por ejemplo el balneario de Zújar, que tiene información en la versión original pero en la versión en francés no.

Desde la página de inicio, pinchamos en la sección de *Soleil et plage* y vemos que en la versión original en español hay un apartado que se llama “Playas y calas” y en francés solo traducen playas pero no reflejan el término calas, es decir, en francés el apartado se denomina *Plages*. Creo que es una omisión de información y que deberían haber puesto *Plages et criques*. Además, en el apartado denominado *Plages* no aparece el vídeo de la Costa Tropical que está en la versión en español. También hay una omisión de información en el apartado de “Costa Tropical” ya que al final de la página donde pone “¿Qué quieres hacer?”, en la versión original hay una lista denominada “categoría” y en la versión en francés esta información no aparece. Tampoco aparecen los diferentes monumentos que se ilustran por último en este apartado de la página web.

En la página de inicio, por último hay una sección que se llama “Granada Esencial”. En francés hay algunos títulos o apartados que omiten información, por ejemplo: “La Alhambra y el Generalife” en francés se omite “el Generalife” ya que aparece *Comment visiter l’Alhambra de Granada*; “Parque de las Ciencias, el museo más visitado de Andalucía”, en francés *Visiter le Parc des Sciences de Grenade*; “Dormir en un Cave Hotel en Guadix o El Altiplano”, en francés *Dormir dans une Cave Hotel*; “Conocer las costumbres y la arquitectura de La Alpujarra”, en francés *Connaître l’architecture de l’Alpujarra*.

Por último, debajo de esta sección llamada “Granada Esencial” encontramos un vídeo en la página web original pero en la versión francesa esta información desaparece.

- Calcos, préstamos, barbarismos o falsos amigos

Hay varios galicismos. En el apartado “Comer y beber” de la sección “Planea tu viaje” se puede ver que el primer subapartado se titula “Encuentra un restaurante”. La palabra restaurante es un galicismo que proviene del francés *restaurant*. En el apartado “Dónde dormir” de la sección “Planea tu viaje” el primer subapartado es “Encuentra tu alojamiento”. Dentro de esta página aparece muchas veces la palabra “Hotel” que también es un galicismo del francés *hôtel*.

En la sección *Montagne* si pinchamos en *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* observamos que en el primer párrafo traducen “amantes del senderismo” como *passionnés de randonnées*. En este caso creo que el término no se utiliza bien porque lo más adecuado para expresar que a alguien le encanta alguna actividad sería el término francés *amateur*. Por consiguiente, lo traduciría como *les amateurs de randonnées*.

- Falta de precisión terminológica

En el apartado “Recetas tradicionales de Granada” de la sección “Planea tu viaje” aparecen las gachas picantes dentro de los platos principales. El término que han utilizado en francés para “gachas” no es preciso ya que han usado *bouille*, no es preciso ya que se han confundido con la expresión *réduire en bouille* que significa hacer papilla. Por lo tanto, el término preciso y específico para “gachas” sería *bouillie*.

Además, hay otro plato traducido sin precisión, es el caso de “La olla de San Antón”. En francés, el término “olla” se ha traducido como *marmite*. Este término no es preciso ya que se refiere al recipiente y no al plato en sí mismo. Por lo tanto la mejor opción sería traducirlo como *ragoût*, ya que se refiere al tipo de guiso.

- Falta de coherencia terminológica

En el apartado “Balnearios” de la sección “Salud y bienestar” hay una frase en español que se redacta correctamente pero en francés no hay coherencia terminológica con una palabra y esto hace que no concuerde con lo que se quiere decir. Ejemplo: “Nada sabían de balnearios, spas o tratamientos de hidroterapia los primeros pobladores de la provincia (...)” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). « *Les premiers habitants de la province, qui découvrirent fortuitement les propriétés curatives de l’eau, n’en savaient rien de stations balnéaires, Spas ou traitements d’hydrothérapie.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Hay falta de coherencia terminológica en el término “balnearios” ya que en la traducción han hecho una fusión de términos que no tienen nada que ver. Han traducido “balnearios” como *stations balnéaires*, pero lo correcto sería traducirlo como *stations thermales*.

- Uso incorrecto de siglas y acrónimos

No hay uso incorrecto de siglas y acrónimos.

- Alteración del orden sintáctico de una frase

Desde la página de inicio, si pinchamos en la sección “Pura nieve” y a su vez en “Subir a la cima de la Península Ibérica” podemos ver que al final de la información que se da en este apartado, es decir, en “REMONTES DE LA ESTACIÓN DE ESQUÍ DE SIERRA NEVADA”, el primer párrafo en la versión original en español está escrito sintácticamente en un orden y en la versión en francés ese orden sintáctico cambia y la frase no se entiende muy bien. Aquí se muestra el ejemplo tanto en español como en francés: “Desde los 2.200 metros de la urbanización de Pradollano a los 3.000 metros de altitud, muy cerca de El Veleta. Esa es la posibilidad que ofrece Sierra Nevada con la apertura en verano (de principios de julio a principios de septiembre) de dos medios mecánicos, un telecabina y un telesilla; con ellos se puede acceder en unos minutos y sin apenas esfuerzo al entorno de las altas cumbres.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). « *En été (de début juillet à début septembre), la Sierra*

Nevada vous offre la possibilité de vous rendre du lotissement de Pradollano à 2 200 mètres d'altitude, à 3 000 mètres d'altitude, à proximité de El Veleta, en empruntant deux moyens mécaniques, un télécabine et un télésiège ; ils permettent d'accéder aux sommets en quelques minutes et sans effort. » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Creo que no se traduce bien este párrafo, como por ejemplo se puede ver en la parte que habla de los metros de altitud.

Desde la página de inicio pinchamos en “Agua pura” y “Balnearios”. Aquí, en el subapartado denominado “Las termas”, hay una alteración del orden sintáctico y se comete un error. Ejemplo: “Tanta era la importancia que el Imperio daba a estos espacios que no dudó en emplear a sus principales ingenieros para realizar importantes obras hidráulicas que canalizaran las aguas de estos manantiales.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). « *L'importance que concédait l'Empire à ces espèces était telle, qu'il n'hésita pas à compter avec les ingénieurs principaux pour la réalisation des importants travaux hydrauliques nécessaires pour canaliser les eaux de ces sources. »* (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). El error está en que en francés construyen mal la oración de relativo: *L'importance que concédait l'Empire (...)*; lo correcto sería: *L'importance que l'Empire concédait (...)*. En otro subapartado denominado “Limpieza de espíritu” hay otra alteración y por lo tanto se produce otro error. Ejemplo: “El propio texto coránico impone la obligación del cuidado y limpieza del cuerpo y hasta el propio ritual prevé la práctica de las abluciones antes de la oración.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). « *Le texte coranique impose même l'obligation du soin et propreté du corps, avec la pratique obligatoire des ablutions préalables à la prière présente dans le rituel. »* (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En vez de traducir: *Le texte coranique impose même (...)*, lo correcto sería poner: *Le texte coranique lui-même impose (...)*.

- Calcos sintácticos

He comparado las páginas en español y francés y no he encontrado ningún calco sintáctico.

- No respeto de las reglas gramaticales de la lengua meta

En la sección *Semaine Sainte*, si pinchamos en el apartado de *Semaine Sainte dans la ville de Granada* se observa que en una frase del primer párrafo no se respetan las reglas gramaticales del francés. La frase es la siguiente: « *La Semaine Sainte grenadine est l'une des traditions les plus ancrées de la ville et attire le plus grand nombre de visiteurs. »* (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En esta frase en lugar de escribir « *attire le plus grand nombre de visiteurs* » se debería poner « *attire un grand nombre de visiteurs* ». En este mismo apartado, en el tercer párrafo, aparece otra frase que no está bien gramaticalmente: « *En outre, pendant les*

processions on peut voir et parcourir des endroits qui sont une valeur esthétique ajoutée (...) » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En esta frase en lugar de utilizar el verbo *être* se tendría que haber puesto el verbo *avoir*, es decir: (...) *des endroits qui ont une valeur (...)*.

En el apartado llamado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* hay una frase en la que no se respetan las reglas gramaticales de la lengua meta: « *Ce service fonctionne uniquement pendant la saison printemps-automne (de Pâque à début décembre, selon les conditions météo).* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Creo que la parte que está entre paréntesis en esta frase está mal ya que lo correcto sería poner: *de la Pâque au début décembre, selon les conditions météo*. En este mismo apartado ocurre el mismo error en otra frase distinta: « *En été (de début juillet à début septembre)* ». (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En esta frase lo correcto sería poner *du début juillet au début septembre*.

En el apartado *Grotte Hotels* de la sección *Nature* si pinchamos en el subapartado llamado *Une expérience* se puede observar que en el último párrafo no se respetan las reglas gramaticales. Ejemplo: « (...) *la conservation d'une des traditions constructives et architectoniques les plus particulières d'Europe.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La palabra *Europe* lleva artículo en francés, por lo tanto se debería escribir *de l'Europe*.

Al final de la página de inicio, en la sección *#Granada est à vous!*, hay una frase al lado del título en la que no se respetan las reglas gramaticales: « *Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux et partager votre expérience dans #Granada* ». (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Aquí, el verbo *partager* está mal conjugado, lo correcto sería *partagez*.

- Calco de estructuras de la lengua origen

En el apartado *Grotte Hotels* de la sección *Nature* hay varios subapartados. En uno de ellos, titulado *Une expérience*, hay una frase que es un calco de la estructura en español. La frase tanto en español como en francés es la siguiente: « *Dormir dans une maison – grotte est une expérience qui plonge complètement le visiteur dans la culture et le mode de vie de plus de 3.000 familles de Grenade.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) “Dormir en una casa cueva es una experiencia que sumerge al visitante de lleno en la cultura y en la forma de vida de más de 3.000 familias granadinas.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) En esta misma sección y apartado hay otro subapartado en el que se encuentra un calco de la estructura, es el siguiente: « *Excavées aux versants de collines en pente et des ravins, les grottes et les maisons – grotte ont une disposition sans planification qui fait attention au relief duquel elles font partie et à la position du soleil.* » (Patronato

Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) “Excavadas en las laderas de empinados cerros y barrancos, las cuevas y casas cueva se disponen sin un plan previo, atentas sólo al relieve del que forman parte y a la situación del sol.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

En el apartado de *Stations thermales* de la sección *Bien être* hay varios subapartados y en uno de ellos, titulado *Proprété de l’esprit*, hay un calco de estructura que es el siguiente: « *Aux luxueux Baños Reales ou de Comares, qui se trouvent à l’intérieur de l’Alhambra, dans un magnifique état de conservation, et à ceux de Bañuelo, également à la capitale, s’ajoutent les Baños de Baza ou de Marzuela (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). “A los lujosos Baños Reales o de Comares, que se hallan en el interior de La Alhambra de Granada, en un magnífico estado de conservación o los del Bañuelo, también en la capital, se suman los Baños de Baza o de Marzuela (...)” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018).

En el apartado “Costa Tropical” de la sección *Soleil et plage* aparece otro calco de la estructura que aparece en la página original. Ejemplo: « *Fondé par les phéniciens près de mille ans avant Jésus Christ sous le nom de Sexi, le village d’Almuñécar est un endroit (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). “Fundado por los fenicios unos mil años antes de Cristo con el nombre de Sexi, Almuñécar es un lugar (...)” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018).

- Uso incorrecto de las funciones lingüísticas del texto en la lengua meta

No hay uso incorrecto de las funciones lingüísticas del texto en francés ya que se respeta la misma función que se utiliza en el texto original. A continuación, voy a justificarlo con algunos ejemplos:

En el apartado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* se utiliza la función persuasiva en la página original y también en francés: « *Sierra Nevada est l’endroit idoine pour faire des excursions de haute montagne, notamment pendant la saison estivale, lorsqu’il y a moins de neige et que les conditions météo sont plus favorables. Ceux qui désirent gravir les sommets de la Péninsule Ibérique devront grimper à pied (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). “Sierra Nevada es un lugar perfecto para disfrutar de excursiones de alta montaña, especialmente en verano, cuando hay menos nieve y las condiciones meteorológicas son más favorables. Quienes deseen pisar las cumbres de la Península Ibérica deben subir a pie (...)” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018).

En el apartado *Parcs naturels* de la sección *Nature* se utiliza la función informativa o referencial en la página original y también en francés: « *La province de Granada héberge une grande diversité d’espaces naturels parmi lesquels on trouve un Parc National et cinq Parcs Naturels, puis de nombreuses contrées d’une riche valeur*

environnementale. Dans tous ces espaces on peut trouver une grande variété d'espèces végétales et animales, beaucoup d'entre elles endémiques. » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) “La provincia de Granada alberga una gran diversidad de espacios naturales entre los que cuenta con un parque nacional y cinco parques naturales, junto con numerosos parajes de un rico valor medioambiental. En todos ellos podemos encontrar gran variedad de especies vegetales y animales, muchas de ellas endémicas.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

- Registro inadecuado

En el apartado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* utilizan un registro informal, es decir, no es un registro formal y utilizan un vocabulario normal. Pero en una de las frases utilizan una palabra muy formal y creo que se debería de poner otra más coloquial. Ejemplo: « (...) *un incroyable mirador au-dessus du Ravin de la rivière Guarnón, qui offre une vue imprenable des hauts sommets (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La palabra a la que me refiero es *imprenable*, que significa en español inexpugnable o ilimitado. Creo que se debería de poner una palabra menos formal, como por ejemplo *interminable* o *hallucinant*. Además, es importante anotar que en este apartado se repite la misma palabra muchas veces.

- Ambigüedad

En esta página web no hay ambigüedad si comparamos entre las dos lenguas ya que se traduce todo muy literalmente y, aunque no esté bien traducido, se mantiene la misma idea que en la página original en español.

- Párrafos o frases incompletas

Una vez que estamos dentro de la sección *Bien-être* nos aparecen más apartados como por ejemplo *stations thermales, bains arabes* y *spa*, y dentro de estos tres apartados ocurre el mismo error ya que en un subapartado que tienen los apartados que se llama *la culture de l'eau* he podido cerciorarme de que en la versión en francés se omite información ya que cuando se explica este apartado no aparece la última frase de la versión original.

En la sección *Nature* aparecen varios apartados. Si pinchamos en el apartado *Parcs naturels* se omiten dos párrafos de información, que tratan sobre los monumentos naturales y que sí aparecen en la versión original en español.

En la sección *Planifiez votre voyage*, si pinchamos en *Comment arriver à Granada* y *Comment arriver* hay dos párrafos en la información que se da sobre cómo llegar en

avión que no aparecen en la página web meta. Uno de los párrafos habla del Aeropuerto Federico García Lorca y otro de las rutas y horarios.

En la sección *Choses à faire*, si pinchamos en *Connaître son art et sa culture* y en “La Alhambra” aparecen varios apartados donde se puede ver más información sobre el Palacio Real, el Generalife etc. Cuando pinchamos en el “Generalife” se puede observar que el primer párrafo, que es una definición del Generalife, no aparece en francés. Además los demás párrafos no contienen la misma información que en la página web original. Por otro lado, si pinchamos para ver información sobre la “Alcazaba” también se suprime un párrafo en francés que trata sobre la torre de la Vela. En *Le Partal* también se suprime el último párrafo que ofrece información sobre los dos leones que había antes en el estanque.

- Palabras mal escritas (cacografías)

En la página de inicio, pinchamos en la sección *Nature* y en el apartado *Activités*. En esta página hay una palabra mal escrita ya que han escrito Granada en minúscula y en español cuando lo correcto sería escribir *Grenade*. Además, si pinchamos en la sección *Nature* y en el apartado *Grotte Hotels* encontramos una frase donde hay una palabra mal escrita: « (...) *un des produits touristiques les plus attrayants et singuliers des la province de Granada.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La palabra *des* está mal, lo correcto es *de la province de Granada*.

En el apartado llamado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* hay una cacografía en la frase siguiente: « (...) *ce circuit rejoint la zone commue comme « Alto del Chorrillo » ou Mirador de Trevélez.* ». (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Aquí se han equivocado al escribir el participio del verbo *connaître* ya que se escribe con n y no con m: *connue comme (...)*.

En el apartado *Parcs naturels* de la sección *Nature* se ha intentado escribir Granada en francés pero está mal escrita ya que aparece como *Grenada* en lugar de *Grenade*.

En la sección *Choses à faire*, si pinchamos en el apartado *Congrès et stimulants d’entreprise* se pueden encontrar palabras mal escritas, como por ejemplo en el primer párrafo: « (...) *le Palais d’Expositions et Congrès et le siège principal pour ce genre d’événements.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En este caso se ha escrito mal el verbo *être*, ya que aparece escrita la tercera persona del singular como *et* en lugar de *est*, que sería lo correcto.

En el apartado “Top+100” de la sección *Choses à faire* hay una frase que define el apartado y aparece una palabra mal escrita. Ejemplo: « *Plus de 100 propositions inobliales* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La palabra *inobliales* es una cacografía, lo correcto es *inoubliables*.

Al final de la página de inicio se encuentra la sección #Granada est à vous! En la frase que aparece en el lado derecho de la interfaz hay una cacografía ya que se ha escrito la palabra “experiencia” como *experiencia* y lo correcto es *expérience*. Ejemplo: « *Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux et partager votre expérience dans #Granada* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018).

- Puntuación incorrecta

Hay un título de una sección donde la puntuación es incorrecta. Se trata de la sección *Bien-etre*; aquí hay un error ya que *être* debería de llevar el acento circunflejo, por lo tanto la palabra escrita correctamente sería *Bien-être*.

En el apartado “Costa Tropical” de la sección *Soleil et plage* hay una palabra con la puntuación incorrecta. Ejemplo: « *Son nom est du à l’exceptionnelle bonté du climat pendant toute l’année qui fit de cette région (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). El participio del verbo *devoir* está mal puntuado ya que debería llevar un acento circunflejo, es decir, lo correcto sería *dû*. En este mismo apartado aparece otra palabra mal puntuada. Ejemplo: « *Home»Regions»Costa Tropical* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La palabra *Regions* debería tener un acento agudo en la “e”, por lo tanto lo correcto es escribir *Régions*.

B. Cuestiones culturales

Aquí, voy a fijarme en si se respetan las siguientes convenciones culturales o se han producido las adaptaciones culturales necesarias. Además, veremos si el respeto de esta convención o esta adaptación es relevante para la cultura meta.

¿Se respetan las siguientes convenciones culturales o se han producido las adaptaciones culturales necesarias?	Sí	No	¿El respeto de esta convención o esta adaptación es relevante para la cultura meta?:	Sí	No
Atención al cliente (disponibilidad en distintas lenguas)	X			X	
Explicitaciones innecesarias y/o incorrecta		X		X	
Información innecesaria para la audiencia de la lengua meta	X			X	

Adaptación de los datos básicos de la empresa	X			X	
Noticias específicas de un país		X			X
Volumen de información		X		X	
Juegos y concursos (no hay)					
Oferta de productos que no están disponibles en ese país		X		X	
Traducción de formularios que hay que rellenar (ej: al crear una cuenta o perfil)		X		X	
Problemas de traducción de información personal de nombres y direcciones (zip code y postal code, state y province)		X		X	
Enlaces a páginas web locales		X			X
Uso de la variedad dialectal adecuada	X			X	
Moneda incorrecta	X			X	
Navegación guiada	X			X	
Limitación de <i>scroll</i>		X		X	
Interactividad		X		X	
Gráficos		X			X

Tabla 5. Descripción de si se respetan las convenciones culturales o se han producido las adaptaciones culturales necesarias y si el respeto de esa convención o adaptación es relevante para la cultura meta.

- Atención al cliente (disponibilidad en distintas lenguas)

Esta convención sí se respeta ya que la página original está traducida en distintas lenguas, exactamente en doce.



Figura 3. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 05/04/2018.

- Explicitaciones innecesarias y/o incorrecta

En el apartado *Semaine Sainte dans la ville de Granada* de la sección *Semaine Sainte 2018* aparecen varias explicitaciones innecesarias. Ejemplos: « (...) *celle du Silence (Silence), au cours de laquelle l'éclairage des rues s'éteint pendant son passage (...)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Creo que en esta frase no hace falta poner entre paréntesis *Silence* ya que seguidamente ya viene una explicación de lo que es la procesión del Silencio. Además, cuando los turistas extranjeros vean la programación de la Semana Santa todos los nombres de las procesiones van a aparecer en español. Por lo tanto, no es necesario traducir esos nombres al español. Lo mismo pasa con el siguiente ejemplo: « (...) *et celle de l'Alhambra, dont le trajet passe par le monument nazari et la célèbre Puerta de la Justicia (Porte de la justice).* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Aquí, la explicación es la misma que en el ejemplo anterior.

En el apartado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* aparece otra explicitación innecesaria. Ejemplo: « *Le Service, sur le versant nord commence dans la zone d'hébergement et de contrôle de la Hoya de la Mora (Zone des auberges et refuges)* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). En este ejemplo no hace falta volver a explicar qué es la Hoya de la Mora porque anteriormente ya dice que es una *zone d'hébergement*. Por lo tanto, la explicitación que hay entre paréntesis es innecesaria y redundante.

En el apartado *Activités* de la sección *Nature* llama la atención que en la página original no aparece ningún párrafo de información, solo aparecen las distintas actividades y excursiones que se pueden hacer, mientras que en la página en francés aparece

información sobre la naturaleza que no tiene nada que ver con las excursiones. Por este motivo, creo que es una explicitación innecesaria e incorrecta ya que no tiene relación con este apartado. Ejemplo: « *La paix que l'on respire dans ses petits villages blancs, les cinq parcs naturels que l'on trouve dans la province et le Parc National de Sierra Nevada, font de granada un paradis pour ceux qui cherchent le repos, le calme et le contact avec la nature pendant leurs vacances. La province n'est pas étrangère à l'essor de ce tourisme vert et pour satisfaire la croissante demande elle a développé une complète infrastructure de services et logements ruraux, avec des hôtels grand luxe et des offres si pittoresques comme les logements touristiques dans les grottes de la zone nord.* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018).

- Información innecesaria para la audiencia de la lengua meta

No hay información innecesaria para el público francés ya que todas las noticias que aparecen en la página web son actividades culturales que pueden interesar a los turistas extranjeros ya que hay actuaciones de flamenco, de cante, exposiciones sobre Federico García Lorca, etc.

- Adaptación de los datos básicos de la empresa

El número de teléfono sí aparece adaptado en la página en francés ya que aparece el +34 delante del número. Por otro lado, la dirección también está bien ya que aunque no ponga *rue* para el término calle, no aparece tampoco "calle" en la página francesa, sino que se da la dirección directamente: Cárcel Baja, 3. 18001. Granada.

- Noticias específicas de un país

Si pinchamos en la sección *Espace professionnel* que aparece justo arriba, es decir, al principio de la interfaz, nos lleva a una pestaña nueva donde todas las noticias están en español aunque accedamos desde la página web en francés. Además, esta nueva página donde aparecen las noticias sobre Granada no da la opción de elegir el idioma. Sin embargo, creo que el tipo de noticias que aparecen ahí no son interesantes para los turistas extranjeros ya que son noticias locales. Por lo tanto, el respeto de esta convención o esta adaptación no es relevante para la cultura meta.

- Volumen de información

En el apartado *Parcs naturels* de la sección *Nature* el volumen de información no es el mismo comparando la página en español y en francés. En la página original aparece un subapartado más que trata sobre los monumentos naturales que consta de dos párrafos y en la página en francés este subapartado no aparece, por lo tanto en francés hay dos párrafos menos.

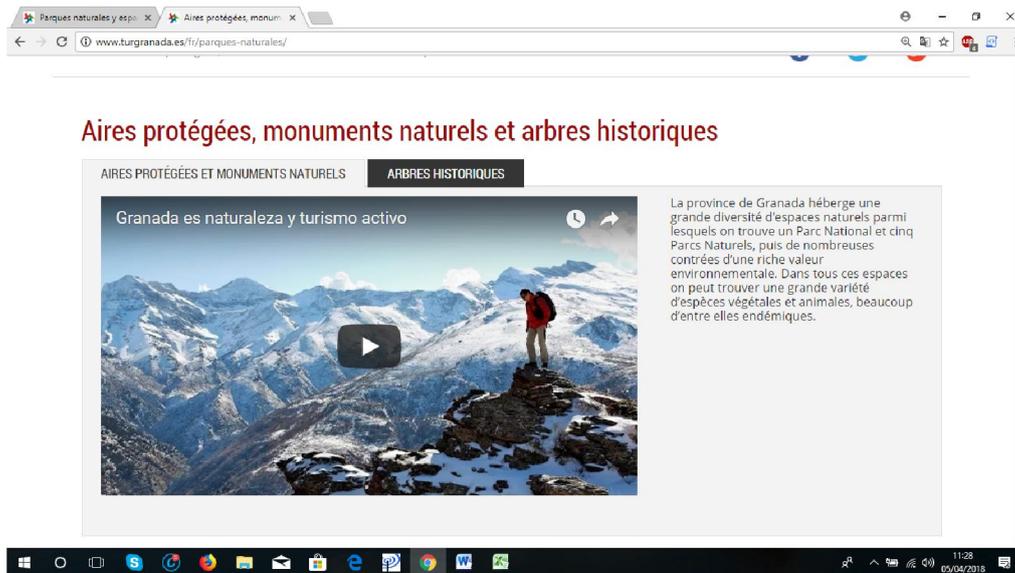


Figura 4. Captura de pantalla de la sección *Nature*. Captura realizada el 05/04/2018.



Figura 5. Captura de pantalla de la sección "Aire puro". Captura realizada el 05/04/2018.

En la sección *Choses à faire* si pinchamos si pinchamos en *L'Alhambra* que aparece en el apartado *Connaître son art et sa culture* podemos ver que la página contiene información de los palacios nazaries, el Generalife, la Alcazaba, etc. Si buscamos información en francés del Generalife podemos ver que el volumen de información cambia ya que es menor. En la página original hay cuatro párrafos y en francés solo tres.



Figura 6. Captura de pantalla de la sección “Cosas que hacer” y del apartado “Conocer su arte y su cultura”. Captura realizada el 06/04/2018.

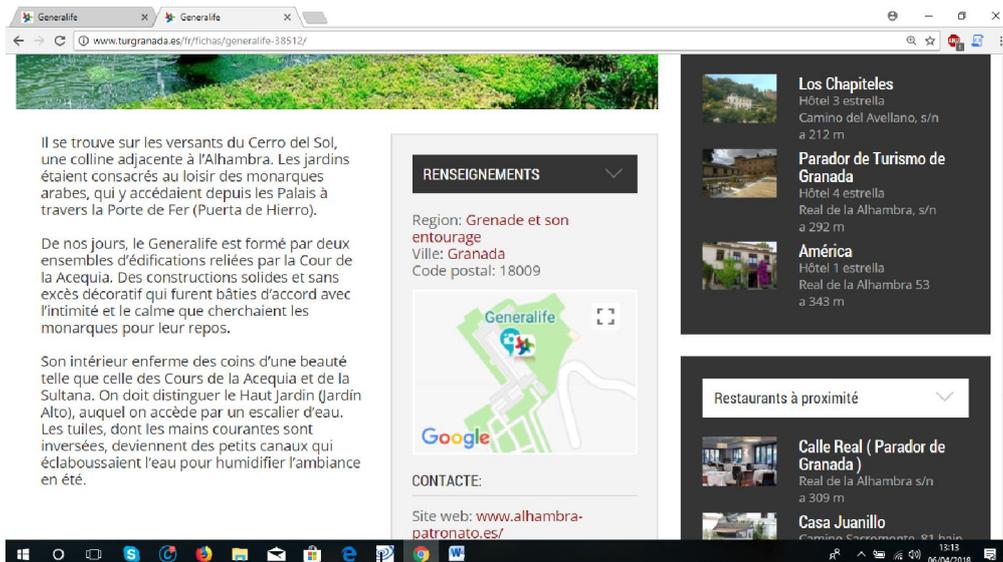


Figura 7. Captura de pantalla de la sección *Choses à faire* del apartado *Connaître son art et sa culture*. Captura realizada el 06/04/2018.

En esta misma sección y apartado, si pinchamos en “La Alcazaba” ocurre lo mismo que en los ejemplos anteriores. En español hay cuatro párrafos y en francés reducen la información en dos.

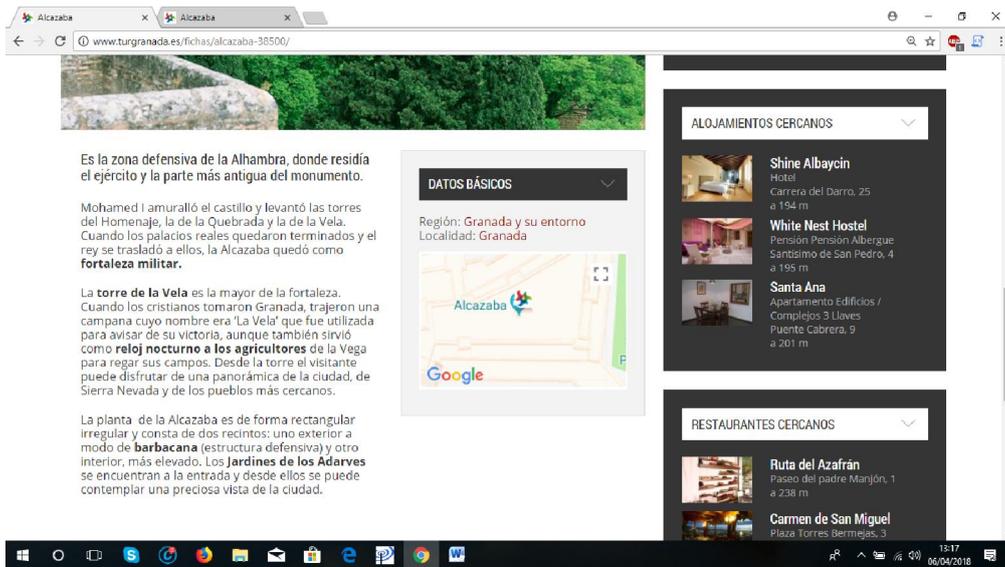


Figura 8. Captura de pantalla de la sección “Cosas que hacer” del apartado “Conocer su arte y su cultura”. Captura realizada el 06/04/2018.

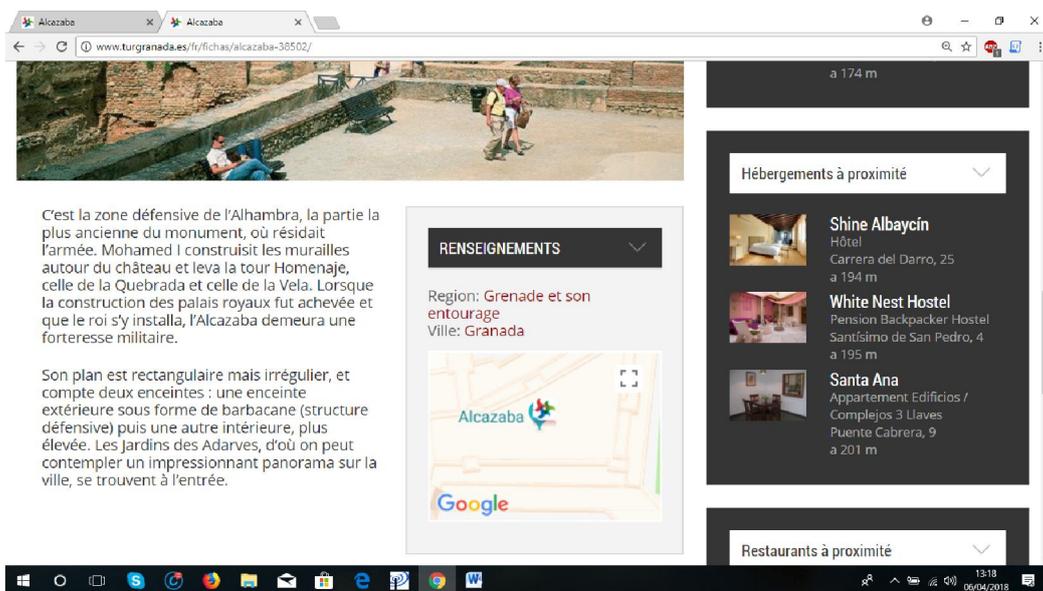


Figura 9. Captura de pantalla de la sección *Choses à faire* del apartado *Connaître son art et sa culture*. Captura realizada el 06/04/2018.

- Juegos y concursos

En esta página web no hay ni juegos ni concursos.

- Oferta de productos que no están disponibles en ese país

En el apartado *Activités nautiques* de la sección *Choses à faire* se muestra un listado de actividades que se pueden hacer en los distintos lugares de la provincia de Granada, por lo tanto son actividades u ofertas de productos que no se pueden realizar en otro

país. Por ejemplo: Almuñécar *Dive Center* Scubasur, buceo y actividades subacuáticas en Aquamarina, el centro de buceo Bitraquea en Almuñécar etc.

- Traducción de formularios que hay que rellenar (ej: al crear una cuenta o perfil)

En la página de inicio, arriba del todo hay una serie de iconos, uno de ellos que está en la esquina superior derecha sirve para crearse una cuenta o perfil y poder acceder a la página por nombre de usuario y contraseña. Este icono es el del símbolo del candado. Cuando pinchamos en la versión en francés sobre este icono, nos aparece la información en español. Esto es un error ya que se debería traducir al francés para que los extranjeros entiendan lo que están rellenando.

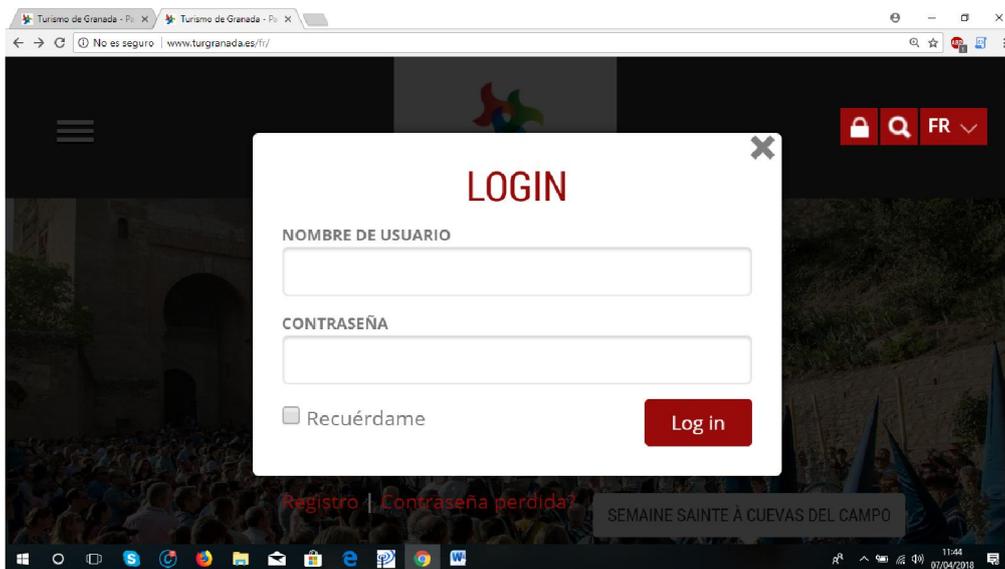


Figura 10. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 07/04/2018.

Además, en la sección *Mon Granada* también ocurre el mismo error. Esta sección sirve para crear nuestra propia guía turística añadiendo los contenidos de la web que más nos interesen. La función que tiene esta sección sí aparece traducida en francés pero cuando pinchamos en *Enregistrer* sale “Nombre de usuario”, “E-mail”, “Registro” y “Contraseña perdida” en español.

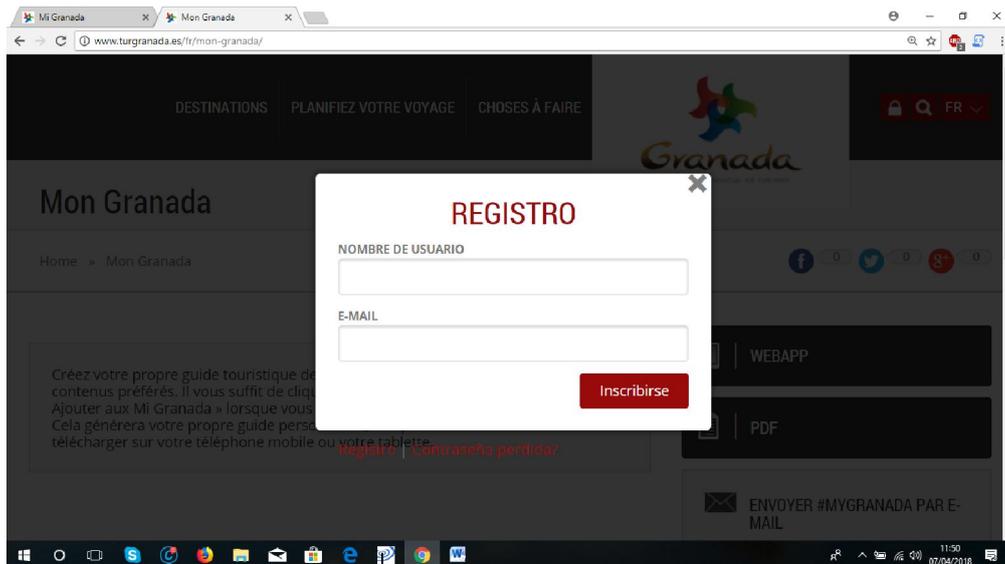


Figura 11. Captura de pantalla de la sección *Mon Granada*. Captura realizada el 07/04/2018.

- Problemas de traducción de información personal de nombres y direcciones

En el apartado *Comment arriver* de la sección *Planifiez votre voyage* se puede ver que los números de teléfono en la página en francés no aparecen con el +34, es decir, la información no está bien para la gente francesa. Sin embargo, sí aparecen las diferentes carreteras por las que se puede llegar a Granada, por ejemplo: A-92/N-432 etc.

- Enlaces a páginas web locales

Si accedemos a la sección *Espace professionnel* nos lleva a una nueva pestaña, es decir, a una nueva página web local donde aparecen todas las noticias relacionadas con Granada. El enlace a esta página web está mal localizado ya que toda la información aparece en español. Además, una vez dentro de esta página, no nos da la opción de ver la versión en ningún otro idioma.



Figura 12. Captura de pantalla de la sección *Espace professionnel*. Captura realizada el 07/04/2018.

- Uso de la variedad dialectal adecuada

Creo que se usa un francés estándar, lo cual está bien porque es lo más común y así toda la gente va a poder entender todo lo que está escrito.

- Moneda incorrecta

No hay moneda incorrecta ya que tanto en España como en Francia se utiliza el euro.

- Navegación guiada

Esta página web sí tiene navegación guiada ya que hay numerosas secciones, apartados y enlaces sobre diferentes temas en los que podemos ir pinchando para conocer más información. A continuación, voy a mostrar algunas capturas de pantalla donde se puede ver con claridad esta navegación guiada.

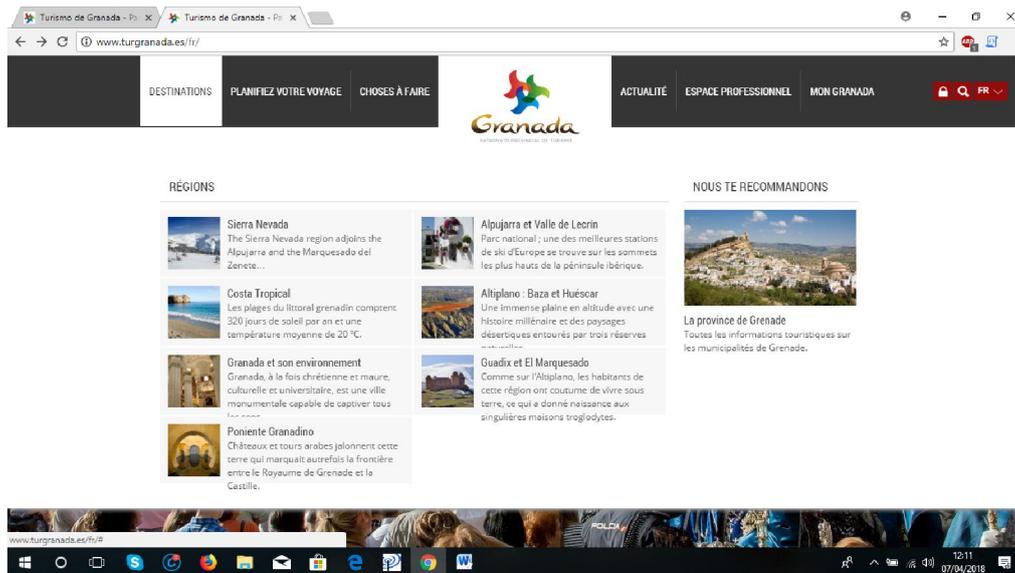


Figura 13. Captura de pantalla de la sección *Destinations*. Captura realizada el 07/04/2018.

En todas estas secciones que aparecen en la parte superior de la pantalla se pueden ver sus diversos apartados solo con poner el cursor encima del nombre de la sección, lo que facilita la navegación a través de la página web.

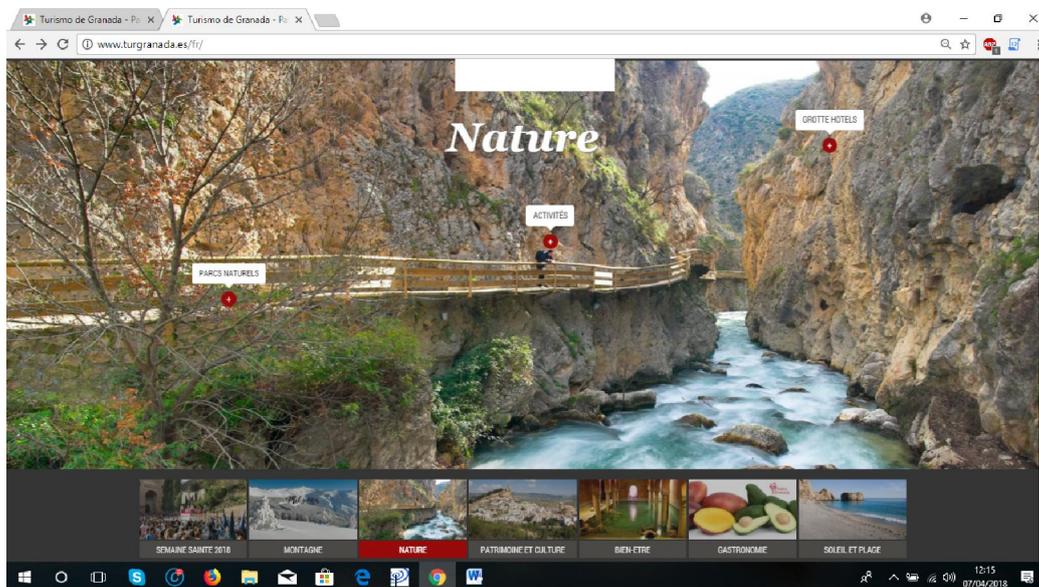


Figura 14. Captura de pantalla de la sección *Nature*. Captura realizada el 07/04/2018.

Estas secciones funcionan de manera diferente a las anteriores ya que para que nos aparezcan los diferentes apartados debemos pinchar sobre la sección que queremos. Una vez escogida la sección nos aparecen los apartados o enlaces. Por ejemplo, cuando pinchamos en la sección *Nature* podemos acceder a diferente información pinchando en *Parcs naturels*, *Activités* o *Grotte Hotels*.

- Limitación de *scroll*

Se llama limitación de *scroll* a la barra vertical de la parte derecha de la página web. Esta página es larga ya que tiene un alto contenido de información y si queremos ver la página entera de principio a fin debemos bajar la barra hasta el final. Esto es un problema ya que mucha gente solo verá la información que aparece a primera vista cuando entra en la página web.

- Interactividad

En el apartado “La Alhambra” de la sección “Cosas que hacer” se ve el ejemplo más claro de que no hay interactividad en esta página web, ni en español ni en francés, ya que para ver las distintas partes de la Alhambra tengo que pinchar a la flecha de ir para atrás. Por ejemplo, si estoy metida en el subapartado de los “Palacios nazaríes” y quiero ver información sobre “El Generalife” tengo que ir para atrás ya que no existe ningún enlace que diga por ejemplo: Continúa viendo este monumento.

- Gráficos

En esta página web no hay gráficos ya que no es característico de las páginas de turismo que haya tablas, estadísticas, etc.

C. Cuestiones técnicas

En este apartado analizaré si se han tenido en cuenta los siguientes aspectos técnicos.

¿Se han tenido en cuenta los siguientes aspectos técnicos?	Sí	No	No procede
Correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web	X		
Problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible		X	
Mismo contenido en distintas versiones en diferentes lenguas	X		
Documentos adjuntos	X		
No satisfacer las expectativas del cliente (ej: si no se traduce más allá de la página de inicio)	X		
Caracteres acentuados (formato Unicode)		X	

Traducción de los nombres de las diferentes páginas		X	
Imágenes localizadas		X	
Audios y vídeos localizados		X	
Accesibilidad		X	
Segmentos no traducidos		X	
Segmentos en una lengua que no sea ni la origen ni la meta	X		
Incorrecta combinación de segmentos		X	
Estructura	X		
Disposición de la información	X		
Etiquetas y las palabras clave	X		
SEO	X		

Tabla 6. Descripción de los aspectos técnicos y si se han tenido en cuenta o no.

- Correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web

La búsqueda dentro de la página web funciona correctamente. Ejemplo:

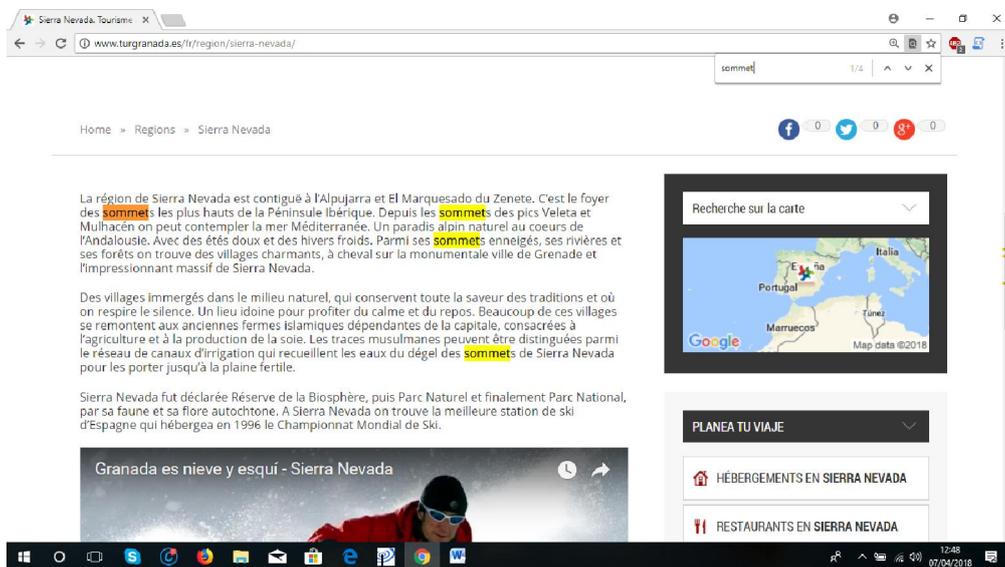


Figura 15. Captura de pantalla del apartado “Sierra Nevada” de la sección *Destinations*. Captura realizada el 07/04/2018.

- Problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible

En francés, en la sección *Montagne* podemos seleccionar tres nuevos apartados que son *Station de ski de Sierra Nevada*, *Ski de fond* en la Ragua y *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique*. Cuando pinchamos en *Station de ski de Sierra Nevada* hay un error

ya que no se encuentra la página, no nos da ninguna información, al contrario que en la versión original donde sí aparece la información correspondiente. Además, pasa lo mismo cuando intentamos acceder a la información del apartado *Ski de fond* en la Ragua ya que tampoco se encuentra la página. Por lo tanto, el único apartado que está bien localizado en esta sección es el de *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique*.

Si pinchamos en la sección *Patrimoine et culture* podemos seleccionar *Monuments*, *Musées* o *Visiter la Alhambra*. Los dos primeros apartados están bien localizados en cuanto al contenido de la información pero en el último apartado, es decir, *Visiter la Alhambra*, no encontramos ninguna información, hay un error.

Desde la página de inicio, pinchamos en la sección *Gastronomie* y de nuevo al apartado *Tapas et des spécialités de Granada*, así podemos ver que en francés no aparece ninguna información, el enlace no funciona ya que da error. Ocurre lo mismo con los apartados *Visite chez nos producteurs* y *Les appellations d'origine contrôlée et protégée*.

- Mismo contenido en distintas versiones en diferentes lenguas

En muchas secciones aparece el mismo contenido en diferentes lenguas. He analizado este punto comparando la información en español, francés e inglés. Ejemplos:

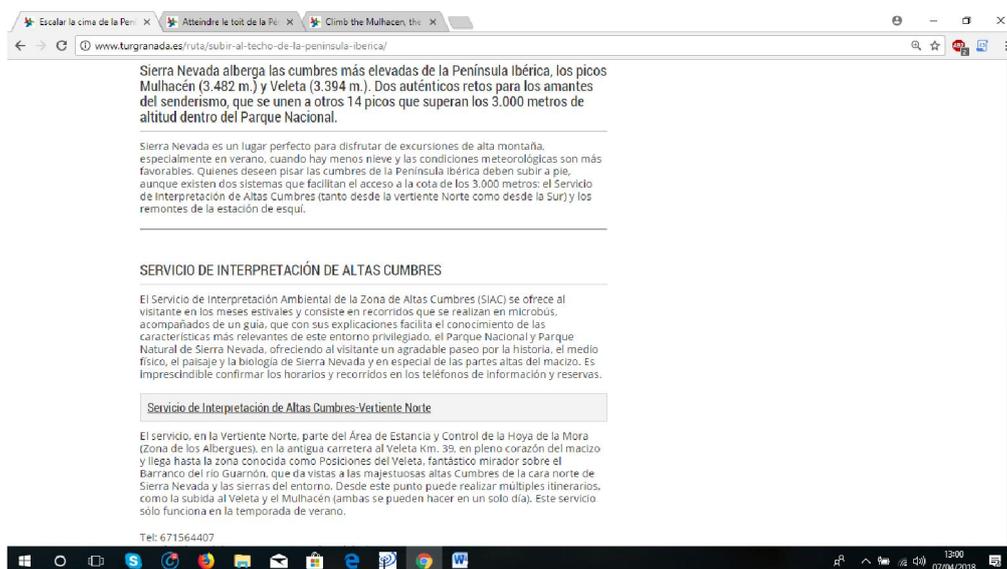


Figura 16. Captura de pantalla del apartado “Subir a la cima de la Península Ibérica” de la sección “Nieve”. Captura realizada el 07/04/2018.

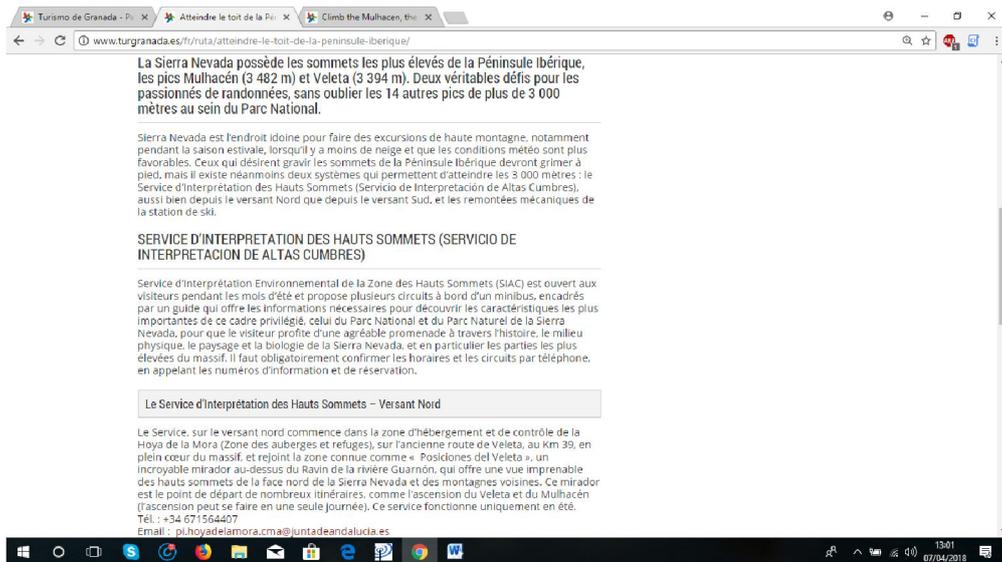


Figura 17. Captura de pantalla del apartado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne*. Captura realizada el 07/04/2018.

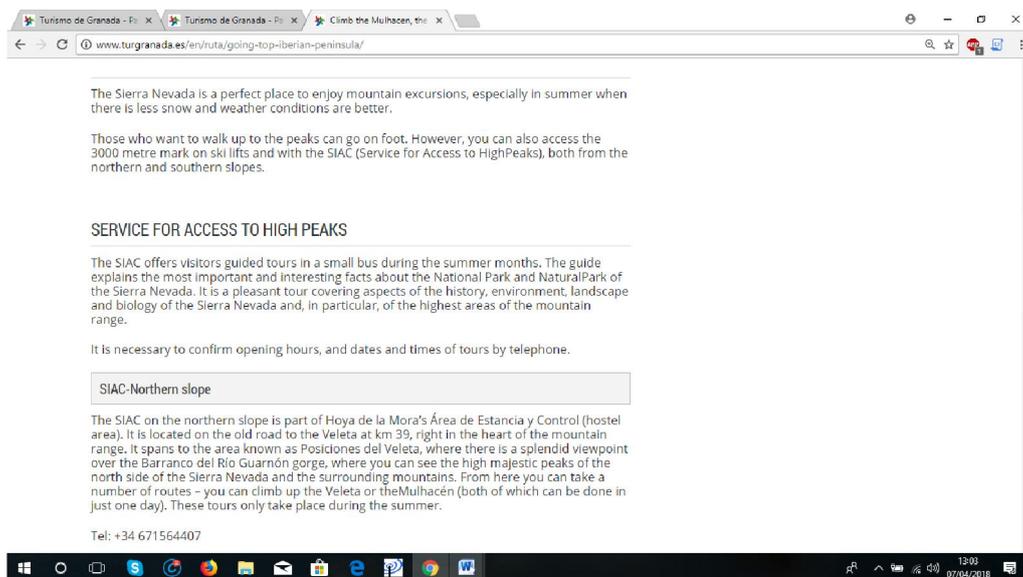


Figura 18. Captura de pantalla del apartado *Climb the Mulhacén, the highest peak in Spain* cross country-skiing in la Ragua de la sección *Pure snow*. Captura realizada el 07/04/2018.

A continuación, voy a mostrar otro ejemplo escrito donde aparece el mismo contenido en diferentes lenguas:

Español

“Decenas de playas y pequeñas calas de aguas cristalinas. 320 días de sol al año. Y una temperatura media anual de 20 grados. Éstas son las credenciales de la Costa Tropical, los 73 kilómetros de litoral de la provincia de Granada. Su nombre se debe a la excepcional bonanza del clima durante todas las estaciones del año, que le permitió

hace dos siglos convertirse en el único lugar de Europa donde se cultivan frutos tropicales como el mango, la chirimoya y el aguacate. Nombres que evocan sabores y lugares exóticos y que, sin embargo, son propios de uno de los rincones más privilegiados de Andalucía, la Costa Tropical.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

Francés

« Des dizaines de plages et petites criques d’eaux cristallines. 320 jours de soleil par an. Et une température moyenne annuelle de 20 degrés. Voici les lettres de créance de la Côte Tropicale, les 103 kilomètres de littoral de la province de Grenade. Son nom est dû à l’exceptionnelle bonté du climat pendant toute l’année qui fit de cette région, il y a deux siècles, le seul endroit de l’Europe où l’on cultivait des fruits subtropicaux tels que la mangue, l’anone, l’avocat et la papaye. Des noms qui évoques des saveurs et des lieux exotiques et qui, cependant, sont propres d’un des coins les plus privilégiés de l’Andalousie. » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

Inglés

“Granada’s coastal area has dozens of beaches and small coves with crystal-clear water, 320 sunny days a year and an average temperature of 20 degrees. These are the basic facts that sum up the 73 kilometres of tropical coastline in the province of Granada, which gets its name from the exceptionally good weather it enjoys all year round. Two centuries ago, this was the only place in Europe where subtropical fruits such as mangos, cherimoyas, avocados and papayas could be grown. These are fruits that evoke exotic flavours and places but, in fact, they are grown in Europe, in one of the most privileged corners of Andalucía.” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018)

- Documentos adjuntos

En esta página web sí hay documentos adjuntos. Si pinchamos en el apartado *Informations pratiques* de la sección *Planifiez votre voyage* aparecen muchos PDF sobre folletos y planos. El título de cada PDF sí aparece traducido en francés pero el idioma de cada documento no cambia, sigue siendo español como en la versión original.



Figura 19. Captura de pantalla del apartado *Informations pratiques* de la sección *Planifiez votre voyage*. Captura realizada el 07/04/2018.

- No satisfacer las expectativas del cliente (ej: si no se traduce más allá de la página de inicio)

Todas las secciones y apartados de la página web están traducidos aunque hay algunos apartados que dan error y no se puede ver ninguna información. También hay errores cuando se pincha en una sección y nos lleva a una página nueva y ese sitio web no está traducido y además no nos da la opción de seleccionar ningún idioma que no sea el español. A continuación, voy a mostrar varios ejemplos; uno para corroborar que sí se traduce más allá de la página de inicio; otro para mostrar que algunos apartados dan error y el último para mostrar la página web que no está traducida ni se puede seleccionar idioma.



Figura 20. Captura de pantalla del apartado *Stations thermales* de la sección *Bien-être*. Captura realizada el 08/04/2018.

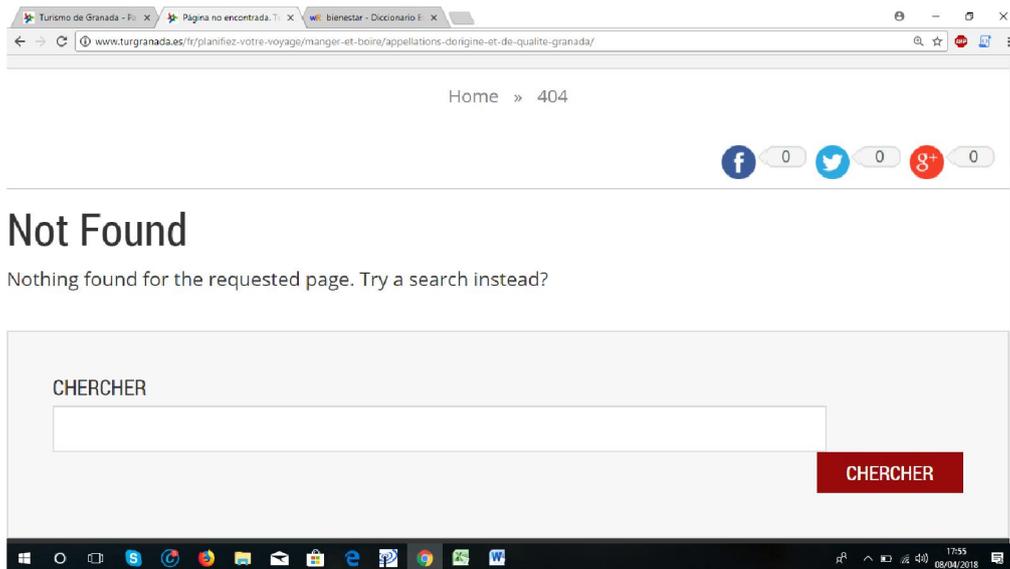


Figura 21. Captura de pantalla del apartado *Les appellations d'origine contrôlée et protégée* de la sección *Gastronomie*. Captura realizada el 08/04/2018.



Figura 22. Captura de pantalla de la sección *Espace professionnel*. Captura realizada el 08/04/2018.

- Caracteres acentuados (formato Unicode)

Hay algunos errores en la acentuación de las palabras. Por ejemplo, uno de los títulos de las secciones está mal escrito ya que se denomina *Bien-etre* y lo correcto es *Bien-être*.

En el apartado *Atteindre le toit de la Péninsule Ibérique* de la sección *Montagne* hay otro error de acentuación. Ejemplo: « *SERVICE D'INTERPRETATION DES HAUTS SOMMETS* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). La

palabra *Interpretation* está mal acentuada ya que lleva una tilde en la segunda “e”, por lo tanto lo correcto es *Interprétation*.

- Traducción de los nombres de las diferentes páginas

No se traducen los nombres de las diferentes páginas, por lo tanto es un error ya que la dirección web en la página francesa debería aparecer en francés. Ejemplos:

En el apartado de “Encuentra tu alojamiento” la dirección web es: <http://www.turgranada.es/alojamientos/>. Y en el apartado correspondiente en francés que se titula *Trouve votre hébergement* la dirección web es la misma: <http://www.turgranada.es/fr/alojamientos/>. Si nos fijamos, solo cambia que en la dirección de la página en francés pone “fr” entre barras pero no traduce alojamientos en francés.

También hay casos en los que solo se traduce una parte de la dirección web pero otra se deja en español, como ocurre en el apartado de “Folletos y planos”. Por ejemplo: en español: <http://www.turgranada.es/planea-tu-viaje/organizate/folletos-y-planos/>. En francés: <http://www.turgranada.es/fr/planea-tu-viaje/information-pratiques/brochures-plans/>. Aquí podemos ver que sí traducen una parte de la dirección web pero dejan “Planea tu viaje” sin traducir.

A pesar de que en muchas direcciones web dentro de la página ocurre esto, hay otras que sí están bien, como por ejemplo en el apartado de “Monumentos”: en español: <http://www.turgranada.es/cosas-que-hacer/conocer-su-arte-y-cultura/monumentos/>. En francés: <http://www.turgranada.es/fr/choses-a-faire/connaitre-arte-culture/monuments/>. En este ejemplo se puede observar que sí se traduce toda la dirección web.

- Imágenes localizadas

Las imágenes no están localizadas ya que su contenido aparece en español en la versión francesa de la página web. A continuación, voy a mostrar algunos ejemplos con capturas de pantalla.

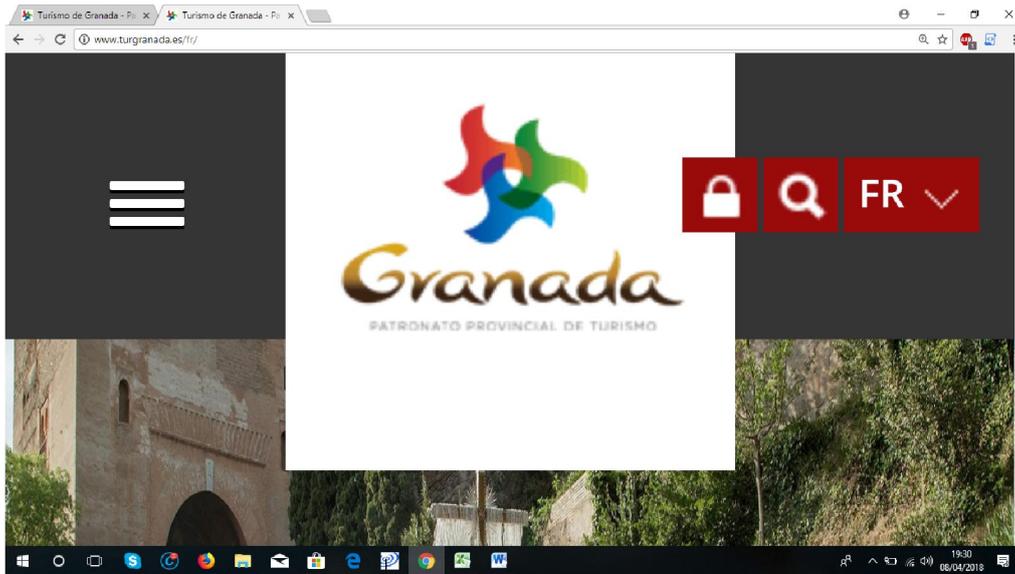


Figura 23. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 08/04/2018.

En este ejemplo se puede ver que en la página en francés se sigue dejando en la imagen “Granada. Patronato Provincial de Turismo” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) en español.

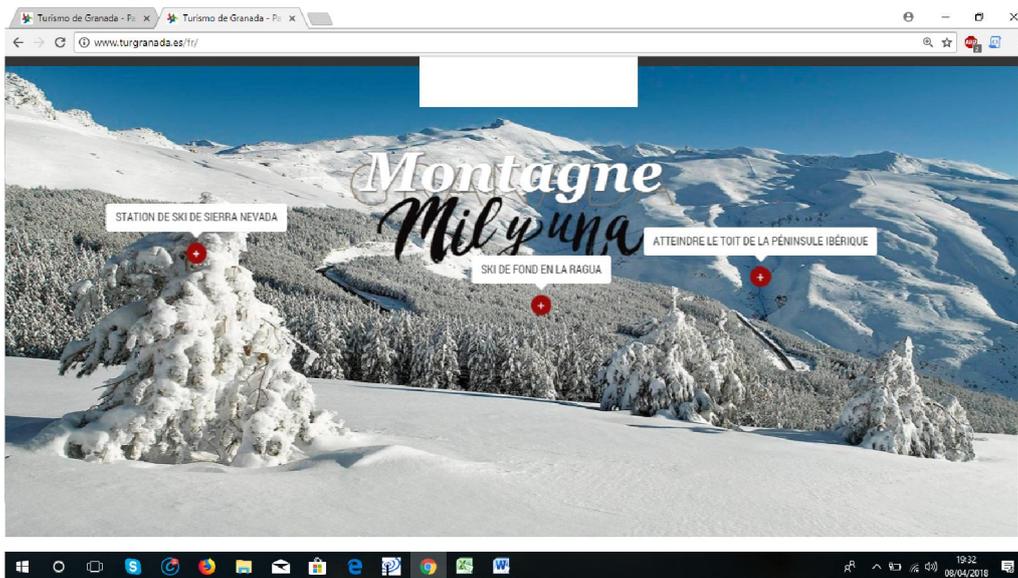


Figura 24. Captura de pantalla de la sección *Montagne*. Captura realizada el 08/04/2018.

En esta imagen se puede ver que dejan “Mil y una” (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) en español cuando se debería haber traducido al francés.

- Audios y vídeos

En el apartado *Parcs naturels* de la sección *Nature* hay un vídeo que muestra los espacios protegidos y los monumentos naturales. En este vídeo no hay un narrador, solo se escucha una música, por lo tanto es igual en español y en francés. Sin embargo, se podía haber traducido el título del vídeo al francés y no dejarlo en español.

En el apartado *Grotte hotels* de la sección *Nature* nos encontramos un vídeo a primera vista en las dos páginas, tanto la española como la francesa. Sin embargo, son dos vídeos diferentes ya que el vídeo en español dura cinco minutos y treinta segundos mientras que el vídeo en francés dura un minuto y diecinueve segundos. Además, en el vídeo en español hay un narrador que va explicando la información en relación con las imágenes que se ven mientras que en francés no habla nadie, solo se escucha una música. Por lo tanto, lo más correcto hubiera sido mantener y adaptar en la versión francesa el mismo vídeo que en la página original.

En el apartado “Costa Tropical” de la sección *Soleil et plage* hay otro vídeo. En este caso es el mismo vídeo que aparece en español ya que solo tienen música y por lo tanto no hay que adaptarlo.

- Accesibilidad

En algunas ocasiones no hay accesibilidad ya que muchos enlaces dan error y no se encuentra la página en francés. Por ejemplo: en la sección *Montagne* dan error los apartados *Station de ski de Sierra Nevada* y *Ski de fond* en la Ragua. El apartado *Visiter La Alhambra* de la sección *Patrimoine et culture* también da error. Y, por último, en la sección *Gastronomie* dan error todos los apartados: *Tapas et des spécialités de Granada*, *Visite chez nos producteurs* y *Les appellations d’origine contrôlée et protégée*.

- Segmentos no traducidos

En el apartado *Monuments* de la sección *Patrimoine et culture* aparece un listado de monumentos con una breve descripción debajo de la foto. En la mayoría de los casos esta descripción está traducida al francés pero en otros aparece en español, como por ejemplo ocurre con la descripción de la “Antigua Casa de Cabildos” de Loja.

Ocurre lo mismo en el apartado *Bains arabes* de la sección *Bien-être* ya que los Baños Árabes del Palacio de Comares no están traducidos, aparece la información en español.

- Segmentos en una lengua que no sea ni la origen ni la meta

En esta página web no hay segmentos en otras lenguas.

- Incorrecta combinación de segmentos

En el apartado *Semaine Sainte dans la ville de Granada* de la sección *Semaine Sainte 2018* se puede observar este error ya que hay una incorrecta combinación de

segmentos, es decir, dos palabras aparecen juntas sin espacio. Ejemplo: « *Cette fête religieuse se caractérise par sa grande valeur artistique et iconographique des statues* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Las dos palabras que aparecen juntas son *sa* y *grande*.

En el apartado *Stations thermales* de la sección *Bien-être* aparece otra incorrecta combinación de segmentos. Ejemplo: « *D’après les chroniques et les sources documentaires telles que celles que fournit Ibn al-Jatib, rare était la ville ou village andalousi sans bains (les ditsbains du maure).* » (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018) Las dos palabras que aparecen juntas son *dits* y *bains* y deberían aparecer con un espacio entre ellas.

- Estructura

Comparando las dos páginas web tanto en español como en francés, se observa que tienen la misma estructura, siguen el mismo modelo.

- Disposición de la información

Al igual que ocurre con la estructura, la disposición de la información es la misma tanto en español como en francés ya que aparecen las imágenes y la información en el mismo lugar.

- Etiquetas y las palabras clave

Las etiquetas y palabras clave sí se reflejan también en la versión de la página en francés al igual que en el original, por lo tanto tienen en cuenta este aspecto. Las etiquetas son: *Destinations, Planifiez votre voyage, Choses à faire, Actualité, Espace professionnel* y *Mon Granada*. Pero también son etiquetas o palabras clave las distintas secciones que cuando pinchamos sobre ellas nos llevan a diferentes apartados con información. Estas secciones son: *Semaine Sainte 2018, Montagne, Nature, Patrimoine et culture, Bien-être, Gastronomie* y *Soleil et plage*.

- SEO

Creo que las palabras que se utilizan con bastante frecuencia en el sitio web y que por lo tanto son palabras clave a la hora de buscar en google la página del Patronato Provincial de Turismo para que nos aparezca de entre los primeros enlaces son: “Granada”, “Turismo”, “Sierra Nevada” y “La Alhambra”. Creo que la página web nos aparece con estas palabras clave anteriormente citadas ya que son las cosas o, mejor dicho, los sitios más característicos del turismo en Granada.

4.3. PROPUESTAS

A continuación, voy a dar algunas propuestas generales para mejorar la página web en los aspectos lingüístico, cultural y técnico. Las propuestas las he desarrollado durante la primera semana de mayo.

ASPECTOS LINGÜÍSTICOS

En cuanto al aspecto lingüístico se deberían revisar algunas cuestiones que son muy importantes para que el lector francés entienda toda la información que se explica.

- Se deberían revisar muy bien las omisiones de información ya que por ejemplo si en la página en español hay siete secciones y en francés solo seis, el lector extranjero va a pensar por qué esa sección no está en francés e incluso por qué se le oculta esa información que puede ser de su interés. Ejemplo: en la página de inicio se omite una de las secciones formada por una foto y el título debajo. La sección que se omite es la denominada “Cicloturismo” ya que en la versión en francés no aparece.



Figura 25. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 07/05/2018.

- Otro punto muy importante de las cuestiones lingüísticas es el no respeto de las reglas gramaticales de la lengua meta. Es imprescindible que todas las frases y palabras estén escritas correctamente ya que si están mal el lector no lo va a entender y también resta seriedad al sitio web ya que existe una falta de revisión. En relación con esto último es muy importante remarcar que un sitio web creado por instituciones, como es el caso, no debe tener ninguna errata sea el idioma que sea. Este sitio web está financiado por la Junta de Andalucía, la Diputación de Granada y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional. Ejemplo: « *La Semaine Sainte grenadine est l'une des traditions les plus ancrées de la ville et attire le plus grand nombre de visiteurs.* » (Patronato Provincial de

Turismo. Diputación de Granada, 2018). En esta frase en lugar de escribir « *attire le plus grand nombre de visiteurs* » se debería poner « *attire un grand nombre de visiteurs* ».

- Otro punto muy importante es que el texto en la lengua meta tenga las mismas funciones lingüísticas que en la lengua origen para que pueda generar la misma sensación tanto en el lector español como en el francés. En este caso está bien trasladada esta cuestión en la lengua meta.
- En cuanto a los párrafos o frases incompletas ocurre lo mismo que en la omisión de información ya que los lectores de la lengua meta van a pensar que no aparece toda la información que deben saber, por lo tanto esta es una cuestión que hay que revisar con mucha atención. Ejemplo: En la sección *Nature* aparecen varios apartados. Si pinchamos en el apartado *Parcs naturels* se omiten dos párrafos de información, que tratan sobre los monumentos naturales y que sí aparecen en la versión original en español.
- También hay que evitar las cacografías y la puntuación incorrecta por los mismos motivos que en los casos anteriores. Ejemplo de cacografía: « (...) *ce circuit rejoint la zone commue comme « Alto del Chorrillo » ou Mirador de Trevélez.* ». (Patronato Provincial de Turismo. Diputación de Granada, 2018). Aquí se han equivocado al escribir el participio del verbo *connaître* ya que se escribe con n y no con m: *connue comme (...)*. Ejemplo de puntuación incorrecta: en el título de la sección *Bien-etre* hay un error ya que *être* debería de llevar el acento circunflejo, por lo tanto la palabra escrita correctamente sería *Bien-être*.

ASPECTOS CULTURALES

En cuanto al aspecto cultural hay algunas cuestiones muy importantes para que el lector de la lengua meta sienta que la página web respeta las convenciones culturales de su país y lengua.

- Una cuestión muy importante es la adaptación de los datos básicos de la empresa, que en este caso han trasladado bien al francés en esta página web.
- Además, todas las noticias de interés que aparecen en la página deberían estar en francés para que el lector pueda conocer toda la información al igual que aparece en la página original en español. Ejemplo: en la sección *Espace professionnel* que aparece al principio de la interfaz, nos lleva a una pestaña nueva donde todas las noticias están en español aunque accedamos desde la página web en francés. Además, esta página tampoco da la opción de elegir el idioma una vez dentro de ella.
- Por otro lado, un aspecto muy importante es que los formularios, por ejemplo al crear una cuenta o perfil, aparezcan traducidos al francés ya que si aparecen en español los lectores extranjeros no lo van a entender y tampoco se van a fiar

de rellenar el formulario. Ejemplo: en la página de inicio hay un icono de un candado que sirve para crearse una cuenta o perfil y poder acceder a la página por nombre de usuario y contraseña. Cuando pinchamos en la versión en francés sobre este icono, nos aparece la información en español.

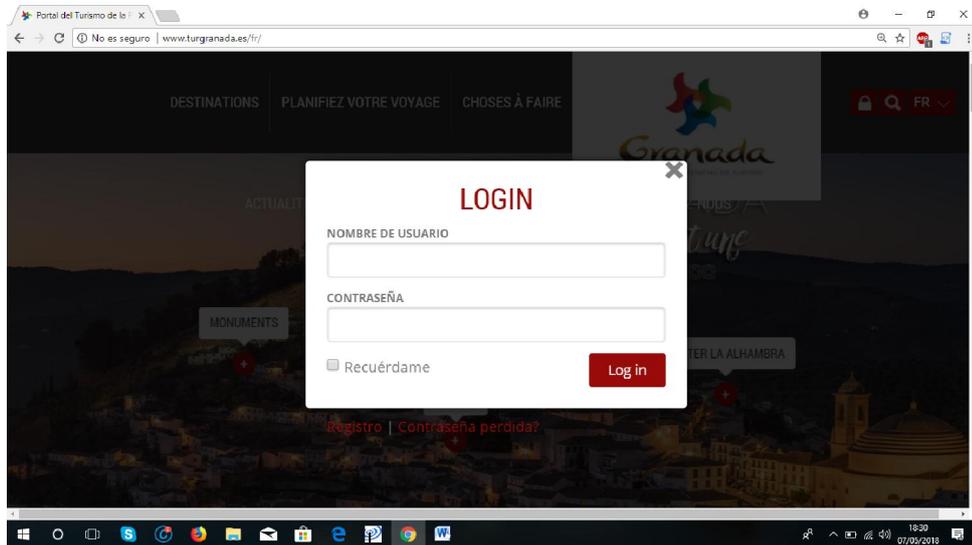


Figura 26. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 07/05/2018.

- También es importante que en todos los números de teléfono aparezca el +34 ya que he comprobado que no en todos sale. Ejemplo: en el apartado *Comment arriver* de la sección *Planifiez votre voyage* se puede ver que los números de teléfono en la página en francés no aparecen con el +34, es decir, la información no está bien para la gente francesa.

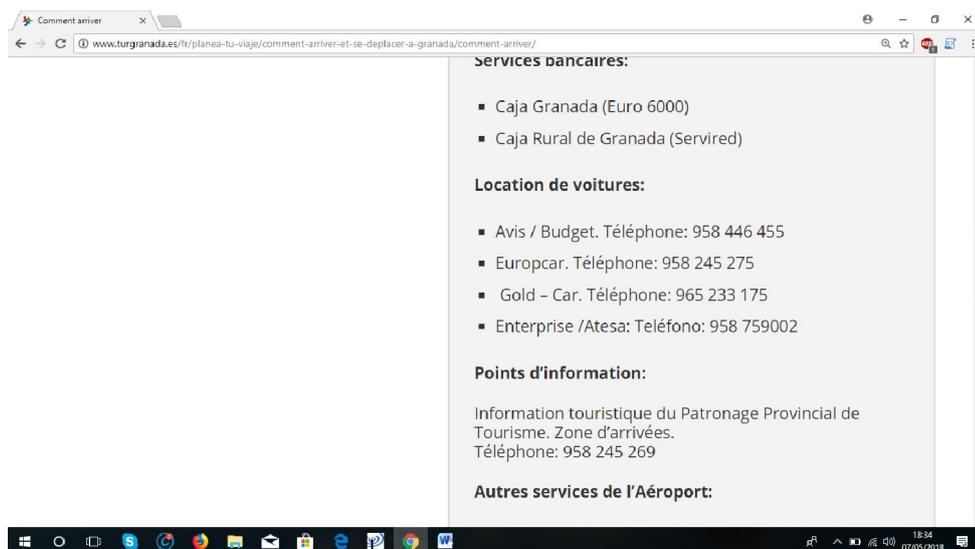


Figura 27. Captura de pantalla del apartado *Comment arriver* de la sección *Planifiez votre voyage*. Captura realizada el 07/05/2018.

- La limitación de *scroll* es otra cuestión que se debería mejorar ya que este sitio web es muy largo y mucha gente solo va a ver la información que aparece a primera vista.
- Ocurre lo mismo con la interactividad, se debe mejorar ya que es un punto esencial para que el lector no se aburra o no se canse de tener que pinchar siempre hacia atrás para ver otra información nueva, es decir, debería haber enlaces en los que se pueda pinchar para pasar directamente a otra información.

ASPECTOS TÉCNICOS

En cuanto al aspecto técnico hay varias cuestiones que se deberían corregir ya que creo que son de las más importantes en la página web.

- En primer lugar, se deberían revisar todos los enlaces para ver si hay problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible ya que hay muchos apartados que dan error y no se muestra la información. Ejemplo: si pinchamos en la sección *Patrimoine et culture* podemos seleccionar *Monuments*, *Musées* o *Visiter la Alhambra*. Los dos primeros apartados están bien localizados pero en el último apartado, es decir, *Visiter la Alhambra*, no encontramos ninguna información ya que la página da error.

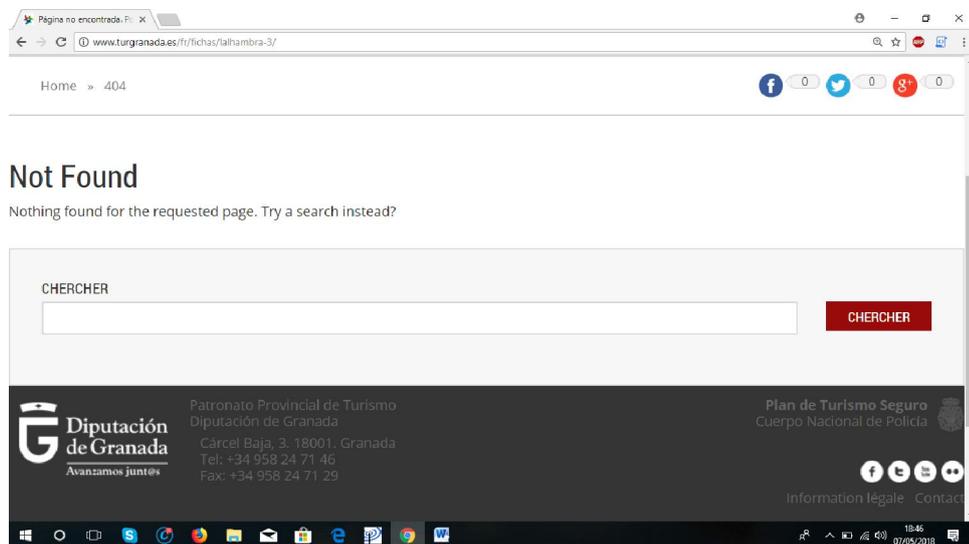


Figura 28. Captura de pantalla del apartado *Visiter la Alhambra* de la sección *Patrimoine et culture*. Captura realizada el 07/05/2018.

- Además, en la versión de la página en francés los documentos adjuntos (PDF) deberían aparecer en francés y no en español como en la versión original. Si no se puede traducir los PDF enteros por cualquier motivo, se puede hacer un breve resumen del documento en la lengua meta. Ejemplo:

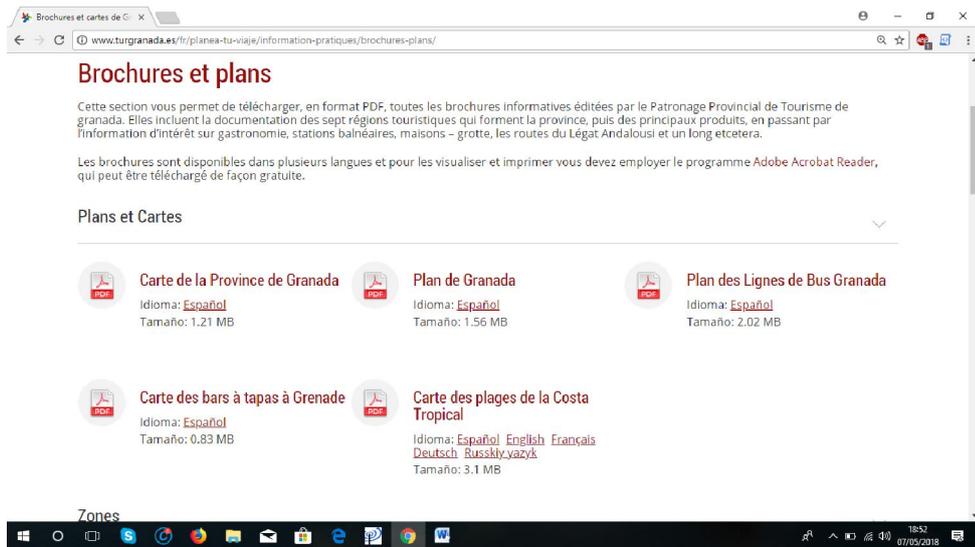


Figura 29. Captura de pantalla del apartado *Informations pratiques* de la sección *Planifiez votre voyage*. Captura realizada el 07/05/2018.

- Otra cuestión técnica importante es que se traduzcan todos los nombres de las diferentes páginas, es decir, todas las direcciones web. Ejemplo: en el apartado de “Encuentra tu alojamiento” la dirección web es: <http://www.turgranada.es/alojamientos/>. Y en el apartado correspondiente en francés que se titula *Trouve votre hébergement* la dirección web es la misma: <http://www.turgranada.es/fr/alojamientos/>. Si nos fijamos, solo cambia que en la dirección de la página en francés pone “fr” entre barras pero no traduce alojamientos en francés.
- Por otro lado, las imágenes no están localizadas ya que en algunas que contienen texto, ese texto está en español cuando debería aparecer en francés. Ejemplo:

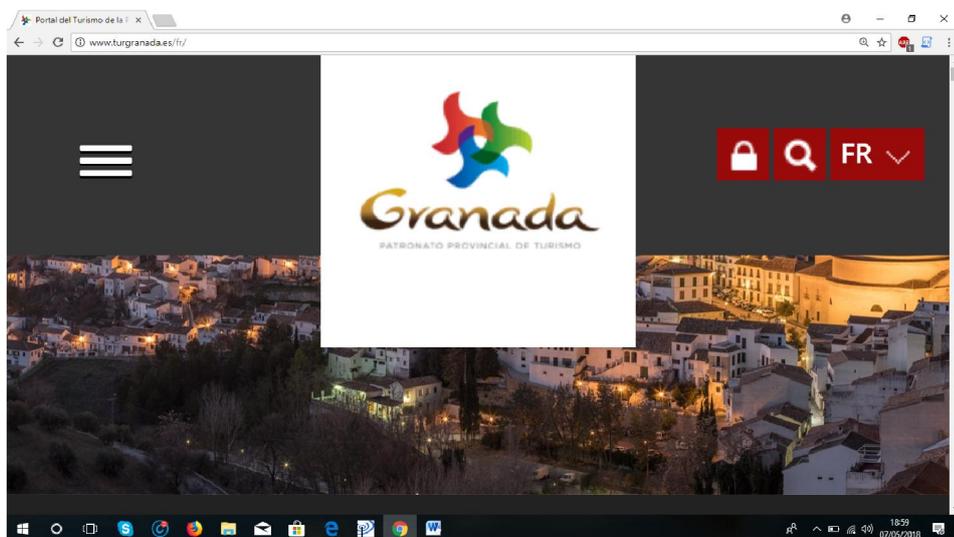


Figura 30. Captura de pantalla de la página de inicio. Captura realizada el 07/05/2018.

- En resumen, en el aspecto técnico se debería revisar la accesibilidad para poder acceder a todas las páginas, se deberían traducir todas las secciones, apartados y subapartados y todos estos deberían aparecer en francés para atraer más al cliente y para que pueda entenderlo todo perfectamente.

5. CONCLUSIONES

En primer lugar, en lo que respecta a la metodología, analicé todo el sitio web original, es decir en español, con la finalidad de extraer todas sus características: las secciones que forman la página y sus distintos apartados. Después de realizar este estudio profundo de la página en español, hice lo mismo con la página en francés para ver si se mantenía la misma estructura, secciones, apartados y, en definitiva, si se mostraba la misma información que en el original. A lo largo de esta evaluación y comparando las páginas en español y en francés, extraje ejemplos de los errores que aparecían para realizar las tres escalas: lingüística, cultural y técnica. Además, en la misma tabla que conforma la escala, anoté en qué secciones aparecía cada error.

En cuanto a los resultados obtenidos, tanto en la escala lingüística como en la cultural y la técnica los errores se producen en 1 o 3 ocasiones o en más de 5 ocasiones. Por lo tanto, hay pocos errores que no se dan nunca, como por ejemplo: sin sentidos, usos incorrectos de siglas y acrónimos, calcos sintácticos, ambigüedad, atención al cliente en distintas lenguas, navegación guiada, correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web, disposición de la información, etc.

Como conclusión, pienso que es una página web que debería de revisarse y mejorarse en muchos aspectos para así cumplir totalmente las necesidades del cliente, ya que a simple vista puede parecer que está muy bien traducida y localizada pero a lo largo del estudio profundo y de la comparativa entre las dos páginas, en español y en francés, me fui dando cuenta de que tenía muchísimos errores que se podían solventar con unas propuestas de mejora y una buena revisión.

6. REFERENCIAS

Acantho. (2016). *La importancia de la localización web*. Recuperado de <http://acantho.eu/es/la-importancia-de-la-localizacion-web> [Última revisión el 01/04/18]

Acantho. (2016). *La importancia de la localización web*. Recuperado de <http://acantho.eu/es/la-importancia-de-la-localizacion-web>.

Cadieux, P. y Esselink, B. (2002). GILT: Globalization, Internationalization, Localization, Translation. *The LISA Newslater: Globalization Insider* XI (1.5).

Corte, N. (2002). Localización e internacionalización de sitios web. *Revista tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/Tradumatica/article/view/29120/28954>

Gutiérrez-Artacho, J.; Olvera-Lobo, M.D. (2017). “Web localization of Spanish SMEs: The case of study in chemical sector”. *Journal of Information Systems Engineering & Management*, 2 (3), p. 15, DOI: 10.20897/jisem.201715.

Jiménez Crespo, M.A. (2009). “El uso de corpus textuales en localización”. *Revista tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*. Recuperado de [file:///C:/Users/Sara_/Downloads/154832-206769-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Sara_/Downloads/154832-206769-1-PB%20(1).pdf)

Olvera Lobo, M.D. (2015). “Localización web de las pymes españolas: plataforma de soporte para la difusión multilingüe desde la perspectiva de la traducción”. *LocWeb_PYME*. Recuperado de <http://locweb.aulaint.es/estudios-y-analisis/>

Olvera Lobo, M.D. (2015). “Localización web de las pymes españolas: plataforma de soporte para la difusión multilingüe desde la perspectiva de la traducción”. *LocWeb_PYME*. Recuperado de <http://locweb.aulaint.es/estudios-y-analisis/>

Olvera Lobo, M.D.; Gutiérrez-Artacho, J. (2014) “Visibilidad y presencia de los bienes inmuebles de Andalucía en la Web 2.0.” En: *X Congreso Nacional de Turismo Tecnologías de la Información y la Comunicación: TURITEC 2014*. Málaga: Universidad de Málaga, 2014. pp. 97-107. [<http://hdl.handle.net/10481/35872>]

Patronato Provincial de Turismo. *Diputación de Granada*. Recuperado de <http://www.turgranada.es/> [Última revisión el 28/05/18]

Zanardelli, C. (2015). La localización de páginas web. *20000 LENGUAS*. Recuperado de <https://20000lenguas.com/2015/02/17/la-localizacion-de-paginas-web/> [Última revisión el 01/04/18]

7. ANEXOS

ESCALA LINGÜÍSTICA

En la localización FR-ES del sitio web del Patronato Provincial de Turismo de Granada, ¿con qué frecuencia se producen los siguientes errores lingüísticos?:

	Nunca	en 1 o 3 ocasiones	en +5 ocasiones
Contrasentidos	X		
Falsos sentidos			X

Sin sentidos	X		
Omisiones de información			X
Calcos, préstamos, barbarismos o falsos amigos		X	
Falta de precisión terminológica		X	
Falta de coherencia terminológica		X	
Uso incorrecto de siglas y acrónimos	X		
Alteración del orden sintáctico de una frase			X
Calcos sintácticos	X		
No respeto de las reglas gramaticales de la lengua meta			X
Calco de estructuras de la lengua origen			X
Uso incorrecto de las funciones lingüísticas del texto en la lengua meta	X		
Registro inadecuado		X	
Ambigüedad	X		
Párrafos o frases incompletas			X
Palabras mal escritas (cacografías)			X
Puntuación incorrecta		X	

ESCALA CULTURAL

En la localización FR-ES del sitio web del Patronato Provincial de Turismo de Granada, ¿se respetan las siguientes convenciones culturales o se han producido las adaptaciones culturales necesarias?:

¿Se respetan las siguientes convenciones culturales o se han producido las adaptaciones culturales necesarias?	Sí	No	¿El respeto de esta convención o esta adaptación es relevante para la cultura meta?:	Sí	No

Atención al cliente (disponibilidad en distintas lenguas)	X			X	
Explicitaciones innecesarias y/o incorrecta		X		X	
Información innecesaria para la audiencia de la lengua meta	X			X	
Adaptación de los datos básicos de la empresa	X			X	
Noticias específicas de un país		X			X
Volumen de información		X		X	
Juegos y concursos (no hay)					
Oferta de productos que no están disponibles en ese país		X		X	
Traducción de formularios que hay que rellenar (ej: al crear una cuenta o perfil)		X		X	
Problemas de traducción de información personal de nombres y direcciones (zip code y postal code, state y province)		X		X	
Enlaces a páginas web locales		X			X
Uso de la variedad dialectal adecuada	X			X	
Moneda incorrecta	X			X	
Navegación guiada	X			X	
Limitación de <i>scroll</i>		X		X	
Interactividad		X		X	
Gráficos		X			X

ESCALA TÉCNICA

En la localización FR-ES del sitio web del Patronato Provincial de Turismo de Granada, ¿se han tenido en cuenta los siguientes aspectos técnicos?:

¿Se han tenido en cuenta los siguientes aspectos técnicos?	Sí	No	No procede
Correcto funcionamiento de la búsqueda dentro del sitio web	X		
Problemas en la codificación que derivan en que el texto meta no sea legible		X	
Mismo contenido en distintas versiones en diferentes lenguas	X		
Documentos adjuntos	X		
No satisfacer las expectativas del cliente (ej: si no se traduce más allá de la página de inicio)	X		
Caracteres acentuados (formato Unicode)		X	
Traducción de los nombres de las diferentes páginas		X	
Imágenes localizadas		X	
Audios y vídeos localizados		X	
Accesibilidad		X	
Segmentos no traducidos		X	
Segmentos en una lengua que no sea ni la origen ni la meta	X		
Incorrecta combinación de segmentos		X	
Estructura	X		
Disposición de la información	X		
Etiquetas y las palabras clave	X		
SEO	X		