



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN**

**Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico
«Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben
perder»**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Traducción e Interpretación

AUTORAS:

Núñez López, Anggie Sofía (orcid.org/0000-0001-7179-1186)

Paredes Mendo, Esther (orcid.org/0000-0002-2677-7913)

ASESOR:

Dr. Torres Vargas, Esdras Joel (orcid.org/0000-0002-8307-3752)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Traducción y Terminología

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a Dios, a nuestros familiares y amigos más cercanos por ser nuestro soporte y motivación para convertirnos en los profesionales que somos.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestros docentes de la Universidad César Vallejo por compartir sus conocimientos con nosotras, enseñarnos de forma amena y darnos la confianza para participar en clase sin temores, finalmente agradecer a nuestros familiares por su cariño y apoyo incondicional.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	18
3.3. Escenario de estudio.....	18
3.4. Participantes	19
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.6. Procedimientos	20
3.7. Rigor científico	20
3.8. Método de análisis de datos.....	21
3.9. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES.....	35
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Técnicas de traducción</i>	13
Tabla 2 <i>Identificación de culturemas</i>	25
Tabla 3 <i>Listado de culturemas y su clasificación</i>	27
Tabla 4 <i>Clasificación de culturemas</i>	28
Tabla 5 <i>Listado de técnicas de traducción y culturemas donde se aplicaron</i>	29
Tabla 6 <i>Técnicas de traducción utilizadas</i>	30

Resumen

La siguiente investigación consideró como objetivo general analizar la traducción de los culturemas en un folleto turístico. Para ello, la metodología utilizada fue de tipo básica, enfoque cualitativo y estudio descriptivo y se aplicaron los instrumentos lista de cotejo y ficha de análisis a los 27 culturemas que fueron identificados en el corpus empleado. Los resultados señalan que el préstamo fue la técnica más utilizada en 15 culturemas, y en el resto de ellos, se utilizaron técnicas combinadas como préstamo y calco, préstamo y amplificación o hasta un triplete compuesto por préstamo, calco y amplificación. Por último, se concluyó que, en los textos turísticos, debido a la temática en sí misma, aparecen gran cantidad de culturemas relacionados a la categoría de patrimonio cultural y existe una tendencia a mantener estos términos tal cual están en el texto original.

Palabras clave: culturema, turismo, folletos turísticos, patrimonio cultural.

Abstract

The present research considered the general objective of analyzing the translation of the culturemes in a tourist brochure. For this purpose, the methodology used was of a basic type, qualitative approach and descriptive study and the checklist and analysis sheet were applied to the 27 culturemes that were identified in the corpus used. The results indicate that borrowing was the most used technique in 15 culturemes, and in the rest of them, combined techniques such as borrowing and calque, borrowing and amplification or even a triplet composed of borrowing, calque and amplification were used. Finally, it was concluded that, in tourism texts, due to the subject matter itself, there are a large number of culturemes related to the category of cultural heritage and there is a tendency to keep these terms as they are in the original text.

Keywords: cultureme, tourism, tourist brochures, cultural heritage.

I. INTRODUCCIÓN

Perú es un país diverso y multicultural con tradiciones, exquisita gastronomía y extensas reservas naturales. Según Perú Travel, el Portal Oficial de Turismo del Perú (s.f.), nuestro país alberga 12 patrimonios mundiales reconocidos por la Unesco, más de 5000 lugares arqueológicos y debido a la herencia de antiguas civilizaciones que tuvieron mucho poder, se le considera un país turístico por excelencia, visitado por miles de turistas a nivel mundial, ansiosos de vivir experiencias inolvidables.

Dado que la nación acoge a viajeros que vienen de diferentes lugares del mundo, es necesario que las empresas dedicadas al rubro turístico ofrezcan sus servicios en diferentes idiomas ya sea mediante folletos, tarjetas, carteles y demás objetos publicitarios. En este punto, es crucial tener en cuenta no solo el contenido que incluirá dicha publicidad sino también el lenguaje propio de este sector. Por esta razón, resulta primordial la ayuda de traductores especialistas en el lenguaje turístico que sabrán lidiar con todas las particularidades que este puede tener.

Una de las dificultades más frecuentes a las que se enfrenta todo traductor surge cuando aparecen referentes culturales. Los culturemas son expresiones verbales o paraverbales de la cultura de un país, con una carga cultural específica [...] (Molina, 2006). Estas expresiones son difíciles de traducir y las razones pueden ser muchas, por ejemplo, cuando el traductor tiene poco conocimiento de la cultura del país a cuyo idioma tiene que traducir, la complejidad innata de estas unidades lingüísticas, etc.

Puesto que el lenguaje turístico tiene una gran riqueza cultural, contribuye en gran manera a que el traductor tome conciencia de que hablar un idioma incluye el aspecto lingüístico, cultural y pragmático. Por lo tanto, los traductores que trabajan en este ámbito deben tener una competencia lingüística especializada. Hoy en día, el concepto turismo abarca varios aspectos de la cultura, por ejemplo, la gastronomía, las costumbres, la arquitectura, el deporte, las fiestas, etc.

Se considera relevante conocer la opinión de profesionales o grupos cuya área de especialización es la traducción. Por un lado, el término *culturema* se entiende como una unidad fraseológica que pertenece a una cultura específica y que tiene importancia para las personas que forman parte de dicha cultura y cuando se intenta relacionar este con una expresión de otra cultura, se llega a la conclusión de que es característico exclusivamente de la primera. De acuerdo con Mayoral (s.f.), esta definición fue propuesta por Vermeer y es ampliamente aceptada en el campo de la traducción.

Por otro lado, el Grupo de Investigación de Lingüística Tipológica y Experimental (GILTE) de la Universidad de Granada, durante mucho tiempo se ha dedicado al estudio de temáticas que versan sobre el léxico y las diversas culturas existentes. GILTE ha trabajado en la investigación y elaboración de un diccionario en donde profundiza en la interrelación entre lenguaje y cultura mediante el análisis de palabras culturales, fraseologismos, chistes proverbiales, clichés, eslóganes, etc. GILTE afirma en sus investigaciones que los *culturemas* pueden describirse como ideas propias de un lugar o cultura y la mayoría de estos tienen una estructura semántica y pragmática complicada.

En consecuencia, se dice que los referentes culturales son expresiones que se deben considerar y recopilar en la elaboración de glosarios ad hoc. Además, se sostiene que uno de los impedimentos significativos al momento del trasvase son las expresiones con carga cultural, y un estudio comparativo permitirá hallar soluciones convenientes. Esto significa, que se logrará reemplazar típicos referentes culturales de la lengua origen mediante paráfrasis ricas en contenido o mediante un referente cultural parecido en la lengua de llegada. Por lo regular, debido a la naturaleza complicada de ciertos referentes culturales, el reemplazo a veces es imposible. (Luque, 2009)

La realidad problemática de la investigación está enfocada en el trasvase, del español al inglés, de las unidades lingüístico-culturales en unos folletos turísticos específicos de Perú. La traducción de los *culturemas* debe basarse en un criterio práctico y dinámico, pero muchas veces aparecen dificultades para comprender ciertos términos, frases hechas, modismos o jergas que se

encuentran en los folletos. La diferencia cultural de ambas lenguas está patente en las dificultades para hallar las equivalencias a ciertos elementos lingüísticos naturales, impidiendo el proceso de comprensión y búsqueda lingüística.

En vista de que los culturemas suelen aparecer con frecuencia en textos del ámbito turístico, se considera que es útil conocer los métodos que se utilizan para traducirlos. Por ello, la problemática que se ha planteado es: ¿Cómo se han traducido los culturemas que se encuentran en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder»?

Por otro lado, esta investigación se justifica teóricamente, puesto que al mencionar la definición y la tipología de los culturemas existentes en estos folletos turísticos, como parte de la herencia cultural, también hace mención a los diferentes aspectos como gastronomía, costumbres, deporte, historia, cultura, arquitectura, religión, etc. Entonces, comprobado está que, para un traductor con escaso conocimiento de la cultura meta, una de las dificultades importantes de la traducción son los culturemas, con los cuales se enfrenta al traducir diferentes tipos de textos, ya sea especializados o divulgativos.

Además, la investigación facilitará el resolver problemas de traducción de culturemas relacionados con el ámbito turístico peruano o, al menos, servirá para tener como referencia las posibles traducciones de estos y conocer las técnicas y estrategias que se utilizan con mayor frecuencia al momento de traducirlos.

Por tanto, el objetivo general es analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder» y los objetivos específicos son: a) Identificar los culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder»; b) clasificar los culturemas presentes en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder» y c) determinar las técnicas utilizadas en la traducción de culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder».

II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación ha considerado algunos trabajos previos cuyos resultados y conclusiones aportan información muy útil y que son dignos de destacar:

A nivel internacional, se consideró la investigación realizada por Robles y Seo (2021) en donde se enfocaron en estudiar los culturemas relacionados a la vestimenta típica de Corea y en la que llegaron a la conclusión de que resulta esencial tener conocimientos interculturales más que saber traducir. Este trabajo contribuyó de forma importante a la investigación dado que explica detalladamente las técnicas que usaron para traducir ciertos términos, lo que da una idea sobre las posibles soluciones que se pueden utilizar al traducir culturemas.

Asimismo, el estudio de Buitrago (2019) se centró en hacer un análisis sobre los culturemas en un clásico literario y concluyó que las corrientes traductológicas lingüística y cultural fueron decisivas en el proceso de traducción. El estudio de este autor fue valioso porque analiza de forma rigurosa los culturemas y explica de forma clara no solo por qué se escogieron las técnicas de traducción sino también el contexto de la frase, lo que ayuda de forma significativa al presente trabajo para tener en cuenta cómo hacer el análisis.

Además, Tiwiyanti y Retnomurti (2016) realizaron una investigación sobre una novela traducida al inglés en la que llegaron a la conclusión que había más pérdida que ganancia al trasladar términos culturales de un idioma a otro y sugieren que es esencial que el traductor tenga habilidades, conocimientos y, sobre todo, creatividad. El estudio realizado por estos autores constituye un aporte significativo dado que dichas cualidades son imprescindibles; la creatividad, especialmente, ayuda muchísimo al traducir términos o frases específicas de cada cultura y es una característica que se tendrá en cuenta al momento de analizar la traducción de culturemas.

A nivel nacional, se escogió el trabajo de investigación realizado por Lobato (2017), cuyo estudio está relacionado a la traducción de términos con carga cultural en folletos turísticos. Después de una exhaustiva investigación, la investigadora concluyó que, al traducir referentes culturales, el profesional debe conocer y dominar la lengua meta y la lengua origen, además hace saber que la técnica literal no es la única opción, ella afirma que el traductor debe considerar otras técnicas, haciendo uso de dupletas, donde el profesional puede ofrecer una excelente propuesta de traducción. Este trabajo de investigación es de gran ayuda para otros estudios porque Lobato afirma que es imprescindible que el traductor sepa tanto el idioma del país hacia el cual va a realizar la traducción como el del país de origen para usar los equivalentes correctos y no cometer errores.

Alarcón (2019) también hizo un estudio que guarda relación con el análisis de las características de los términos con carga cultural presentes en artículos turísticos. Esta investigadora concluye afirmando que las expresiones culturales que aparecen con mayor frecuencia en la traducción del área del turismo son los de categoría patrimonio cultural, que corresponde al 40% de los culturemas analizados. De igual manera, el estudio realizado por Alarcón es una contribución relevante para estudios similares, ya que ella afirma que el traductor es un mediador intercultural que contribuye a crear un vínculo entre dos culturas diferentes para impedir malinterpretaciones en la comunicación intercultural.

También se tuvo en cuenta la investigación realizada por Saucedo (2019), quien se centró en analizar los desaciertos al traducir términos con carga cultural presentes en una página web turística y en la que concluyó que se cometieron errores tanto de comprensión como lingüísticos. Este trabajo fue importante porque muestra ejemplos de los tipos de errores que los traductores pueden cometer y que pueden aparecer en la presente investigación, lo que ayuda a saber identificarlos más rápidamente.

Perú es uno de los países con más encanto del planeta, con una diversidad natural y una biodiversidad únicas, diferentes zonas climáticas y de vegetación.

De acuerdo con Baumhackl (2019), gracias a su historia y a la riqueza de los bienes culturales de diversos periodos históricos, Perú cuenta con fascinantes ruinas y yacimientos arqueológicos en todo el país. Todos estos motivos lo convierten en un destino turístico por derecho propio y prueba de ello es el aumento significativo que ha tenido en esta década que ha situado a este sector económico como el tercero que más aporta al Producto Interior Bruto (PIB) nacional. (Calderón, Asmat y Chávez, 2021)

Debido al turismo internacional que recibe el país, resulta imprescindible que la información que reciben los visitantes haya sido traducida a su idioma. El sector del turismo necesita que los textos ya sea sitios web, paquetes turísticos, servicios de hotel, folletos y demás se encuentren traducidos a la perfección.

Diferentes autores concuerdan y afirman que la traducción es un proceso muy complicado. Por lo tanto, la traducción no se puede definir en un solo concepto. Tal es así, que cada autor da su propia definición de traducción, debido a que cada uno de ellos incurre en diferentes puntos de vista. Citando como ejemplo Hurtado (2001) afirma que la definición de traducción se divide en diferentes aspectos:

Vinay y Darbelnet, citados en el libro de Amparo Hurtado Albir, tienen su propia definición de traducción, la cual se podría resumir en *la traducción como actividad entre lenguas*. Dicha definición es muy interesante y dice así: «transferir de una lengua A a una lengua B para manifestar la verdad». Para Hurtado Albir, solo los elementos lingüísticos cuentan en este aspecto, lo que significa colocar a la traducción únicamente dentro de los estudios de la lengua.

Desde otra perspectiva, Danica Seleskovitch, citada por Pavón (2010), postuló que *la traducción es una actividad textual*. En otras palabras, la traducción (interpretación) escrita y oral exitosa se basa en una comprensión del mensaje en el idioma de origen y la reformulación de ese mensaje en el idioma de destino, centrándose en el sentido y no simplemente en las palabras del original, sin dejar de tener en cuenta su registro y estilo. Seleskovitch muestra en este aspecto que se traduce el sentido.

Además, tenemos la perspectiva de Nida que considera *la traducción como una acción de comunicación*. Este autor enuncia que «la traducción pretende transmitir el concepto plasmado en el texto original y se fundamenta en reproducir el mensaje del idioma origen al idioma meta por medio de una equivalencia natural y exacta». Así mismo, Zinaida Lvóvskaya, citada por Rodríguez (2000), asegura que la traducción es la relación de equivalencia comunicativa, la cual debe considerar la máxima exactitud necesaria del documento tanto en su versión original como en la traducida.

Blum-Kulka citada por Madkour (2018) coincide con Nida respecto a la definición de traducción y añade que esta es un proceso que no puede limitarse a dos lenguas, dado que este también implica a dos culturas.

Por último, Seleskovitch considera *la traducción como un proceso*. Esta autora afirma que hay una relación muy profunda entre el desarrollo de la traducción y los procedimientos de comprensión y reexpresión más que en la semejanza de las lenguas.

Amparo Hurtado recomienda, con respecto al proceso de traducción, que el traductor al igual que el intérprete, está obligado a entender el texto original para expresarlo a través de otro idioma con igual sentido, aunque las lenguas sean distintas, el desarrollo fundamental de todo proceso de traducción está conformado por estos tres elementos: comprensión, desverbalización y reexpresión.

En cuanto a los principios básicos de la traducción, Hurtado afirma que son los siguientes: El sentido, el contexto, la comunicación y adaptación al idioma meta, las cuestiones culturales y el receptor de la traducción, la alineación textual y el objetivo de la traducción y, por último, el proceso cognitivo del profesional de la lengua.

Al momento de realizar una traducción sobre un área temática específica, se está realizando una traducción especializada. Bastin y Pomerleau (2016) citando a Flavell mencionan que este tipo de traducción consiste en el conocimiento acerca del conocimiento. Además, Amarasinghe y Ariyaratne

(2020) añaden que la traducción especializada mejora el contenido, la integridad y el tiempo empleado en un texto en comparación con la traducción general y que aquellos profesionales que se dedican a este tipo de traducción realizan encargos más eficientes y precisos.

Bastin y Pomerleau indican que hablar de traducción especializada es hablar, a la vez, de un lenguaje especializado, en este caso, un lenguaje aplicado a los textos turísticos.

La traducción de textos turísticos como traducción especializada tiende a ser subestimada ya sea en el medio profesional o académico. La gran mayoría de estudiosos de la traducción no le han dado a la traducción turística una identidad propia, ya que siempre la han vinculado con la traducción de textos publicitarios. Las actuales corrientes en traductología colocan al texto turístico junto al texto publicitario. Calvi citado por González-Pastor y Candel (2013) dice que se debe considerar al texto turístico como un lenguaje con propósitos particulares debido al rol que juega en el acto comunicativo, puesto que el lenguaje turístico puede actuar como una continuidad de la lengua y su uso puede ser en el medio profesional, técnico o científico, con propósito, ya sea descriptivo o comunicativo.

Por consiguiente, González-Pastor y Candel manifiestan que traducir textos turísticos equivale a hacer una traducción especializada en un contexto multilingüe y multicultural, donde el traductor debe reconocer y saber traducir los diferentes términos interculturales, los cuales serán identificados por los turistas o lectores como originarios de otra cultura.

Déniz (2015) citando a Fischer menciona que el texto turístico es aquel escrito orientado a toda persona, no a un público específico, que da a conocer las particularidades de un sitio y anima a visitarlo. Asimismo, citando a Gross afirma que el texto turístico se podría considerar un hiperónimo puesto que incluye otros subtipos de texto que pueden ser guías turísticas, catálogos, artículos sobre viajes, folletos, lista de precios, etc. Se considera como destinatario al turista o visitante o a los profesionales del turismo, quien recibe información de un sitio en particular para que sepa qué actividad puede realizar o qué lugares

puede visitar una vez allí, teniendo en cuenta permanentemente la idea de que visite el sitio y brindarle toda la información necesaria con el fin de que realice el viaje.

Por su parte, Zhang (2013) menciona que los textos turísticos incluyen el trasfondo histórico y cultural de un país, además de la manera de vivir y pensar de las personas. En general, los textos turísticos se dirigen a los visitantes que comparten el mismo o similar bagaje cultural. Los textos turísticos son la forma de preservar y difundir la cultura, la cual es única de una nación o comunidad.

El propósito de los textos turísticos como el folleto es mostrar la ciudad a visitar de una manera positiva como un destino atractivo para los turistas y de esta manera, incrementar el desarrollo turístico de la región acelerando su desarrollo económico. (Fuadi, 2016)

A todas estas definiciones, se podría agregar que, si alguna vez el viajero experimenta alguna circunstancia difícil al estar en un sitio en el cual no habla el idioma y no conoce aspectos como la cultura, costumbres y entorno, el texto de tipo turístico vendría a ser un enlace de mucha ayuda al facilitar la comunicación.

El proceso de la traducción va más allá de trasladar el contenido de un texto de un idioma a otro, existe el aspecto cultural que es un elemento crucial y que causa algunos dolores de cabeza, no solo a estudiantes sino también a traductores profesionales. Antes de definir el término culturema, es primordial conocer el significado de la palabra de la cual esta proviene, es decir, cultura.

La probabilidad de que los individuos que residen en lugares diferentes no sólo actúan y piensan de forma diferente, se ha considerado al menos desde la antigüedad. Según National Center for Cultural Competence (s.f.), no siempre se es consciente de cómo la identidad y forma de pensar se van constituyendo gracias al aprendizaje cultural. La explicación de ello radica en la cultura que se adquiere en el medio en el que se vive.

La cultura puede definirse como la parte del entorno creada por los seres humanos. Es una serie de manifestaciones que una agrupación de individuos en un tiempo y lugar llega a adoptar o desarrollar, y estas facilitan una coordinación social fluida, aclaran los límites del grupo y proporcionan un espacio para la innovación. (Oyserman, 2017)

Tanto Spencer-Oatey (2012) como Dan (2020) citan a Tylor quien menciona que la cultura es un conjunto complejo compuesto por el conocimiento, la convicción, el arte, la disciplina filosófica, el derecho, la costumbre, y demás competencias y hábitos que la persona llega a tener como integrante de la sociedad. Algo similar opinan D'Entremont y Voillot (2021) citando a Abidi y Banks, estas autoras mencionan que la cultura se puede definir como las creencias, valores, actitudes, costumbres, relaciones sociales, arte y literatura que define a un grupo étnico.

De acuerdo a la clasificación hecha por algunos autores, los niveles de la cultura podrían dividirse de diferentes formas. Por un lado, Ayuso (2019) menciona una división hecha por Gail Robinson en la que divide la cultura en dos niveles: nivel externo y nivel interno. El nivel externo abarca a las costumbres, el lenguaje, el folklore, etc., mientras que el nivel interno comprende las ideas, los valores, las creencias, etc.

Por otro lado, Sun y Gao (2020) mencionan a Frank quien dividió la cultura en tres niveles: nivel superficial, sub-superficial y profundo. El nivel superficial incluye aspectos como la comida, la vestimenta, las festividades, etc; el nivel sub-superficial abarca a las costumbres, los comportamientos, los gestos, los protocolos, etc. y el nivel profundo comprende a los valores, la ideología, la filosofía, etc.

Petruscu (2011) se basa en el aporte de Georgiana Lungu y define culturema como un enunciado que contiene información cultural de un país o región con una estructura semántica y pragmática compleja e importante para dicha comunidad y cuya traducción implica la realización de un estudio para identificar la estrategia idónea en cada caso.

Según Luque (2009), los culturemas surgen de símbolos que las personas conocen durante el proceso de aprendizaje de su cultura y la forma en la que los van adquiriendo puede ser variada dado que pueden provenir de la historia, literatura, religión, cuentos, chistes, refranes, frases hechas, medios de comunicación, etc.

Santamaría (2016), afirma que, en el proceso de traducción, los elementos asociados a los referentes culturales que están incluidos en la memoria colectiva de los individuos de la sociedad de origen no suelen transmitirse con éxito a menos que el traductor incluya más información. Todos los culturemas están vinculados a un determinado conjunto de valores en el entorno natural donde se produjeron. Sin embargo, estos valores pueden no ser los mismos en la cultura de destino. En esos casos, no es fácil para el traductor tomar una decisión sobre qué información añadir.

Olk citado por Balama (2016), menciona que las referencias con carga cultural son aquellos componentes léxicos presentes en un texto origen que, en cierto momento, se relacionan a ideas que en la cultura de destino específica no existen o bien se alejan en su función textual significativamente en la denotación o connotación de los equivalentes léxicos disponibles en la cultura de destino.

Kharina (2018) concuerda con Balama en que un culturema carece de un equivalente preciso en el idioma meta y añade que este suele tener el mismo significado en todos los contextos, es decir, rara vez son polisémicos, por lo cual, carece de sinónimos.

Si se retrocede un poco más en el tiempo, Rodríguez (2007) menciona que el pionero en estudiar los elementos culturales fue Nida y fue él también el primero en plantear una catalogación de ámbitos culturales que, hasta la actualidad, sigue siendo ampliamente aceptada y tomada como referencia. A continuación, Rodríguez (2012) menciona dichas áreas temáticas que Nida enumeró: ecología, cultura material, cultura social, cultura religiosa y cultura lingüística.

Con el tiempo, otros autores además fueron proponiendo diferentes clasificaciones de culturemas, pero aquella hecha por Molina es más amplia, completa y recoge la propuesta de Nida dado que concuerda con la idea de él sobre ubicar conceptos más que palabras, por ello, es en esta catalogación en la que se apoya el presente estudio. (Molina, 2006)

Hurtado y Olalla (2013), citando a Molina plantea cuatro categorías muy sencillas y abordables para este trabajo. Esta autora simplifica dichas categorías, haciendo mención a las clasificaciones más amplias de diferentes traductólogos, que abarca un gran número de referentes culturales de forma razonable y clara. Además, incluyen componentes verbales, no verbales y paraverbales, lo que facilita anexionar las categorías de comportamiento comunicativo y no comunicativo de Nord. Todo ello permite clasificar conceptos, no sólo un inventario de términos con carga cultural. Esta catalogación no cree que un referente cultural es simplemente una dificultad en la traducción.

Asimismo, Molina, al referirse a los culturemas toma en consideración el dinamismo de estos, lo cual, quiere decir que 1) Los referentes culturales no se encuentran en el entorno de una sola cultura, más bien es el resultado de una transferencia cultural; 2) Los referentes culturales aparecen en el contexto de dos culturas específicas sin que esto implique que sean universales, y 3) El rol del referente cultural está sujeto al medio en el que se encuentra. A continuación, se hace una descripción concisa de las categorías planteadas por Molina basadas en los aportes de Nida:

El ámbito del medio natural, incluye las diferencias ecológicas entre zonas geográficas, como fauna, flora, fenómenos atmosféricos, vientos, climas, paisajes y topónimos.

Luego, el ámbito del patrimonio cultural comprende referencias físicas o ideológicas de una cultura, la cultura religiosa, cultura material como objetos, productos, artificios, personajes ficticios o reales, hechos históricos, festividades, creencias populares, folklore, obras, movimientos artísticos, cine, música, monumentos emblemáticos, lugares conocidos, urbanismo,

instrumentos musicales, técnicas de pesca y agricultura, medios de transporte, etc.

Respecto al ámbito de la cultura social, se hace referencia a convenciones y hábitos de una cultura, formas de tratamiento y cortesía, modo de comer, vestir, valores morales, gestos, saludos, sistemas políticos, legales, educativos, organizaciones, oficios o profesiones, monedas, calendarios, eras, medidas, pesos, etc.

Por último, a la cultura lingüística pertenecen las transliteraciones, refranes, frases hechas, nombres propios con significado adicional, metáforas generalizadas, asociaciones simbólicas, interjecciones, insultos, blasfemias, etc.

Al momento de traducir, es el profesional de la traducción el que decide la técnica que considere más idónea en cada caso. Para ello, debe apoyarse en un proceso de análisis y clasificación de la equivalencia traductora en la que las autoras Molina y Hurtado (2001) ofrecen un esquema muy completo con las distintas técnicas que se pueden utilizar y las que servirán como guía en la presente investigación:

Tabla 1 *Técnicas de traducción*

Técnicas de traducción (Molina y Hurtado, 2001)	Ejemplo	
	Texto origen	Texto meta
1. Adaptación	Reemplaza un elemento cultural por otro propio de la cultura receptora	«Tomar el té» (Inglaterra) «Tomar un café» (España)

2. Ampliación lingüística	Añade elementos lingüísticos	«No way»	«De ninguna de las maneras»
3. Amplificación	Incluye precisiones no formuladas en el texto original	«Ramadan»	«Ramadán: El mes de ayuno para los musulmanes»
4. Calco	Traduce literalmente una palabra o sintagma extranjero; puede ser léxico y estructural	«Weekend»	«Fin de semana»
5. Compensación	Introduce en otro lugar del texto traducido un elemento de información o efecto estilístico que no se ha podido reflejar en el mismo lugar en que aparece situado en el texto original	«Boy, it began to rain like a bastard. In buckets, I swear to God»	«¡Jo! ¡De pronto empezó a llover a cántaros! Un diluvio, se lo juro»
6. Comprensión lingüística	Sintetiza elementos lingüísticos	«Yes, so what?»	«¿Y?»
7. Creación discursiva	Reemplaza el texto original por una traducción totalmente distinta, pero con una equivalencia implícita	El título de una película: «50 first dates»	«Como si fuera la primera vez»

8. Descripción	Sustituye un término o expresión por una explicación del mismo.	«Panettone»	«Biscocho tradicional que se toma en Noche Vieja en Italia»
9. Equivalente acuñado	Utiliza un término o expresión reconocido como equivalente en la lengua meta	We'll be there on Friday «come rain or come shine»	Estaremos allí el viernes «pase lo que pase»
10. Generalización	Emplea un término más general o neutro	«Pigeons and eagles»	«Aves»
11. Modulación	Varía el punto de vista, enfoque o categoría de pensamiento en relación a la formulación del texto original	«It is not difficult to show»	«Es fácil de demostrar»
12. Particularización	Usa un término más preciso o concreto	«Aves»	«Pigeons and eagles»
13. Préstamo	Integra una palabra o expresión de otra lengua tal cual	«Sandwich»	«Sandwich»
14. Reducción	Suprime en el texto meta algún elemento de	«Ramadán: El mes de ayuno	«Ramadan»

		información presente en el original	para los musulmanes»	
15. Substitución	Modifica lingüísticos paralingüísticos (entonación, gestos) viceversa	elementos por	«Gesto de llevarse la mano al corazón»	de «Gracias» la al
16. Traducción literal	Traduce palabra un sintagma expresión	palabra por	«The cat is on the table»	«El gato está en la mesa»
17. Transposición	Cambia la gramatical	la categoría	«After he comes back»	«Después de su regreso»
18. Variación	Convierte lingüísticos paralingüísticos	elementos o	Cambios de tono en adaptaciones para niños.	

Nota. Elaboración propia

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

En esta sección se señala con exactitud y de forma detallada la metodología y el diseño seleccionado en este estudio; la perspectiva utilizada fue de tipo básica, enfoque cualitativo, estudio descriptivo y diseño de investigación no experimental.

Tipo de investigación: Según Rodríguez (2011), la investigación básica es aquella que se encamina a indagar nuevos conocimientos y campos de investigación sin fines específicos. El investigador se afana por su trabajo prestando poca importancia al uso práctico de sus hallazgos. Para él, la búsqueda del saber es desinteresada – el saber por el saber- provocado por el deseo de obtener conocimientos insuperables y ampliar el corpus teórico actual. Además, el nuevo conocimiento forma parte de las referencias básicas para el conocimiento de esta manifestación natural. De acuerdo a ello, este estudio fue de tipo básica puesto que se buscó ampliar los conocimientos en base a investigaciones ya existentes.

Esta investigación fue de enfoque cualitativo porque, como bien lo señala Mata (2019), este tipo de enfoque prioriza el estudio juicioso y meticuloso de los conceptos subjetivos e intersubjetivos que están contenidos en los hechos estudiados. Esta definición se relacionó con la presente investigación porque aquí se planteó analizar, evaluar e interpretar datos procedentes de distintos recursos con la finalidad de investigar y dar respuesta al fenómeno a estudiar, así mismo, ampliar el corpus teórico actual.

Diseño de investigación: Según el diseño de la investigación, esta fue no experimental porque las variables no se manipulan de forma deliberada, simplemente se observan los elementos en su medio natural y posteriormente se procede con el análisis de estos. (Vásquez, 2020) Este trabajo de investigación fue no experimental porque se eligió una técnica de recolección de datos, así como estrategias para llevar a cabo este estudio. Así mismo, se

seleccionó la muestra como parte representativa de la población, el cual fue el objeto de estudio.

Asimismo, según su alcance temporal, este estudio fue transeccional o transversal debido a que la información se recopiló en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En otras palabras, la investigación no se efectuó durante un período prolongado, sino que se realizó en un tiempo específico. (Cvetkovic et al., 2021)

Según su profundidad, este estudio fue descriptivo dado que buscó primeramente el saber de la realidad, el cual se produce como resultado de la examinación natural del investigador y del conocimiento alcanzado, gracias a la lectura o investigaciones proporcionadas por otros autores (Abreu, 2014). Esta definición se relacionó con el estudio en curso porque como resultado de los conocimientos obtenidos gracias a la lectura de investigaciones previas, se pretendió lograr una interpretación coherente, minuciosa y detallada del problema de investigación.

De acuerdo con este diseño, se analizó la traducción de los culturemas en la muestra los cuales fueron los referentes culturales en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder»; aportando y comparando con estudios previos.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Según Molina citada por Hurtado y Olalla (2013), los culturemas se clasifican en cuatro ámbitos culturales, estos son: 1) Medio natural: flora, fauna, fenómenos atmosféricos, etc.; 2) Patrimonio cultural: personajes ficticios o reales, festividades (la gastronomía, la artesanía); 3) Cultura social: organización social y convenciones y hábitos sociales.; 4) Cultura lingüística.

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio del trabajo de investigación en curso fue la página web de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), aquí se hallaron los elementos necesarios para el análisis de

este trabajo, estos fueron, los folletos turísticos en español (lengua de inicio) y en inglés (lengua de llegada). La página de PROMPERÚ es una fuente de confiabilidad dado que es una institución que está sujeta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. Sus sedes principales se encuentran en la ciudad de Lima. PROMPERÚ es la institución que tiene a su cargo la promoción del turismo, según el D.S. N° 003-2007-MINCETUR. El enlace para visualizar el folleto es el siguiente:

<https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/1491>

3.4. Participantes

Se consideró como participantes al corpus del presente estudio, el cual, fue el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder», y la unidad a analizar fueron los culturemas. Dicho folleto se extrajo de la web de PROMPERÚ y tiene su versión en español e inglés.

La elección de este folleto se debió a que allí se mencionaba a algunos departamentos del país, tales como: Huánuco, La Libertad, Cajamarca, Cusco, Ayacucho, Áncash, Ica, Lima, Arequipa, Amazonas, etc., los cuales, son lugares hermosos, visitados por miles de turistas extranjeros deseosos de vivir nuevas aventuras; atraídos por la riqueza cultural del Perú, sus hermosas playas, paisajes, complejos arqueológicos y arquitectónicos, y por su gastronomía, una de las mejores a nivel mundial.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En este estudio, se procedió a utilizar la técnica de observación y la técnica del análisis documental, con el propósito de identificar los culturemas pertenecientes a distintos lugares de Perú y analizar la traducción de los culturemas, respectivamente. Por un lado, según la Universidad Tecnológica Metropolitana (2018), la lista de cotejo es un listado de criterios que representan a las características que se quieren observar para saber si están presentes o no, mediante el uso de una escala de dos alternativas o dicotómica. (Sistema

Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa [Sineace], 2020)

Para la realización de la lista de cotejo se plantearon una serie de interrogantes que ayudaron a identificar si los términos o frases eran referentes culturales siguiendo las definiciones que dieron algunos autores como Petruscu, Balama y Molina sobre la palabra culturema y una escala de medición dicotómica.

Por otro lado, de acuerdo con la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (2020), el análisis documental es una técnica práctica que permite la extracción de información significativa de un texto y según Andréu (2018) tiene como finalidad la representación comprimida de los datos que se obtienen para ser examinados y guardados.

Para la realización de la ficha de análisis se consideraron aspectos como: El título del folleto, el culturema en lengua origen y su traducción, el contexto, el tipo de culturema de acuerdo a la catalogación de Lucía Molina, la técnica de traducción de la que se sirvió para trasladar el culturema en cuestión al idioma de destino conforme a la catalogación de Molina y Hurtado, el análisis de cada elemento cultural, entre otros aspectos.

3.6. Procedimientos

Esta investigación siguió un procedimiento que consistió en la selección de un folleto turístico, el cual fue exhaustivamente estudiado. Se escogió el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder» porque este trataba sobre diferentes lugares del Perú, lo que implicaba que se encontraría una amplia variedad de referentes culturales. Además, dicho folleto estaba tanto en español como en inglés, así como en otros idiomas. Por último, se llevó a cabo el análisis teniendo como guía tanto la lista de cotejo como la ficha de análisis.

3.7. Rigor científico

De acuerdo con Espinoza (2020), el rigor científico se aplica cuando la información se utiliza de forma oportuna. Para la obtención de dicha

información, se sigue todo un proceso que cuenta con diferentes pasos, los cuales, influyen en la garantía de la calidad de datos para que estos sean confiables, auténticos y representativos. Además, Espinoza citando a Noreña, menciona que es esencial que el investigador sea aplicado y metódico durante el completo desarrollo del estudio, dado que es él quien decide respecto a la cantidad de datos y la calidad de estos.

Esta investigación siguió el procedimiento mencionado en el apartado anterior y los pasos a seguir en este proceso, ayudaron a que el resultado de la investigación muestre información veraz. Además, en la búsqueda de los culturemas presentes en el folleto, teniendo en cuenta la cantidad que se encontró, se escogieron aquellos referentes culturales que se consideraron más problemáticos o interesantes, con la intención de aprender más y asegurar la calidad de la investigación.

3.8. Método de análisis de datos

Esta investigación aplicó el método analítico – sintético pues fue una herramienta clave para la averiguación y el procesamiento de la información. El análisis permitió dividir un elemento en sus respectivas partes y características, mientras que la síntesis posibilitó el vínculo entre dichas partes, facilitó el descubrimiento de relaciones o cualidades generales y se realizó teniendo en cuenta los resultados del análisis. (Rodríguez y Pérez, 2016)

Para comenzar, se realizó la lectura del folleto turístico para una correcta comprensión del documento y gracias al apoyo de una lista de cotejo como instrumento de observación, se procedió a identificar los términos con carga cultural presentes. Dado que la lista de cotejo contenía indicadores sobre las características de un culturema, este instrumento fue una pieza clave para determinar los términos o frases que se analizaron con posterioridad.

Luego, se procedió a extraer los culturemas y se aplicó la ficha de análisis, la cual funcionó como instrumento del análisis documental. En este paso, se llevó a cabo el análisis de datos en donde se dio respuesta a todas las cuestiones consideradas en él, como, por ejemplo, la clasificación de culturemas acuerdo

al estudio de la autora Lucía Molina, la cual, consideraba la siguiente catalogación: medio natural, patrimonio cultural, cultura social y cultura lingüística.

Además, teniendo en cuenta las dimensiones propuestas por Molina y Hurtado, se procedió a identificar la técnica empleada para traducir el referente cultural en cuestión. Dichas técnicas fueron descritas ampliamente en la Tabla 1 *Técnicas de traducción*.

Para finalizar, se procedió a analizar el trasvase de los términos con carga cultural considerando y argumentando si dicha traducción fue la más adecuada y se plantearon propuestas a esta traducción cuando se consideró necesario.

3.9. Aspectos éticos

La presente investigación aplicó diferentes principios éticos. Por un lado, respetó el código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo y siguió el esquema de la guía de elaboración de productos de investigación proporcionado por la misma. Por otro lado, con la finalidad de respetar el derecho a la propiedad intelectual, se hicieron citas y referencias bibliográficas conforme a las recomendaciones de las normas APA 7ª edición y se utilizó el parafraseo teniendo en cuenta no modificar ni manipular la información inicial. Además, la información vertida fue confiable dado que se obtuvo de páginas web como el sitio web de PROMPERÚ, bases de datos como la biblioteca virtual de la universidad, entre otros repositorios.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del actual trabajo de investigación se lograron gracias a la lectura, compilación y análisis de 27 referentes culturales del folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder». Al principio, se identificaron más de 40 culturemas, pero se hizo una selección de estos para mostrar los ejemplos más representativos. Se encontraron muchos términos culturales que eran de la misma categoría y en donde se aplicaba exactamente la misma técnica de traducción, por tal motivo, estos fueron omitidos dado que no requerían mayor análisis.

Cabe señalar que para la determinación del tipo de culturema, este estudio se basó en la teoría de Molina (2006) y para la identificación de la técnica de traducción empleada, se apoyó en la propuesta de Molina y Hurtado (2001) y que los resultados que se comentarán a continuación buscan dar respuesta tanto al objetivo general como a los objetivos específicos planteados en esta investigación.

Para responder al objetivo general, a saber, analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder», primero, se identificaron los 27 culturemas y luego se procedió a analizarlos donde se tuvo como resultados una presencia notable de culturemas de tipo patrimonio cultural.

Al traducir culturemas de este tipo, se recurrió a la técnica del préstamo en la mayor cantidad de los casos, pero en algunos, se utilizó más de una técnica como, por ejemplo, calco y préstamo o calco, préstamo y amplificación.

Dado que el texto fue del ámbito turístico, la presencia de topónimos fue predominante. Cuéllar (2014) citando al lingüista polaco Witold Mańczak y a Peter Newmark, menciona que ambos coinciden en que los nombres propios son intraducibles, pero pueden ser adaptados al sistema lingüístico de la lengua de llegada. Cabe resaltar el cuidado que se debe tener al traducir este tipo de

términos pues de acuerdo a la Comisión Especializada de Nombres Geográficos (s.f.), la utilización de nombres que han sido normalizados resulta esencial para reconocer con toda certeza un lugar. Además, Zabala (2018) señala que la domesticación, la cual equivaldría a adaptar el término, tiende a causar más problemas de comunicación porque el nombre extranjero de un topónimo se aleja del topónimo original y por tanto recomienda la extranjerización, la cual equivaldría a mantener el término, para el tratamiento de topónimos. De acuerdo a lo mencionado, se consideró que, en líneas generales, la traducción del folleto turístico analizado fue acertada dado que conviene mantener los términos originales si no existen equivalentes de estos.

Por último, se observó que los préstamos en el folleto en inglés debieron escribirse en letra cursiva y que el traductor se decantó por escribir los términos «inkas» y «Machupicchu» de acuerdo al idioma quechua en vez de escribirlos en español que sería «incas» y «Machu Picchu». Es posible que el traductor haya querido mantener ese matiz para resaltar que proviene de la cultura quechua y darle importancia a esta lengua.

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico de esta investigación, esto es, identificar los culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder», se procede a mostrar los resultados en la siguiente tabla:

Tabla 2 *Identificación de culturemas*

Identificación de culturemas	
N.º	Término o frase (folleto en español)
1	Cultura Moche
2	Cultura Ychsma
3	Caballo peruano de paso
4	Vicuña
5	Alpaca
6	Cóndor andino
7	Caballitos de totora
8	Retablos de Ayacucho
9	Adobe
10	Quechua
11	Trío de cebiches
12	Fiesta de la Virgen del Carmen
13	Yagua
14	Inkas
15	Camino inka
16	Machupicchu
17	Waynapicchu
18	Huaca de la Luna
19	Huaca Pucllana
20	Acllawasi
21	Lago Titicaca
22	Hacienda Mamacona
23	Santuario arqueológico de Pachacamac
24	Complejo arqueológico El Brujo
25	Puerto Chicama
26	Oasis de la Huacachina
27	Tumba del Señor de Sicán

Nota. Elaboración propia

El instrumento lista de cotejo fue una herramienta clave para empezar a desarrollar esta investigación dado que, para realizar el análisis de los culturemas, era esencial identificarlos primero. Los indicadores que se tomaron en cuenta en la lista de cotejo para reconocer un culturema se basaron en los aportes de autores como Petruscu, Balama y Molina. Gracias a este instrumento de investigación y después de hacer una selección de los referentes culturales más representativos, se identificaron 27 culturemas.

De acuerdo al segundo objetivo específico de esta investigación, es decir, clasificar los culturemas presentes en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder», se presenta los resultados obtenidos en esta tabla:

Tabla 3 *Listado de culturemas y su clasificación*

Listado de culturemas y su clasificación			
Medio natural	Patrimonio cultural	Cultura social	Cultura lingüística
<ul style="list-style-type: none"> • Caballo peruano de paso • Vicuña • Alpaca • Cóndor andino • Machupicchu • Waynapicchu • Puerto Chicama • Oasis de la Huacachina 	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura Moche • Cultura Ychsma • Caballitos de totora • Retablos de Ayacucho • Adobe • Trío de cebiches • Fiesta de la Virgen del Carmen • Yagua • Inkas • Camino Inka • Huaca de la Luna • Huaca Pucllana • Acllawasi • Lago Titicaca • Hacienda Mamacona • Santuario arqueológico de Pachacamac • Complejo arqueológico El Brujo • Tumba del Señor de Sicán 		<ul style="list-style-type: none"> • Quechua

Nota. Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 3 *Listado de culturemas y su clasificación*, se encontraron 8 culturemas que pertenecían a la categoría de Medio natural, 18 culturemas incluidos en la categoría de patrimonio cultural, 1 culturema dentro de la categoría de cultura lingüística. En la siguiente tabla, se expresan estos valores de forma resumida y con su respectivo porcentaje:

Tabla 4 *Clasificación de culturemas*

Clasificación de culturemas		
Categoría	Recurrencias	Porcentaje
Medio natural	8	30 %
Patrimonio cultural	18	67 %
Cultura social	0	0 %
Cultura lingüística	1	3 %
Total	27	100 %

Nota. Elaboración propia

Tomando en consideración los resultados de la tabla, se puede ver que abundan los culturemas de tipo patrimonio cultural. La explicación a ello se encuentra en que, al ser un folleto turístico, predominan los nombres de lugares conocidos, monumentos emblemáticos, nombres propios, etc. También, se observa en menor cantidad la presencia de culturemas de tipo medio natural dentro de los cuales incluyen a la fauna, paisajes, topónimos, etc. Finalmente, se halló un único culturema de tipo cultura lingüística, el cual era el término «quechua».

A continuación, se exponen los resultados del tercer objetivo específico de esta investigación, esto es, determinar las técnicas utilizadas en la traducción de culturemas en el folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder»:

Tabla 5 *Listado de técnicas de traducción y culturemas donde se aplicaron*

Listado de técnicas de traducción y culturemas donde se aplicaron		
Técnica de traducción aplicada	Culturema	Traducción
Préstamo	Vicuña	Vicuña
	Alpaca	Alpaca
	Retablos de Ayacucho	Retablos from Ayacucho
	Adobe	Adobe
	Quechua	Quechua
	Trío de cebiches	Trío de cebiches
	Yagua	Yagua
	Inkas	Inkas
	Machupicchu	Machupicchu
	Waynapicchu	Waynapicchu
	Huaca de la Luna	Huaca de la Luna
	Huaca Pucllana	Huaca Pucllana
	Acllawasi	Acllawasi
	Hacienda Mamacona	Hacienda Mamacona
Puerto Chicama	Puerto Chicama	
Préstamo y calco	Cultura Moche	Moche Culture
	Cultura Ychsma	Ychsma Culture
	Caballo peruano de paso	Peruvian paso horse
	Cóndor andino	Andean condor
	Fiesta de la Virgen del Carmen	Festival of Virgen del Carmen (Virgin of Carmel)
	Camino Inka	Inka trail
	Lago Titicaca	Lake Titicaca
	Santuario arqueológico de Pachacamac	Pachacamac Archaeological Sacntuary

	Complejo arqueológico El Brujo	Archaeological complex El Brujo
	Oasis de la Huacachina	Huacachina Oasis
Préstamo y amplificación	Caballitos de Totorá	Caballitos de Totorá (Totorá reed boats)
Préstamo, calco y amplificación	Tumba del Señor de Sicán	Tomb of Señor de Sicán (Lord of Sicán)

Nota. Elaboración propia

Esta Tabla 5 *Listado de técnicas de traducción y culturemas donde se aplicaron* muestra de forma detallada los culturemas que se consideraron del folleto turístico en idioma español y su respectiva traducción en la versión en inglés del mismo folleto. Además, se analizaron las técnicas de traducción que el traductor aplicó para estos referentes culturales. En la tabla que sigue, se observa los resultados de forma más clara:

Tabla 6 *Técnicas de traducción utilizadas*

Técnicas de traducción utilizadas		
Técnica	Recurrencias	Porcentaje
Préstamo	15	55 %
Préstamo y calco	10	37 %
Préstamo y amplificación	1	4 %
Préstamo, calco y amplificación	1	4 %
Total	27	100 %

Nota. Elaboración propia

Esta tabla arroja como resultados una clara inclinación por el uso del préstamo. Cuando en la lengua meta no existe un equivalente al término de la lengua origen, se estila emplear el préstamo bien sea tomando la palabra exactamente

igual o bien sea adaptándola a la lengua meta, es decir, préstamo puro o naturalizado. (Gonzales, 2018)

Además, se utilizó el préstamo junto al calco en referentes culturales como, por ejemplo, lago Titicaca o cultura Ychsma, entre otros. Finalmente, cabe resaltar que solo en una ocasión se optó por combinar las técnicas de préstamo y amplificación como fue en el caso de Caballitos de Totora, así como las técnicas de préstamo, calco y amplificación como fue en el caso de Tumba del Señor de Sicán.

Cuando lo que hay que traducir es una palabra, quizás es suficiente con el uso de una técnica de traducción, pero cuando aparece una expresión, es posible que el traductor considere necesario combinar técnicas de traducción para que esta sea lo más explícita y esclarecedora posible, en busca de la fidelidad del mensaje y con la intención de crear una imagen mental en el receptor sobre un concepto desconocido en la lengua meta y que logre unir a dos culturas distantes.

A través de esta investigación, se trata de comparar los resultados de este estudio con la de otros trabajos ya realizados que han investigado el mismo fenómeno, los cuales se encuentran citados en esta investigación, la finalidad es hallar diferencias e igualdades entre los resultados alcanzados.

Según los resultados de la actual investigación, se analizaron 27 referentes culturales del folleto turístico «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder». Inicialmente, se identificaron más de 40 culturemas que forman parte de las diferentes categorías ya mencionadas anteriormente, después se efectuó una exhaustiva selección de los mismos para analizar los ejemplos más representativos.

Tras la selección de los 27 culturemas y como respuesta a los objetivos de este trabajo de investigación, se identificaron 18 culturemas pertenecientes a la categoría patrimonio cultural, 8 a la categoría medio natural, 1 a la cultura lingüística y, por último, no se halló ningún culturema perteneciente a la

categoría cultura social. Como se puede observar en el apartado resultados (véase Tabla 4 *Clasificación de culturemas*) los culturemas pertenecientes a la categoría patrimonio cultural son los más recurrentes. Con respecto al trasvase de los referentes culturales, basados en la clasificación de las técnicas de traducción según Molina, la más utilizada por el traductor fue la del préstamo.

Luego de haber expuesto los resultados de la investigación, se ha reparado en que éstos son diferentes a los hallados por Molina (2006), quien en los resultados de su estudio indica que, de las 94 referencias culturales analizadas, 7 pertenecen a medio natural, 38 a patrimonio cultural, 22 a cultura social, 19 a cultura lingüística y, por último, 8 a interferencia cultural. Con relación a las técnicas usadas de acuerdo a las que propone Hurtado, en dicho estudio, la más usada fue la del equivalente acuñado con 43 culturemas. Por tanto, cabe señalar que ambos trabajos son totalmente diferentes puesto que en la presente investigación se utilizó un folleto turístico publicado por PROMPERÚ, mientras que, en la investigación realizada por Molina, esta autora tomó como referencia para su análisis los culturemas contenidos en un libro de Gabriel García Márquez. Además de todo ello, Molina agrega una categoría más en su análisis, lo que muchos autores llaman interferencia lingüística, se refiere a aquellos términos que surgen durante un trasvase de un TO a un TM.

El estudio realizado por Picón (2020), coincide con el presente estudio, ya que las similitudes en ambas investigaciones son varias, por ejemplo: el investigador consideró clasificar los referentes culturales en las categorías basadas en Molina (medio natural, patrimonio cultural, cultura social y cultura lingüística), lo cual significa que las similitudes son las mismas con respecto a los resultados, ya que se indica que hay una inclinación en su mayoría a las categorías de medio natural (22 culturemas), y patrimonio cultural (16 culturemas). Así mismo, el investigador consideró como unidad de análisis en su investigación: la traducción del español al inglés de los folletos turísticos de PROMPERÚ, de donde extrajo los referentes culturales para su análisis. De igual manera, Picón, para la realización de este análisis empleó las mismas técnicas de traducción basadas en Molina, es decir las 18 técnicas previamente

mencionadas (véase Tabla 1 *Técnicas de traducción*). Se localizaron diferentes técnicas para el trasvase de los culturemas en la investigación de Picón, pero se pudo observar que la técnica más recurrente fue el préstamo (22 culturemas), al igual que en el presente estudio donde la técnica más recurrente fue la del préstamo con 15 recurrencias (véase Tabla 6 *Técnicas de traducción utilizadas*).

En la investigación realizada por González-Pastor y Candel (2013), es importante señalar que ésta es muy diferente al presente estudio, ya que los autores no mencionan la clasificación de los culturemas, por consiguiente, no hacen uso de ellos; sólo se enfocan en las técnicas para traducir culturemas, basados en la catalogación de Molina, pero sólo han tomado en cuenta unas cuantas (6) técnicas, del total de 18 de ellas, específicamente son: adaptación, amplificación, calco, equivalente acuñado, generalización y préstamo. Si bien es cierto que su unidad de análisis también fueron unos folletos turísticos, la diferencia está en que sólo analizaron específicamente términos de la categoría patrimonio cultural, ámbito fiestas y comidas de España. Es de mucha importancia mencionar que la técnica más usada por los traductores en este texto turístico fue el préstamo, pero la más empleada en dicha investigación fue la amplificación, seguida del calco y del equivalente acuñado.

Para concluir, el aporte significativo que esta investigación puede brindar es indicar a los estudiantes, futuros traductores, y profesionales de traducción, tips o estrategias para resolver una dificultad o problema con el que se encuentra todo mediador al querer traducir un culturema, el cual es, identificar y conocer si el término o palabra en discusión es realmente un culturema o no. Dado que esa fue la primera barrera que surgió para llevar a cabo esta investigación, en este trabajo se muestra y se da a conocer cómo, haciendo uso de una lista de cotejo, identificar un culturema en un texto turístico, sabiendo de antemano que este tipo de textos está recargado de estos elementos culturales. Además de ello, se observan los procedimientos para traducir un culturema empleando técnicas combinadas, bien sea haciendo un doblete o triplete e incluso cuatriplete, de esta forma se busca captar la esencia del significado real de

cada cultura y así realizar un buen trabajo de traducción siempre y cuando lo realice un profesional experto en la materia.

V. CONCLUSIONES

Tras haber recabado la información de la aplicación de los instrumentos y respondiendo al primer objetivo específico, se llega a la conclusión de que fueron 27 los cultuemas identificados, algunos de estos fueron: Cultura Moche, caballo peruano de paso, caballitos de totora, adobe, quechua, trío de cebiches, yagua, inkas, Machupicchu, etc.

De los resultados obtenidos y en función al segundo objetivo específico, se concluye que de los 27 cultuemas identificados, estos se clasificaron de la siguiente manera: 67 % pertenecían a la categoría de patrimonio cultural, 30 % pertenecían a la categoría de medio natural (caballo peruano de paso, vicuña, alpaca, cóndor andino, Machupicchu, Waynapicchu, Puerto Chicama, Oasis de la Huacachina) y 3 % pertenecía a la categoría de cultura lingüística (quechua).

Gracias a los resultados que se obtuvieron y de acuerdo al tercer objetivo específico, se llegó a la conclusión de que las técnicas utilizadas en la traducción de cultuemas fueron: el préstamo se usó en el 55 % de los casos (15 cultuemas); luego, se empleó el préstamo y calco en un 37 % (10 referentes culturales); se aplicó el préstamo y amplificación en un 4 % (el cultuema caballitos de totora); por último, se utilizó préstamo, calco y amplificación en un 4 % (el cultuema tumba del Señor de Sicán).

VI. RECOMENDACIONES

Antes de concluir el presente trabajo de investigación, se sugieren algunas recomendaciones con base en los resultados y las conclusiones a las que se llegaron en el presente estudio, en favor de la traducción en el área del turismo:

Se sugiere a futuros investigadores impulsar trabajos de investigación sobre la identificación de culturemas específicamente en el campo turístico, a través de estrategias, métodos o planeamientos, para que puedan ser estudiados y analizados debido a que ésta es una de las dificultades a las cuales se enfrenta todo traductor. Actualmente, no existen investigaciones sobre el tema en cuestión, sólo están orientados a la clasificación y traducción de culturemas utilizando diversas técnicas.

Además, se recomienda a la comunidad de traductores del Perú crear una base de datos de culturemas en una página colaborativa donde cualquier traductor puede aportar con sus conocimientos, en ésta página debe existir las categorías de culturema, clasificación de culturema, contexto en lengua origen y su propuesta de traducción, de tal forma que, estudiantes, profesores y profesionales de la traducción se beneficien del conocimiento que se obtiene de éste gran aporte, por consiguiente, el mediador perfeccionará su competencia traductora.

Para finalizar, se sugiere a los estudiantes del último ciclo de la carrera de traducción e interpretación realizar investigaciones sobre el uso de técnicas combinadas como dobles, tripletes, cuatripletas, teniendo en cuenta que para un mejor análisis de la traducción de culturemas se recomienda el uso de técnicas combinadas o híbridas como préstamo junto a calco; préstamo, calco y amplificación, todo ello, con la finalidad de enfrentar las dificultades que aparecen al traducir culturemas y proponer una solución más acertada y de fácil comprensión para el público meta.

REFERENCIAS

- Abreu, J. (2014). El Método de la Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Alarcón, Y. (2019). *Análisis de elementos culturales en la traducción inversa español-inglés del texto turístico experiencias exitosas, turismo rural comunitario o Perú, Chiclayo – 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39624>
- Amarasinghe, H. y Ariyaratne, M. (2020). Impact of Specialized Translators and General Translators on Translation Performance. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 6(3), 15-23. https://www.researchgate.net/publication/341616147_Impact_of_Specialized_Translators_and_General_Translators_on_Translation_Performance
- Andréu, J. (2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Asociación de Academias de la Lengua Española. (s.f.). *Alpaca*. Diccionario de americanismos. <https://www.asale.org/damer/alpaca>
- Ayuso, C. (2019, marzo). *Léxico patrimonial. Culturemas palentinos*. <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc0974785>
- Balama, V. (2016). *Semantics of culture environment: translation of cultural references*. <https://www.liepu.lv/uploads/files/VSc%203%20Balama.pdf>
- Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios. (s.f.). *Yagua*. Ministerio de Cultura. <https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos/yagua>
- Bastin, G. y Pomerleau, M. (2016). La traducción especializada en la historia de la traducción y de la revista *Meta*. *Sendeban*, 28, 9-30. <https://doi.org/10.30827/sendeban.v28i0.5461>
- Baumhackl, H. (2019). Peru "Land of the Incas". A Tourism Destination on the Rise. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(2), 95-116. <https://vdocuments.net/peru-land-of-the-incas-a-tourism-destination-on-especially-machu-picchu-and-the.html?page=1>

- Buitrago, M. (2019). Análisis traductológico de culturemas en Cien años de soledad. Equivalencia y técnicas de traducción. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (34), 67-85. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322263229004>
- Calderón, F., Asmat, D. y Chávez, P. (2021). Sustainable tourism policies in Peru and their link with renewable energy: analysis in the main museums of the Moche route. *Heliyon*, 7(10), 1-47. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08188>
- Comisión Especializada de Nombres Geográficos. (s.f.) *Importancia de los nombres geográficos y necesidad de su uso normalizado*. https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/pdf/A3FA2C35-4391-4105-8C43-D57909481E40/37975/FolletoCENG.pdf
- Cóndor andino: conoce al majestuoso rey de las aves, su valor biológico y cultural. (2022, setiembre 29). *Agencia Peruana de Noticias Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-condor-andino-conoce-al-majestuoso-rey-las-aves-su-valor-biologico-y-cultural-863485.aspx>
- Cuéllar, C. (2014). Los nombres propios y su tratamiento en traducción. *Meta*, 59(2), 360–379. <https://www.erudit.org/en/journals/meta/2014-v59-n2-meta01604/1027480ar.pdf>
- Cusco Peru. (s.f.). *Virgen del Carmen*. <https://www.cusco Peru.com/es/festividades-y-eventos/julio-agosto/virgen-del-carmen-paucartambo>
- Cvetkovic, A., Maguiña, J., Soto, A., Lama, J., Correa, L. (2021). Estudios transversales. *Scielo*, 21(1), 179-185. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n1/2308-0531-rfmh-21-01-179.pdf>
- Dan, M. (2020). Culture as a Multi-Level and Multi-Layer Construct. *Review of International Comparative Management*, 21(2), 226-240. https://www.researchgate.net/publication/343263440_Culture_as_a_Multi-Level_and_Multi-Layer_Construct
- Déniz, G. (2015). *La traducción de textos turísticos (español-inglés): los folletos de museos* [Tesis de doctorado, Universidad de Las Palmas De Gran Canaria]. AccedaCRIS. https://accedaCRIS.ulpgc.es/bitstream/10553/21655/2/0733604_00000_0000.pdf
- D'Entremont, Y. y Voillot, M. (2021). Culture – a vital part of mathematics. *EBSCO*, 57(1), 35-40. <https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=dcf55c88-842a-4c79-9678-686cb376a5be%40redis>

- Diccionario panhispánico de dudas. (s.f.). *Inca*. Real Academia Española.
<https://www.rae.es/dpd/inca>
- Espinoza, E (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Revista Conrado*, 16(75), 103-110.
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1392>
- Espinoza, V. (2014). La etnia Ishma (Ychsma, Ichma, Ichmay). *Investigaciones sociales*, 18(32).
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/view/10950/9869>
- Fuadi, Ch. (2016). Foreignization and Domestication Strategies in Cultural Term Translation of Tourism Brochures. *Journal on English as a Foreign Language*, 6(2), 171-188. <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/jefl/article/view/434>
- Fundación del Español Urgente. (2015). *Los extranjerismos se escriben en cursiva*.
<https://www.fundeu.es/recomendacion/extranjerismos-cursiva/#:~:text=En%20definitiva%2C%20en%20los%20casos,de%20este%20tipo%20de%20letra>
- Fundación del Español Urgente. (2019). *Machu Picchu, grafía correcta*.
<https://www.fundeu.es/recomendacion/machu-picchu-se-escribe-con-doble-c-en-picchu-999/>
- García, L. (2020). *La lana de vicuña, la más fina del mundo*. Deutsche Welle.
<https://www.dw.com/es/la-lana-de-vicu%C3%B1a-la-m%C3%A1s-fina-del-mundo/a-53164726>
- Gonzales, B. (2018). *Análisis de las técnicas de traducción recurrentes en la traducción al inglés de los Culturemas Gastronómicos presentes en las cartas de la ciudad de Cusco* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma] Repositorio Universidad Ricardo Palma.
<https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1609/Tesis%20final%20para%20empastado%203.04.2018%20%28papel%20A4%20bond%2080gr%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González-Pastor, D. y Candel, M. (2013). Las técnicas de traducción de los culturemas del ámbito de las fiestas y espectáculos en el texto turístico. *Translating culture*, 5, 845-858. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6314043>

- Hacienda Mamacona. (s.f.). *Eventos corporativos*.
<https://www.haciendamamacona.com.pe/servicios/eventos-corporativos/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). McGraw-Hill / Interamericana editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huaca Pucllana ya es Patrimonio Cultural de la Nación. (2017, julio 16). *El Comercio*.
<https://elcomercio.pe/lima/sucesos/huaca-pucllana-patrimonio-cultural-nacion-442690-noticia/>
- Hurtado, A. (2004). *Traducción y traductología*. (4ª ed.). Ediciones Cátedra. <https://es.book.lat/book/3027638/be61b8?dsourc=recommend>
- Hurtado, A., Olalla, C. (2013). Estudio empírico de la traducción de los culturemas según el grado de adquisición de la competencia traductora. Un estudio exploratorio. *Sendebarr*, 25, 9-38. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/sendebarr/article/view/655>
- Inca Trail Guide. (s.f.). *Puerto malabrigo o playa chicama, un paraíso del surf de aguas cristalinas*. <https://www.incatrailtomachupicchu.pe/puerto-malabrigo-playa-chicama-mas>
- Kharina, A. (2018). *Realia in Literary Translation: A quantitative and qualitative study of Russian realia in Norwegian and English translations* [Tesis de doctorado, Universidad de Oslo] [Institutt for litteratur, områdestudier og europeiske språk. https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/70895/PhD-Kharina-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/70895/PhD-Kharina-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lambayeque: Mítico Señor de Sicán “reaparece” para pedir ayuda para los niños de Ferreñafe. (2020, julio 16). *RPP Noticias*.
<https://rpp.pe/peru/lambayeque/coronavirus-en-peru-lambayeque-mitico-senor-de-sican-reaparece-para-pedir-ayuda-para-los-ninos-de-ferrenafe-que-sufren-por-la-pandemia-de-la-covid-19-noticia-1280739?ref=rpp>
- Lobato, Y. (2017). *Técnicas de traducción de culturemas de tipo patrimonio cultural en la traducción de folletos turísticos del español al inglés, Lima 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23717/Lobato_SYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, A. (2018, octubre 31). Lago Titicaca, tan antiguo como misterioso. *El País*.
https://elpais.com/elpais/2018/10/31/ciencia/1540993296_754150.html#:~:text=Sit

[uado%20en%20el%20altiplano%20andino,dulce%20m%C3%A1s%20grande%20de%20Sudam%C3%A9rica](#)

- Luque, L. (2009). Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales? *Language Design: Journal of Theoretical and Experimental Linguistics*, 11(2009), 93-120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3229381>
- Madkour, M. (2018). The Impact of Culture and Intercultural Competence on the Performance of Students in Translation [conferencia]. *The 11th International RAIS Conference on Social Sciences. RAIS Conference Proceedings*, Riyadh, Arabia Saudita. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3303360
- Mata, L. (2019, 28 mayo). *El enfoque cualitativo de investigación*. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Mayoral, R. (s.f.) *La traducción de referencias culturales*. http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Referencias_culturales.pdf
- Ministerio de Cultura del Perú. (2014). *Bienvenido a Ruta Qhapaq Ñan*. <https://rutaqhapaqnan.cultura.pe/>
- Ministerio de Cultura del Perú. (s.f.). *Acllawasi*. <https://mnaahp.cultura.pe/santuario-arqueologico/descripcion-del-sitio/acllawasi>
- Ministerio de Cultura del Perú. (s.f.). *Bienvenidos al Santuario Arqueológico de Pachacamac*. <https://pachacamac.cultura.pe/bienvenidos-al-santuario-arqueologico-de-pachacamac>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (s.f.). *Caballo peruano de paso*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/40-sector-agrario/situacion-de-las-actividades-de-crianza-y-produccion/305-caballos-de-paso>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (s.f.). *Sector pecuario en el Perú*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/datero/38-sector-agrario/pecuaria/289-sector-pecuario-en-el-peru>
- Molina, L. (2006). *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de culturemas*. Publicacions de la Universitat Jaume I. <https://book.lat/book/5354088/6f8055>
- Molina, L. y Hurtado, A. (2001). *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español*. [Tesis de doctorado, Universitat Autònoma de Barcelona]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/5263#page=1>

- Moscoso, M. (s.f.). El adobe, sus características y el confort térmico. [congreso]. *I Congreso Internacional online Filosofía de la Sustentabilidad de Vivienda Tradicional "Transformando comunidades hacia el desarrollo local"*, Cuenca, Ecuador. <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/filosofia/El-adobe-Moscoso.pdf>
- National Center for Cultural Competence (s.f.) *Cultural Awareness*. Curricula Enhancement Module Series. <https://nccc.georgetown.edu/curricula/awareness/C13.html>
- National Geographic. (s.f.). *Machu Picchu*. <https://viajes.nationalgeographic.com/es/z/machu-picchu#:~:text=TEMAS%20EDICION%20IMPRESA-Machu%20Picchu,los%20restos%20de%20un%20santuario>
- Oyserman, D. (2017). Culture Three Ways: Culture and Subcultures Within Countries. *The Annual Review of Psychology*, 68. <https://dornsife.usc.edu/assets/sites/782/docs/PS68CH15-Oyserman001-029.pdf>
- Pavón, H. (2010). La teoría interpretativa del traductor. *Revista CTPCBA del Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires*, 6–7. <http://143.244.157.141/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=7198>
- PeruRail. (2022, enero 10). *Huayna Picchu: Historia de la Montaña Nueva*. <https://www.perurail.com/es/blog/huayna-picchu-la-impresionante-historia-de-la-montana-nueva/>
- Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú. (2021, agosto 17). *Descubre el origen del quechua, el idioma de los incas*. <https://www.peru.travel/pe/masperu/descubre-el-origen-del-quechua-el-idioma-de-los-incas>
- Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú. (2020, diciembre 1). *Retablo ayacuchano, una de las expresiones artísticas más importantes del Perú*. <https://www.peru.travel/es/masperu/retablo-ayacuchano-una-de-las-expresiones-artisticas-mas-importantes-del-peru>
- Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú. (s.f.). *Huaca del Sol y la Luna*. <https://www.peru.travel/es/atractivos/huacas-del-sol-y-la-luna#:~:text=Huaca%20de%20la%20Luna,-A%20pesar%20que&text=Este%20espacio%20habr%C3%ADa%20sido%20utilizado,a%20j%C3%B3venes%2C%20adultos%20y%20guerreros>

- Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú. (s.f.). *Acerca de Perú: Panorama General*.
<https://www.peru.travel/pe/acerca-de-peru>
- Petruscu, O. (2011). La traducción de los culturemas (Discusión al margen de la traducción de una novela de Guillermo Arriaga). *Revista Valenciana, estudios de filosofía y letras*, (8). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5752949>
- Picón, J. (2020). *Tipos de culturemas en la traducción del español al inglés de folletos turísticos de PromPerú, Lima, 2019*. [Trabajo de investigación, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55113>
- Real Academia Española. (s.f.). *Inca*. Diccionario de la lengua española.
<https://dle.rae.es/totora>
- Real Academia Española. (s.f.). *Moche*. Diccionario de la lengua española.
<https://dle.rae.es/moche>
- Real Academia Española. (s.f.). *Totora*. Diccionario de la lengua española.
<https://dle.rae.es/totora>
- Real Academia Española. (s.f.). *Vicuña*. Diccionario de la lengua española.
<https://dle.rae.es/vicu%C3%B1a>
- Robles, S. y Seo, J. (2021). Traducción de culturemas en textos turísticos: tratamiento en español de las voces que designan la vestimenta tradicional coreana. *Mutatis Mutandis. Revista Latinoamericana De Traducción*, 14(2).
<https://doi.org/10.17533/udea.mut.v14n2a03>
- Rodríguez, A. y Pérez, A. (2016). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (82).
<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, M. (2000). Reflexiones en torno a la traducción e interpretación a Zinaida Lvóvskaya. *TRANS: Revista de Traductología*, (4).
<https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/2532>
- Rodríguez, R. (2007). La traducción de los culturemas en el ámbito de la gastronomía (Análisis de los folletos de TURESPAÑA). *Nuevos caminos del hispanismo: actas del XVI Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*, 2.
<https://core.ac.uk/download/pdf/41172401.pdf>
- Rodríguez, R. (2012). La traducción de los elementos culturales en una novela de Vázquez Montalbán [congreso]. *Metalinguaggi e metatesti. Lingua, letteratura e traduzione*,

XXIV Congreso AISPI, Padova, Italia.

https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/23/23_709.pdf

Rodríguez, W. (Eds.). (2011). *Guía de investigación científica*. Asociación Civil Universidad de Ciencias y Humanidades.

https://repositorio.uclm.es/bitstream/handle/20.500.12872/23/rodriguez_araina_ga_walabonso_guia%20investigacion_cientifica.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santamaría, L. (Eds.). (2016). *Filmmaking: Cultural Referents, Terminology and Identity*. Traducción, Interpretación y Estudios interculturales.

https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/197223/Filmmaking_LS.pdf

Saucedo, L. (2019). *Análisis de los errores en la traducción al inglés de los culturemas del Portal Oficial de Turismo "PERÚ TRAVEL" de PROMPERÚ* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio de la Universidad Ricardo Palma.

<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3198>

Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado. (2015). *La vicuña*. Ministerio de Ambiente.

<https://www.midagri.gob.pe/portal/40-sector-agrario/situacion-de-las-actividades-de-crianza-y-produccion/305-caballos-de-paso>

Shimokawa, L. (2017). Proyecto: Revalorando al caballito de totora del Perú "El arte de montar caballitos de totora". *Biovisión*, 1(2).

https://www.researchgate.net/publication/359090511_PROYECTO_REVALORANDO_AL_CABALLITO_DE_TOTORA_DEL_PERU_El_arte_de_montar_caballitos_de_totora

Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. (2020). *Guía de técnicas e instrumentos de recojo de información para evaluadores externos*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1395978/Gu%C3%ADa%20de%20T%C3%A9cnicas%20e%20Instrumentos%20de%20recojo%20de%20informaci%C3%B3n%20para%20Evaluadores%20Externos.pdf.pdf>

Spencer-Oatey, H. (2012). What is Culture? A compilation of quotations. *GlobalPAD Core Concepts*.

https://warwick.ac.uk/fac/soc/al/globalpad-rip/openhouse/interculturalskills_old/global_pad_-_what_is_culture.pdf

Sun, H., y Gao, Y. (2020). An investigation of chinese undergraduates' ability to translate chinese cultural items into english and predictors of such ability. *Chinese Journal of Applied Linguistics*, 43(1). 105-125.

https://www.researchgate.net/publication/341662799_An_Investigation_of_Chinese_Undergraduates'_Ability_to_Translate_Chinese_Cultural_Items_into_English_and_Predictors_of_Such_Ability

- Tiwiyanti, L. y Retnomurti, A. (2016). Loss and gain in translation of culture-specific items in Ahmad Tohari's *Lintang Kemukus*: a semantic study. *Lingua Cultura*, 11(1). 1–6. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/lsi_Artikel_154399_694717.pdf
- Uccelli, C. (2009). *Cobertura huaca Cao: Complejo Arqueológico El Brujo, Ascope, Perú*. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/237033769_Cobertura_huaca_Cao_Complejo_Arqueologico_El_Brujo_Ascope_Peru
- Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. (2020). *Guía Metodológica: Aplicación de la Técnica de Análisis Documental*. <https://www.unan.edu.ni/wp-content/uploads/unan-managua-gua-aplic-analisis-documental.pdf>
- Universidad Tecnológica Metropolitana. (2018). *Uso de listas de cotejo como instrumento de observación*. https://vrac.utem.cl/wp-content/uploads/2018/10/manua.Lista_Cotejo-1.pdf
- Urquieta, M. (2020, enero 25). La laguna de Huacachina: el oasis natural en Perú que amarás. *Vogue*. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/la-laguna-de-huacachina-en-ica-peru-todo-lo-que-debes-saber>
- Vásquez, W. (2020). *Metodología de la investigación: Manual del estudiante*. <https://docplayer.es/187143383-Metodologia-de-la-investigacion.html>
- Zabala, P. (2018). *La traducción de los nombres geográficos en el ámbito turístico* [Tesis de pregrado, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria]. AccedaCRIS. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/70254>
- Zhang, Y. (2013). The Translation of Culture-loaded Tourism Texts from Perspective of Relevance Theory. *Theory and Practice in Language Studies*, 3(1). 77–81. <http://www.academypublication.com/issues/past/tpls/vol03/01/11.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

TABLA DE CATEGORIZACIÓN

Categorías	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Traducción de los culturemas	Es la transferencia a otra cultura de términos de índole cultural que pertenecen a diferentes ámbitos, que al momento de traducirlos se pueden originar ciertos problemas de traducción, lo cual implica una probable adaptación lingüística del culturema mediante diferentes técnicas de traducción para que sea entendible en la cultura receptora. (Soto, 2013)	El análisis de la traducción de culturemas se realizará mediante la identificación del culturema utilizando el instrumento lista de cotejo, la cual está basada en los aportes de Petruscu, Balama y Molina. Luego, se procederá con el análisis de dicho culturema empleando el instrumento ficha de análisis, en donde se distinguirá la categoría de este conforme a la teoría de Molina y la técnica de traducción usada según la teoría de Molina y Hurtado.	Categoría de culturemas	Medio natural	Nominal
			Patrimonio cultural		
			Cultura social		
			Cultura lingüística		
			Técnicas de traducción	Adaptación	Nominal
			Ampliación lingüística		
			Amplificación		
			Calco		
			Compensación		
			Comprensión lingüística		
			Creación discursiva		
			Descripción		
			Equivalente acuñado		
			Generalización		

				Modulación	
				Particularización	
				Préstamo	
				Reducción	
				Substitución	
				Traducción literal	
				Transposición	
				Variación	

ANEXO 2

INSTRUMENTO 1: LISTA DE COTEJO

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO:		
PÁGINA:	SECCIÓN:	PÁRRAFO N.º:
CULTUREMA:		
CONTEXTO:		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?		
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?		
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?		
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?		
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?		

ANEXO 3

INSTRUMENTO 2: FICHA DE ANÁLISIS

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»			
1. NOMBRE DEL FOLLETO:			
PÁGINA:	SECCIÓN:	PÁRRAFO N.º:	
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:			
5. CONTEXTO EN LENGUA META:			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>
Préstamo	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
		Substitución	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			

ANEXO 4

CONSTANCIA 1

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Por la presente se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder"** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder"**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López** y **Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder"** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de observación.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Lic. Rosa Esther Rodríguez Yana

DNI:46629526.....

Lima, ...14 de mayo de 2022 .

ANEXO 5

CONSTANCIA 2

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Por la presente, se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder”**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López** y **Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de análisis.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Lic. Rosa Esther Rodríguez Yana

DNI:46629526.....

Lima,14 de mayo de 2022.....

ANEXO 6

CONSTANCIA 3

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

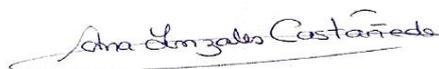
Por la presente se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder”**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López** y **Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de observación.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Dra. Ana Cecilia Gonzales Castañeda

DNI: 18216346

Trujillo, 17 de mayo de 2022

ANEXO 7

CONSTANCIA 4

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

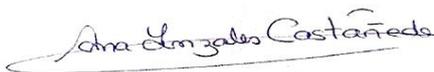
Por la presente, se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder”**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López** y **Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de análisis.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Dra. Ana Cecilia Gonzales Castañeda

DNI: 18216346

Trujillo, 17 de mayo de 2022

ANEXO 8

CONSTANCIA 5

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Por la presente se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder”**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López y Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de observación.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Mg. Dámaris Suelí Johanson Valdivia

DNI: 42583517

Trujillo, 18 de mayo de 2022

ANEXO 9

CONSTANCIA 6

CONSTANCIA

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Por la presente, se deja constancia de haber revisado el instrumento de investigación: **Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** para ser utilizado en el estudio, cuyo título es **Análisis de la traducción de los culturemas en el folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 Experiencias que no se deben perder”**.

Sus autoras son: **Anggie Sofía Núñez López** y **Esther Paredes Mendo**, estudiantes del X ciclo de la Escuela Profesional de Traducción e Interpretación de la Universidad César Vallejo - Filial Trujillo.

Este instrumento será aplicado a **una muestra representativa de 20 páginas del folleto turístico “Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder”** del proceso de investigación, que se **aplicará** durante el mes de mayo de 2022, según técnica de análisis.

Las observaciones realizadas han sido levantadas por las autoras, quedando finalmente aprobadas. Por lo tanto, cuenta con la validez y confiabilidad correspondiente considerando las variables del trabajo de investigación.

Se extiende la presente constancia a solicitud de las interesadas para los fines que consideren pertinentes.



Mg. Dámaris Suelí Johanson Valdivia

DNI: 42583517

Trujillo, 18 de mayo de 2022

ANEXO 10

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 1

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: ROSA ESTHER RODRÍGUEZ YANA,
Grado Académico: LICENCIADA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN
Cargo e Institución donde labora: TRADUCTORA COLEGIADA CERTIFICADA - INDEPENDIENTE
Nombre del instrumento a elaborar: Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		X
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		X
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

--

FECHA 14/05/2022


Firma
DNI: 46629526

ANEXO 11

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 2

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: ROSA ESTHER RODRÍGUEZ YANA,
Grado Académico: LICENCIADA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN
Cargo e Institución donde labora: TRADUCTORA COLEGIADA CERTIFICADA - INDEPENDIENTE
Nombre del instrumento a elaborar: Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		X
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		X
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

--

FECHA 14/05/2022

Firma
DNI: 466 29526

ANEXO 12

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 3

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: Ana Cecilia Gonzales Castañeda

Grado Académico: Doctora

Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo completo en Universidad César Vallejo (sede Trujillo).

Nombre del instrumento a elaborar: Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		X
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		X
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

--

FECHA 17/05/2022

Ana Gonzales Castañeda

Firma
DNI: 18216346

ANEXO 13

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 4

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: Ana Cecilia Gonzales Castañeda

Grado Académico: Doctora

Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo completo en Universidad César Vallejo (sede Trujillo).

Nombre del instrumento a elaborar: Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		X
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		X
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

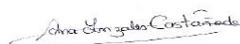
X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

--

FECHA 17/05/2022



Firma
DNI: 18216346

ANEXO 14

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 5

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: Dámaris Sueli Johanson Valdivia

Grado Académico: Maestra en educación

Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad César Vallejo (sede Trujillo).

Nombre del instrumento a elaborar: Lista de cotejo para identificar un culturema en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		x
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		x
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		x
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		x
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		x
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		x
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		x
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		x
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		x
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		x

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

Ninguna



Firma
DNI: 42583517

FECHA 18/05/2022

ANEXO 15

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO 6

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombres y apellidos del experto: Dámaris Sueli Johanson Valdivia

Grado Académico: Maestra en educación

Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad César Vallejo (sede Trujillo).

Nombre del instrumento a elaborar: Ficha para analizar la traducción de los culturemas en el folleto turístico "Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder".

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
CLARIDAD	Está formulada con lenguaje comprensible.		x
OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		x
ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.		x
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		x
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		x
INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de la investigación.		x
CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		x
COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		x
METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		x
PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		x

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: La valoración es de 20

V. OBSERVACIONES

Ninguna



Firma
DNI:42583517

FECHA 18/05/2022

ANEXO 16

ANÁLISIS DE DATOS

CULTUREMA N.º 1: CULTURA MOCHE

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 4	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 1
CULTUREMA: Cultura Moche		
CONTEXTO: Las embarcaciones hechas con juncos de la planta de totora eran usadas por los pobladores de las culturas Moche y Chimú para salir de pesca.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 3	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 1
-----------	-----------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Cultura Moche	Moche Culture
----------------------	----------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Las embarcaciones hechas con juncos de la planta de totora eran usadas por los pobladores de las **culturas Moche** y Chimú para salir de pesca.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

These vessels are handmade from totora reeds and were used by people belonging to the **Moche** and Chimu **cultures** for fishing.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural	<input type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>	Substitución	<input type="checkbox"/>
Calco	<input checked="" type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>	Traducción literal	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>	Transposición	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>	Variación	<input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), el término Moche hace referencia a una persona de un pueblo amerindio cuya civilización se desarrolló en la costa norte del Perú, en otras palabras, es el nombre propio de este pueblo y por ello, pertenece a la categoría de patrimonio cultural. (Real Academia Española [RAE], s.f., moche)

Las técnicas de traducción que se aplicaron para **Cultura Moche** fueron: calco y préstamo puro. El calco se usó al traducir cultura por culture y se mantuvo el término Moche en la traducción, es decir, se aplicó la técnica del préstamo dado que no existe una palabra equivalente en la lengua meta.

Se considera que la técnica escogida fue la correcta porque el lector al leer el contexto comprende a qué hace referencia esta culturema.

La única sugerencia sería escribir el término *Moche* en cursiva porque como indica la Fundación del Español Urgente (FundéuRAE, 2015): «(...) en los casos en los que no hay ni traducción ni adaptación, o cuando habiéndola se opta por emplear la forma original extranjera, lo adecuado es usar la cursiva, o las comillas si no se dispone de este tipo de letra».

CULTUREMA N.º 2: CULTURA YCHSMA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 16
CULTUREMA: Cultura Ychsma		
CONTEXTO:		
[...] fue el principal centro de culto inka en la costa. También alberga templos y pirámides de culturas anteriores a los inkas como Lima, Wari e Ychsma .		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 16
------------	-----------------------------	-----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Cultura Ychsma	Ychsma Culture
-----------------------	-----------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

[...] fue el principal centro de culto inka en la costa. También alberga templos y pirámides de culturas anteriores a los inkas como Lima, Wari e **Ychsma**.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

This was once the main Inka worshipping center on the coast and features temples and pyramids from the Lima, Wari, and **Ychsma cultures** which preceded the Inkas.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input checked="" type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Según Espinoza (2014), la **cultura Ychsma** estaba ubicada desde el valle de Lurín, hasta más allá del valle de Lima por el norte. Comprendía dos valles: Lima y Pachacamac. Los habitantes de esta etnia que vivieron en Lima tuvieron un alto nivel de vida, gracias a su pericia para trazar canales de riego hasta donde pudieran llegar las aguas del río, para dar vida a un extenso vergel. Su autonomía duró hasta alrededor de 1469 cuando fueron absorbidos por el imperio inca.

El presente culturema equivaldría a un nombre propio y, por tanto, se encuentra en la categoría patrimonio cultural. Para su traducción, el traductor usó dos técnicas: la técnica del préstamo puro en el caso de **Ychsma** y la técnica del calco en el término **cultura**.

CULTUREMA N.º 3: CABALLO PERUANO DE PASO

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 6	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 5
CULTUREMA: Caballo peruano de paso		
CONTEXTO: Ver la danza del caballo peruano de paso en haciendas y campos en el valle de Lurín, en las afueras de Lima.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»			
PÁGINA: 6	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 5	
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
Caballo peruano de paso		Peruvian paso horse	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN: Ver la danza del caballo peruano de paso en haciendas y campos en el valle de Lurín, en las afueras de Lima.			
5. CONTEXTO EN LENGUA META: Watch the dance of the Peruvian paso horse on the outskirts of Lima at the haciendas and fields of the Lurin Valley.			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>
Calco	<input checked="" type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>
Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
		Substitución	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			
<p>El caballo peruano de paso es una especie que proviene del cruce del caballo español con el berberisco y que se caracteriza porque, a diferencia del caballo común que se desplaza trotando, este puede hacerlo también de forma lateral. El mestizaje y la crianza de esta sub raza equina se gestaron en Perú. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], s.f.)</p> <p>El caballo peruano de paso es un referente cultural que está incluida en la fauna, por ello, pertenece a la categoría de medio natural. Además, se aplicó la técnica de préstamo puro con el término <i>paso</i> y el calco, al traducir la frase caballo peruano como peruvian horse.</p>			

CULTUREMA N.º 4: VICUÑA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8
CULTUREMA: Vicuña		
CONTEXTO:		
Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, vicuña y alpaca; joyas en oro y plata; cojines bordados y retablos de Ayacucho; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8
-----------	---------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Vicuña	Vicuña
---------------	---------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, **vicuña** y alpaca; joyas en oro y plata; cojines bordados y retablos de Ayacucho; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Shopping destination. In Lima, it is possible to find handicrafts and products from all over the country such as fine garments made of cotton, **vicuña** and alpaca fiber; gold and silver jewelry; embroidered cushions, retablos from Ayacucho, pottery from Chulucanas (Piura), blankets and carpets from Cusco, among others.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input checked="" type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

La **vicuña** es un mamífero camélido originario de Sudamérica que vive salvaje en manadas en los Andes del Perú y de Bolivia. (RAE, s.f., vicuña) Además, García (2020) menciona que su lana es considerada como una de las mejores fibras animales del mundo y es una especie emblemática del Perú. (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado [SERNANP], 2015)

Al ser un animal se deduce que pertenece a la fauna y, por consiguiente, se incluye en la categoría de medio natural. Para su traducción, se tomó esta palabra directamente de la lengua origen, es decir, se aplicó el préstamo puro.

CULTUREMA N.º 5: ALPACA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8
CULTUREMA: Alpaca		
CONTEXTO:		
Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, vicuña y alpaca ; joyas en oro y plata; cojines bordados y retablos de Ayacucho; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»			
PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8	
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
Alpaca		Alpaca	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:			
Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, vicuña y alpaca ; joyas en oro y plata; cojines bordados y retablos de Ayacucho; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.			
5. CONTEXTO EN LENGUA META:			
Shopping destination. In Lima, it is possible to find handicrafts and products from all over the country such as fine garments made of cotton, vicuña and alpaca fiber; gold and silver jewelry; embroidered cushions, retablos from Ayacucho, pottery from Chulucanas (Piura), blankets and carpets from Cusco, among others.			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>
		Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
		Reducción	<input type="checkbox"/>
		Substitución	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			
Según MIDAGRI (s.f.), la alpaca es un mamífero camélido autóctono de Perú cuya lana es, al igual que la de la vicuña, considerada como un producto textil muypreciado. (Asociación de Academias de la Lengua Española [ASALE], s.f., alpaca)			
El término <i>alpaca</i> es un culturema perteneciente a la fauna de Perú y, por tanto, está incluido en la categoría de medio natural. Para su traducción, se empleó dicho término de la lengua origen tal cual, sin cambios en su forma, por lo que se puede decir que se aplicó la técnica del préstamo puro.			

CULTUREMA N.º 6: CÓNDOR ANDINO

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 12	SECCIÓN: Superior derecha	PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen
CULTUREMA: Cóndor andino		
CONTEXTO: Cóndor andino		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 12

SECCIÓN: Superior derecha

PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Cóndor andino

Andean condor

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Cóndor andino

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Andean condor

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

De acuerdo a la Agencia Peruana de Noticias Andina (2021), el **cóndor andino es un ave** que habita en todo el ámbito de la Cordillera de los Andes, destacando en zonas como el Cañón del Colca, en Arequipa, y la Reserva Nacional de Paracas, en Ica; es de color negro, con plumas blancas alrededor del cuello; no hay plumas en la cabeza y tiene una tonalidad que va del rojo al marrón.

De acuerdo con la definición hecha, este culturema pertenece al ámbito de fauna y por ello, a la categoría medio natural.

Se observa que el traductor usó la técnica del préstamo naturalizado y del calco. Por un lado, aplica el préstamo naturalizado al traducir el término **cóndor** por **condor** y aplica la técnica del calco en **andino** por **andean**.

CULTUREMA N.º 7: CABALLITOS DE TOTORA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 4	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 1
CULTUREMA: Caballitos de totora		
CONTEXTO:		
<p>Caballitos de totora. Las embarcaciones hechas con juncos de la planta de totora eran usadas por los pobladores de las culturas Moche y Chimú para salir de pesca.</p>		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»					
PÁGINA: 4	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 1			
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):			
Caballitos de totora		Caballitos de totora (Totora reed boats)			
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:					
Caballitos de totora. Las embarcaciones hechas con juncos de la planta de totora eran usadas por los pobladores de las culturas Moche y Chimú para salir de pesca.					
5. CONTEXTO EN LENGUA META:					
Caballitos de totora (Totora reed boats). These vessels are handmade from totora reeds and were used by people belonging to the Moche and Chimu cultures for fishing.					
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:					
CATEGORÍA:					
Medio natural	<input type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>		
Patrimonio cultural	<input checked="" type="checkbox"/>				
Cultura social	<input type="checkbox"/>				
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:					
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input checked="" type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>	Substitución	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>	Traducción literal	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>	Transposición	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>	Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:					
<p>Shimokawa (2017) señala que el caballito de totora es una embarcación utilizada en las faenas de pesca, viene a ser un objeto típico y, por tanto, pertenece a la categoría de patrimonio cultural. Esta balsa está hecha a base de las hojas y tallos de la totora, la cual, es una planta cuyo tallo suele usarse en la construcción de techos, paredes y embarcaciones. (RAE, s.f., totora)</p> <p>En la traducción, se mantuvo el culturema de la lengua origen y se hizo una dupla donde se aplicó la técnica de amplificación.</p> <p>Se considera que la traducción fue acertada porque el público meta muy probablemente desconocería que la totora es una planta, así que se optó por incluir precisiones no formuladas en el texto original que bien podrían haber sido entre paréntesis, como se hizo con la dupla, o en un pie de página. Solo faltó colocar el culturema en cursiva por ser un préstamo, así: <i>Caballitos de totora (Totora reed boats)</i>.</p>					

CULTUREMA N.º 8: RETABLOS DE AYACUCHO

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8
CULTUREMA: Retablos de Ayacucho		
CONTEXTO: Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, vicuña y alpaca; joyas en oro y plata; cojines bordados y retablos de Ayacucho ; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 7	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 8
-----------	---------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Retablos de Ayacucho	Retablos from Ayacucho
----------------------	------------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Destino de compras. En Lima se encuentran artesanías y productos de todo el país: finas prendas de algodón, vicuña y alpaca; joyas en oro y plata; cojines bordados y **retablos de Ayacucho**; cerámica de Chulucanas (Piura) o mantas y alfombras del Cusco, son solo algunos de ellos.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Shopping destination. In Lima, it is possible to find handicrafts and products from all over the country such as fine garments made of cotton, vicuña and alpaca fiber; gold and silver jewelry; embroidered cushions, **retablos from Ayacucho**, pottery from Chulucanas (Piura), blankets and carpets from Cusco, among others.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Los **retablos de Ayacucho** son objetos de artesanía que consisten en la representación de una fiesta popular o tradición local en una caja de madera. (Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú, 2020)
 Este referente cultural pertenece a la categoría de patrimonio cultural y para traducirlo, se empleó la técnica del préstamo.

Se considera que la traducción fue adecuada dado que este es un objeto típico de esa ciudad y una de las expresiones de arte más famosas de Perú, así que era conveniente mantener un término con tanta carga cultural como ese.

CULTUREMA N.º 9: ADOBE

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 17
CULTUREMA: Adobe		
CONTEXTO:		
[...] mientras que en Batán Grande está la tumba del Señor de Sicán y un impresionante conjunto de pirámides de adobe perteneciente a la cultura Lambayeque (800-1300 d.C.).		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 17
------------	---------------------------	-----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Adobe	Adobe
--------------	--------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

[...] mientras que en Batán Grande está la tumba del Señor de Sicán y un impresionante conjunto de pirámides de **adobe** perteneciente a la cultura Lambayeque (800-1300 d.C.).

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

[...] found in a burial site; and in Batán Grande is the tomb of Señor de Sicán (Lord of Sicán) together with an impressive group of **adobe** pyramids from the Lambayeque culture (800-1300 A.D.).

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Según Moscoso (s.f.), el **adobe** se elabora con una mezcla de arcilla, arena y agua, generalmente se le adiciona un elemento que ayude reforzar este material, como la paja; dicha mezcla es vertida en moldes de madera en forma de bloques y secada al sol. En América Latina, existen algunos vestigios de arquitectura realizada por antiguas culturas ubicadas en la zona norte del Perú.

De acuerdo a esta definición, **adobe** es un culturema del ámbito objetos que está dentro de la categoría de patrimonio cultural.

Para el trasvase de este término, el traductor empleó la técnica del préstamo puro, lo cual indica que, al no existir un equivalente apropiado, tomó el término del texto origen y lo mantuvo en el texto meta, sin sufrir ninguna alteración en su traducción.

CULTUREMA N.º 10: QUECHUA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 11	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 19
CULTUREMA: Quechua		
CONTEXTO: [...], la ciudad inka de Machupicchu ('montaña vieja', en quechua) se mimetiza con la silueta de la montaña a la que debe su nombre, levantada junto al Waynapicchu ('montaña joven', en quechua).		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 11

SECCIÓN: Superior
izquierda

PÁRRAFO N.º: 19

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Quechua

Quechua

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Reconocido como una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo Moderno, la ciudad inka de Machupicchu ('montaña vieja', en **quechua**) se mimetiza con la silueta de la montaña a la que debe su nombre, levantada junto al Waynapicchu ('montaña joven', en **quechua**). Se ubica a poco más de 110 km (68 millas) en tren desde la ciudad del Cusco.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

The Inka city of Machupicchu, which means "old mountain" in **Quechua**, is one of the New 7 Wonders of the Modern World. This millenary construction, located just over 110 km (68 mi) by train from the city of Cusco, mimics the shape of the mount it owes its name to and is next to Mount Waynapicchu which means "young mountain" in **Quechua**.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

Según Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú (2021), el **quechua** es el idioma de los incas y una de las lenguas más habladas en Sudamérica, considerado como el mayor legado viviente del Antiguo Perú. En realidad, el quechua es una familia lingüística, con diversas variedades distribuidas en varios países de Sudamérica. En la actualidad, muchas de sus palabras se siguen utilizando; incluso, se han adaptado al idioma español.

Este culturema se encuentra dentro del ámbito fonología y sintaxis y por este motivo, pertenece a la categoría cultura lingüística. El traductor usó la técnica del préstamo puro para su trasvase.

CULTUREMA N.º 11: TRÍO DE CEBICHES

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 14	SECCIÓN: Inferior derecho	PÁRRAFO N.º: 29
CULTUREMA: Trío de cebiches		
CONTEXTO: Disfrutar de un trío de cebiches , plato hecho a base de pescado y mariscos, es solo uno de los pequeños placeres que ofrece.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 14

SECCIÓN: Inferior derecho

PÁRRAFO N.º: 29

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

Trío de cebiches

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

“**Trío de cebiches**”

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Disfrutar de un **trío de cebiches**, plato hecho a base de pescado y mariscos, es solo uno de los pequeños placeres que ofrece.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

The “**trío de cebiches**”, a fish and seafood based dish, is just one of the great delicacies offered in Lima.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

El **trío de cebiches** es un plato propio de la gastronomía peruana a base de pescado fresco y mariscos y está compuesto por tres tipos de cebiches, el cebiche clásico, el limeño y el mixto. Tres cebiches, tres colores y sabores diferentes para degustar.

Por lo anteriormente expuesto, este culturema pertenece al ámbito de comidas y bebidas que está incluida en la categoría patrimonio cultural.

El traductor utilizó la técnica del préstamo puro, lo cual indica que el culturema está escrito en el texto meta tal como está escrito en el texto origen, porque carece de un equivalente en lengua de llegada.

CULTUREMA N.º 12: FIESTA DE LA VIRGEN DEL CARMEN

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 4	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 2
CULTUREMA: Fiesta de la Virgen del Carmen		
CONTEXTO:		
Durante la fiesta de la Virgen del Carmen en Paucartambo, Cusco, la Virgen sale en procesión, rodeada de danzantes y personajes mágicos y religiosos.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 4	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 2
-----------	---------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Fiesta de la Virgen del Carmen	Festival of Virgen del Carmen (Virgin of Carmel)
---------------------------------------	---

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:
Durante la **fiesta de la Virgen del Carmen** en Paucartambo, Cusco, la Virgen sale en procesión, rodeada de danzantes y personajes mágicos y religiosos.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:
During the **festival of Virgen del Carmen (Virgin of Carmel)** in Paucartambo (Cusco), the image of the virgin is taken out in a procession surrounded by dancers as well as magical and religious characters.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:
CATEGORÍA:

Medio natural	<input type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>	Substitución	<input type="checkbox"/>
Calco	<input checked="" type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>	Traducción literal	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>	Transposición	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Particularización	<input type="checkbox"/>	Variación	<input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

La Virgen del Carmen es conocida como patrona de los mestizos y esta festividad en su honor se realiza cada año entre el 15 y 18 de julio. (Cusco Peru, s.f.)
El culturema **fiesta de la Virgen del Carmen** es una festividad y por ello, pertenece a la categoría de patrimonio cultural. Para la traducción de este, se sirvieron de las técnicas de calco y préstamo puro, al traducir fiesta por festival y al mantener *Virgen del Carmen*, respectivamente. Además, se añadió una dupla en donde se utilizó la técnica del calco para traducir Virgen del Carmen.

CULTUREMA N.º 13: YAGUA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 5	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 3
CULTUREMA: Yagua		
CONTEXTO: Comunidades nativas amazónicas. Además de ser un refugio de biodiversidad, la selva peruana también es el hogar de comunidades que poseen una identidad, lengua y costumbres propias, como los yagua de Loreto.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 5	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 3
-----------	-----------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Yagua	Yagua
--------------	--------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Comunidades nativas amazónicas. Además de ser un refugio de biodiversidad, la selva peruana también es el hogar de comunidades que poseen una identidad, lengua y costumbres propias, como los **yagua** de Loreto.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Indigenous Amazonian communities. In addition to being a refuge for biodiversity, the Peruvian rainforest is home to communities that have their own identity, language, and customs such as the **Yagua** community from Loreto.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

De acuerdo con la base de datos de pueblos indígenas u originarios, el término **yagua** provendría del quechua. Además, añade que los yagua son el único pueblo indígena cuya lengua pertenece a la familia lingüística Peba-Yagua y viven principalmente en el departamento de Loreto. (Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios [BDPI], s.f.)

En este contexto, el término *yagua* se analizará como el nombre propio de un pueblo o comunidad, por tanto, pertenece a la categoría de patrimonio cultural y para traducirlo, se ha empleado la técnica del préstamo puro. Se considera que la técnica de traducción elegida fue la apropiada dado que no existe un término equivalente en la lengua meta y al ser un préstamo, se escribiría en cursiva.

CULTUREMA N.º 14: INKAS

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central izquierda	PÁRRAFO N.º: 10
CULTUREMA: Inkas		
CONTEXTO: Camino Inka, Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»			
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central izquierda	PÁRRAFO N.º: 10	
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
Inkas		Inkas	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:			
Camino Inka, Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu.			
5. CONTEXTO EN LENGUA META:			
Inka Trail in Cusco. It is such an experience to take some of the trails the Inkas marked in order to connect their empire, especially when the final destination is the impressive Inka city of Machupicchu.			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Equivalentes acuñados	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Modulación	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Particularización	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			
<p>Inka fue el término que designaba al gobernante del imperio incaico cuya capital era Cuzco. (RAE, s.f., inca)</p> <p>Este nombre designó a personajes reales y, por consiguiente, pertenece a la categoría de patrimonio cultural. Para trasladar este culturema a la lengua meta, el traductor se decantó por la técnica del préstamo puro.</p> <p>Se considera que la técnica empleada fue la correcta, lo único a tener en cuenta es que de acuerdo con el Diccionario panhispánico de dudas (s.f.), se aconseja utilizar la grafía inca en vez de inka.</p>			

CULTUREMA N.º 15: CAMINO INKA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central izquierda	PÁRRAFO N.º: 1
CULTUREMA: Camino Inka		
CONTEXTO: Camino Inka , Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 8

SECCIÓN: Central
izquierda

PÁRRAFO N.º: 1

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

Camino inka

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Inka trail

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Camino Inka, Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Inka Trail in Cusco. It is such an experience to take some of the trails the Inkas marked in order to connect their empire, especially when the final destination is the impressive Inka city of Machupicchu.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

Según el Ministerio de Cultura del Perú (s.f.), el Qhapaq Ñan o **Camino Inca** es una extensa red de caminos perfeccionada por los incas, que tuvo como objetivo unir los diversos pueblos del Tawantinsuyu para una eficiente administración de los recursos existentes a lo largo del territorio andino. Gracias al Qhapaq Ñan, los incas llegaron a comunicar temporal y espacialmente la gran diversidad histórica, natural y cultural del territorio que hoy forman parte de los países de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina.

Teniendo en cuenta la definición, el culturema estaría incluido en el ámbito construcciones emblemáticas dentro de la categoría patrimonio cultural. Se puede ver que el traductor usó dos técnicas: El préstamo puro para traducir el término **Inka** y el calco para el término **camino**.

CULTUREMA N.º 16: MACHUPICCHU

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central izquierda	PÁRRAFO N.º: 10
CULTUREMA: Machupicchu		
CONTEXTO: Camino Inka, Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu .		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»			
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central izquierda	PÁRRAFO N.º: 10	
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
Machupicchu		Machupicchu	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:			
Camino Inka, Cusco. Seguir parte de los caminos trazados por los inkas para unir el imperio es toda una experiencia; más aún, si el punto final es la impresionante ciudad inka de Machupicchu .			
5. CONTEXTO EN LENGUA META:			
Inka Trail in Cusco. It is such an experience to take some of the trails the Inkas marked in order to connect their empire, especially when the final destination is the impressive Inka city of Machupicchu .			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Reducción	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Modulación	<input type="checkbox"/>
		Particularización	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			
De acuerdo con la National Geographic (s.f.), Machu Picchu es una antigua ciudad inca que fue construida a mediados del siglo XV y se cree que fue una de las residencias del noveno inca del Tahuantinsuyo, Pachacútec. Este culturema es un topónimo y como tal, se incluye en la categoría de medio natural. Para su traducción, se recurrió al préstamo puro.			
Según la FundéuRAE (2019), la grafía correcta de esta ciudadela inca es Machu Picchu. Teniendo esto en cuenta y el uso del préstamo, la traducción correcta sería así Machu Picchu .			

CULTUREMA N.º 17: WAYNAPICCHU

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 11	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 19
CULTUREMA: Waynapicchu		
CONTEXTO:		
Reconocido como una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo Moderno, la ciudad inka de Machupicchu ('montaña vieja', en quechua) se mimetiza con la silueta de la montaña a la que debe su nombre, levantada junto al Waynapicchu ('montaña joven', en quechua). Se ubica a poco más de 110 km (68 millas) en tren desde la ciudad del Cusco.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 11	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: 19
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
Waynapicchu		Waynapicchu

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Reconocido como una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo Moderno, la ciudad inka de Machupicchu ('montaña vieja', en quechua) se mimetiza con la silueta de la montaña a la que debe su nombre, levantada junto al **Waynapicchu** ('montaña joven', en quechua). Se ubica a poco más de 110 km (68 millas) en tren desde la ciudad del Cusco.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

The Inka city of Machupicchu, which means "old mountain" in quechua, is one of the New 7 Wonders of the Modern World. This millenary construction, located just over 110 km (68 mi) by train from the city of Cusco, mimics the shape of the mount it owes its name to and is next to Mount **Waynapicchu** which means "young mountain" in Quechua.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input checked="" type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Según PeruRail (2022), **Waynapicchu**, también conocida como montaña nueva o montaña joven, en su traducción del quechua al castellano, está ubicada a 2,667 m.s.n.m. en la región del Cusco. Su base en forma circular está rodeada por el río Urubamba, al lado norte de la Ciudadela de Machu Picchu. Según esta definición, el presente culturema estaría incluido en el ámbito paisajes y por ello, en la categoría medio natural. El traductor utilizó la técnica del préstamo para su traducción, por no tener un equivalente apropiado en lengua meta, por lo cual, lo mantiene tal como está en el texto origen sin alterarlo.

CULTUREMA N.º 18: HUACA DE LA LUNA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 3	SECCIÓN: Inferior	PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen
CULTUREMA: Huaca de la Luna		
CONTEXTO: Programa “Pinta como los moches” en huaca de la Luna , La Libertad		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 3	SECCIÓN: Inferior	PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen
-----------	-------------------	------------------------------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

huaca de la Luna	Huaca de la Luna
-------------------------	-------------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:
Programa “Pinta como los moches” en **huaca de la Luna**, La Libertad

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

“Paint like the Moches” program in the **Huaca de la Luna**, La Libertad

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

La **Huaca de la Luna** es una construcción de adobe en el que se cree que habría sido utilizado como escenario de rituales de sacrificios humanos. (Perú Travel: Portal Oficial de Turismo del Perú, s.f.)

Es considerada un monumento emblemático, por tanto, pertenece a la categoría de patrimonio cultural. Además, se aplicó la técnica del préstamo puro, como se suele hacer en la mayoría de culturemas de este tipo. Por último, considerando que se ha utilizado la técnica del préstamo, este también debería ir en cursiva así *Huaca de la Luna*.

CULTUREMA N.º 19: HUACA PUCLLANA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior derecha	PÁRRAFO N.º: 15
CULTUREMA: Huaca Pucllana		
CONTEXTO: Huacas Pucllana y Huallamarca, Lima. Pertenecientes a la cultura Lima (200-650 d.C.), se esconden entre barrios residenciales de la capital. Ambas fueron centros ceremoniales.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10

SECCIÓN: Superior derecha

PÁRRAFO N.º: 15

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

Huaca Pucllana

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Huaca Pucllana

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Huacas Pucllana y Huallamarca, Lima. Pertenecientes a la cultura Lima (200-650 d.C.), se esconden entre barrios residenciales de la capital. Ambas fueron centros ceremoniales.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Huaca Pucllana and Huaca Huallamarca in Lima. Both ceremonial centers belong to the Lima culture (200 - 650 A.D.) and are located at residential areas in the capital city.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

Según El Comercio (2017), la **Huaca Pucllana** es un edificio de la cultura Lima, que se desarrolló en la costa central, entre los valles de Chancay y Lurín, en el período comprendido del 200 al 700 d.c. El sitio es un gran edificio piramidal de cima trunca y estructuras bajas a su alrededor. Se edificó con adobes, y rellenos de cantos rodados y arena. Pucllana es un sitio ceremonial, pero en la parte baja posee características que le hacen tener un carácter más público en contrapartida a la pirámide cuyo uso ritual parece ser más restringido.

Este culturema está incluido en el ámbito de monumentos emblemáticos y por este motivo, pertenece a la categoría de patrimonio cultural; se puede observar que, para su trasvase, el traductor empleó la técnica del préstamo puro.

CULTUREMA N.º 20: ACLLAWASI

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior izquierda	PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen
CULTUREMA: Acllawasi		
CONTEXTO: Acllawasi en santuario arqueológico de Pachacamac.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10

SECCIÓN: Superior izquierda

PÁRRAFO N.º: Descripción de imagen

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Acllawasi

Acllawasi

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Acllawasi en santuario arqueológico de Pachacamac.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Acllawasi in Pachacamac Archeological Sanctuary.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

De acuerdo al Ministerio de Cultura del Perú (s.f.), el **Acllawasi** o casa de las escogidas fue una institución impuesta por los Incas, formado por un complejo de edificios donde vivían y trabajaban mujeres seleccionadas por sus habilidades manuales, culinarias o por su belleza física, que estaban al servicio del Estado. En cada ciudad importante del Imperio Inca había uno donde se reclutaban a las mujeres de la localidad.

Según esta definición, este culturema sería un monumento emblemático dentro de la categoría patrimonio cultural. Para el trasvase del término **Acllawasi**, el traductor empleó la técnica del préstamo puro, debido a la no existencia de un equivalente en lengua meta.

CULTUREMA N.º 21: LAGO TITICACA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 5	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 4
CULTUREMA: Lago Titicaca		
CONTEXTO: Turismo rural comunitario. El Perú está lleno de rincones que todavía no han sido tocados por la modernidad, manteniendo sus tradiciones ancestrales, como sucede con la comunidad de tejedores de la isla Taquile, en el lago Titicaca (Puno).		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 5	SECCIÓN: Inferior derecha	PÁRRAFO N.º: 4
-----------	---------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Lago Titicaca	Lake Titicaca
----------------------	----------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:
Turismo rural comunitario. El Perú está lleno de rincones que todavía no han sido tocados por la modernidad, manteniendo sus tradiciones ancestrales, como sucede con la comunidad de tejedores de la isla Taquile, en el **lago Titicaca** (Puno).

5. CONTEXTO EN LENGUA META:
Rural community tourism. There are plenty of areas in Peru that have not yet been influenced by modernity and still keep their ancient traditions such as the island of Taquile in **Lake Titicaca** (Puno) which is home to a community of weavers.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input checked="" type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Según López (2018), el **lago Titicaca** se encuentra en la frontera entre Perú y Bolivia y es el lago navegable más alto del mundo con una altitud media de 3.812 metros sobre el nivel del mar. El culturema **lago Titicaca** es un lugar conocido y por este motivo, está incluido en la categoría de patrimonio cultural. Para traducirlo, se recurrió a dos técnicas: calco y préstamo puro. Se aplicó la primera técnica para traducir lago por lake y con la segunda técnica, se conservó el término *Titicaca* tal cual.

CULTUREMA N.º 22: HACIENDA MAMAONA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 6	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 5
CULTUREMA: Hacienda Mamaona		
CONTEXTO: En abril, el Concurso Nacional del Caballo Peruano de Paso reúne a los mejores criadores y sus exponentes en la hacienda Mamaona .		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 6	SECCIÓN: Inferior izquierda	PÁRRAFO N.º: 5
-----------	-----------------------------	----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):	3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
--	-------------------------------------

Hacienda Mamacona	Hacienda Mamacona
--------------------------	--------------------------

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:
En abril, el Concurso Nacional del Caballo Peruano de Paso reúne a los mejores criadores y sus exponentes en la **hacienda Mamacona**.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:
In April, the best horse breeders display their specimens in the National Peruvian Paso Horse Contest at the **Hacienda Mamacona**.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

La **hacienda Mamacona** es un entorno ubicado en Lurín que ofrece sus instalaciones para disfrutar de diferentes actividades relacionadas con las tradiciones de Perú sean danzas, paseos a caballo, espectáculos de caballos de paso, etc. (Hacienda Mamacona, s.f.)
El referente cultural Hacienda Mamacona es un lugar conocido que pertenece a la categoría de patrimonio cultural. Al trasladar este culturema a la lengua meta, se optó por conservarlo en su totalidad, es decir, se aplicó la técnica del préstamo puro.

CULTUREMA N.º 23: SANTUARIO ARQUEOLÓGICO DE PACHACAMAC

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior izquierdo	PÁRRAFO N.º: 16
CULTUREMA: Santuario arqueológico de Pachacamac		
CONTEXTO: Santuario arqueológico de Pachacamac , Lima. Ubicado a 45 minutos al sur de Lima (31,5 km/22 millas), este oráculo al dios creador Pachacamac fue el principal centro de culto inka en la costa.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10	SECCIÓN: Superior izquierdo	PÁRRAFO N.º: 16
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):
Santuario arqueológico de Pachacamac		Pachacamac Archaeological Sanctuary

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Santuario arqueológico de Pachacamac, Lima. Ubicado a 45 minutos al sur de Lima (31,5 km/22 millas), este oráculo al dios creador Pachacamac fue el principal centro de culto inka en la costa.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Pachacamac Archaeological Sanctuary in Lima. This oracle of God Pachacamac is 45 minutes south of Lima (31,5 km / 22 mi). This was once the main Inka worshipping center on the coast.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input checked="" type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

De acuerdo al Ministerio de Cultura del Perú (s.f.), el santuario está ubicado en el valle de Lurín, en cuyas márgenes se asentaron varios pueblos desde hace tres mil años. La palabra Pachacamac significa «alma de la tierra, el que anima el mundo», fue el principal santuario de la costa central por más de mil años. Sus templos lo visitaban multitudes de peregrinos, pues Pachacamac era un acertado oráculo capaz de predecir el futuro.

Partiendo de lo anteriormente mencionado, este culturema pertenece al ámbito monumentos emblemáticos y por esta razón, se incluye en la categoría patrimonio cultural.

El traductor empleó las técnicas del calco, en el caso de **santuario arqueológico** y del préstamo puro, en el caso de **Pachacamac**, respectivamente.

CULTUREMA N.º 24: COMPLEJO ARQUEOLÓGICO EL BRUJO

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Inferior derecho	PÁRRAFO N.º: 17
CULTUREMA: Complejo arqueológico El Brujo		
CONTEXTO:		
[...] además de otras huacas y templos, como el complejo arqueológico El Brujo , en Magdalena de Cao.		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10

SECCIÓN: Inferior derecha

PÁRRAFO N.º: 17

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Complejo arqueológico El Brujo

Archaeological complex El Brujo

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

[...] además de otras huacas y templos, como el **complejo arqueológico El Brujo**, en Magdalena de Cao.

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

This sacred site as well as other huacas and temples such as the **archaeological complex El Brujo** in Magdalena de Cao.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

Según Uccelli (2009), arquitecta de la Universidad Ricardo Palma, el **complejo arqueológico El Brujo** es un gran centro ceremonial, habitado continuamente desde casi el año 3.000 a.C. hasta nuestros días. Diversos pueblos han ocupado el lugar, siendo la cultura Moche (300 d.C.-850 d.C.) la más importante, con monumentales edificaciones de adobe. El Brujo es una plataforma de forma triangular con una extensión de 1,5 km², rodeada hacia el norte y el este, por terrenos de cultivo y por el oeste por la playa El Brujo y el balneario de Punta Prieta.

Por su definición, se observa que este pertenece al ámbito monumentos emblemáticos y a la categoría patrimonio cultural.

El traductor realiza el trasvase usando la técnica del préstamo puro y del calco. Se utilizó el calco en el término **complejo arqueológico** (calco), y en cuanto a **El Brujo**, como no tiene un equivalente apropiado, se mantiene en el texto meta tal como está escrito en el texto origen.

CULTUREMA N.º 25: PUERTO CHICAMA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central derecha	PÁRRAFO N.º: 11
CULTUREMA: Puerto Chicama		
CONTEXTO: Los expertos pueden correr la ola izquierda más larga del mundo (2 km/1,2 millas) en Puerto Chicama , Trujillo (La Libertad).		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»			
1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»			
PÁGINA: 8	SECCIÓN: Central derecha		PÁRRAFO N.º: 11
2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):		3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):	
Puerto Chicama		Puerto Chicama	
4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN: Los expertos pueden correr la ola izquierda más larga del mundo (2 km/1,2 millas) en Puerto Chicama , Trujillo (La Libertad).			
5. CONTEXTO EN LENGUA META: Expert surfers can ride the longest left hand wave in the world (2 km / 1.2 mi) in Puerto Chicama (Trujillo - La Libertad).			
6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:			
CATEGORÍA:			
Medio natural	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultura lingüística	<input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural	<input type="checkbox"/>		
Cultura social	<input type="checkbox"/>		
7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:			
Adaptación	<input type="checkbox"/>	Creación discursiva	<input type="checkbox"/>
Ampliación lingüística	<input type="checkbox"/>	Préstamo	<input checked="" type="checkbox"/>
Amplificación	<input type="checkbox"/>	Descripción	<input type="checkbox"/>
Calco	<input type="checkbox"/>	Equivalente acuñado	<input type="checkbox"/>
Compensación	<input type="checkbox"/>	Generalización	<input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística	<input type="checkbox"/>	Modulación	<input type="checkbox"/>
		Particularización	<input type="checkbox"/>
		Reducción	<input type="checkbox"/>
		Substitución	<input type="checkbox"/>
		Traducción literal	<input type="checkbox"/>
		Transposición	<input type="checkbox"/>
		Variación	<input type="checkbox"/>
8. ANÁLISIS:			
<p>Según el portal de Inca Trail Guide (s.f.), el Puerto Malabrigo, Playa Malabrigo, Playa Chicama o también llamado Puerto Chicama, se ubica en la provincia de Ascope, a unos 30 kilómetros de Trujillo, en el departamento de La libertad. Esta playa se caracteriza por tener la ola de izquierda más alta de mundo y ser la más solicitada para campeonatos de surf nacionales e internaciones.</p> <p>Este culturema es el nombre propio de un lugar, es decir, un topónimo y por este motivo, pertenece a la categoría de medio natural.</p> <p>El traductor utiliza la técnica del préstamo puro para traducirlo, debido a que carece de un equivalente adecuado en la lengua de llegada, por ser nombre propio de un lugar, optó por dejarlo tal cual.</p>			

CULTUREMA N.º 26: OASIS DE LA HUACHINA

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 13	SECCIÓN: Inferior derecho	PÁRRAFO N.º: 26
CULTUREMA: Oasis de la Huacachina		
CONTEXTO:		
Más al sur, el desierto muestra sus impresionantes dunas y el oasis de la Huacachina .		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 13

SECCIÓN: Inferior derecha

PÁRRAFO N.º: 26

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Oasis de la Huacachina

Huacachina Oasis

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

Más al sur, el desierto muestra sus impresionantes dunas y el **oasis de la Huacachina**

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

Farther south, you enter into a desert of amazing sand dunes and the **Huacachina Oasis**.

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:

Medio natural

Cultura lingüística

Patrimonio cultural

Cultura social

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación

Creación discursiva

Préstamo

Ampliación lingüística

Descripción

Reducción

Amplificación

Equivalente acuñado

Substitución

Calco

Generalización

Traducción literal

Compensación

Modulación

Transposición

Comprensión lingüística

Particularización

Variación

8. ANÁLISIS:

De acuerdo a Urquieta (2020), la **Huacachina** es un **oasis** que está ubicado a solo cinco kilómetros al oeste de la ciudad peruana de Ica, en medio del desierto costero del Pacífico. De aguas color verde, este destino está a 10 kilómetros en auto desde el centro de la ciudad de Ica. Ello, después de recorrer 4 horas de viaje en carretera desde la ciudad de Lima.

Esta definición nos indica que este culturema forma parte del ámbito de paisajes y por consiguiente a la categoría ambiente natural.

Para su traducción, el traductor empleó las técnicas del préstamo y del calco; permitiendo la traducción literal sólo en una parte de la expresión, es decir, el término **Oasis** (calco), lo traslada por su equivalente en la lengua de llegada, en cuanto a **La Huacachina**, como no tiene un equivalente idóneo, se mantiene en el texto meta tal como está escrito en el texto origen.

CULTUREMA N.º 27: TUMBA DEL SEÑOR DE SICÁN

LISTA DE COTEJO PARA IDENTIFICAR UN CULTUREMA EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»		
NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»		
PÁGINA: 10	SECCIÓN: Inferior derecho	PÁRRAFO N.º: 17
CULTUREMA: Tumba del Señor de Sicán		
CONTEXTO:		
[...] mientras que en Batán Grande está la tumba del Señor de Sicán y un impresionante conjunto de pirámides de adobe perteneciente a la cultura Lambayeque (800-1300 d.C.).		
INDICADOR: Si todas las respuestas son afirmativas, el término o frase se considerará culturema.	SÍ	NO
¿El término o frase contiene información cultural específica de Perú?	X	
¿La traducción del término o frase podría causar problemas de traducción?	X	
¿El término o frase se encuentra dentro de la categoría de alguno de los siguientes elementos: medio natural, patrimonio cultural, cultura social o cultura lingüística?	X	
¿El término o frase carece de un equivalente en la cultura de destino?	X	
¿El término o frase surge en el seno de una transferencia cultural entre dos culturas concretas?	X	

FICHA PARA ANALIZAR LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDER»

1. NOMBRE DEL FOLLETO: «Hay un Perú para cada uno. 30 experiencias que no se deben perder»

PÁGINA: 10	SECCIÓN: Inferior derecho	PÁRRAFO N.º: 17
------------	---------------------------	-----------------

2. TÉRMINO EN LENGUA ORIGEN (ESPAÑOL):

3. TÉRMINO EN LENGUA META (INGLÉS):

Tumba del Señor de Sicán	Tomb of Señor de Sicán (Lord of Sicán)
---------------------------------	---

4. CONTEXTO EN LENGUA ORIGEN:

[...] mientras que en Batán Grande está la **tumba del Señor de Sicán** y un impresionante conjunto de pirámides de adobe perteneciente a la cultura Lambayeque (800-1300 d.C.).

5. CONTEXTO EN LENGUA META:

[...] found in a burial site; and in Batán Grande is the **tomb of Señor de Sicán (Lord of Sicán)** together with an impressive group of adobe pyramids from the Lambayeque culture (800-1300 A.D.).

6. CLASIFICACIÓN DE CULTUREMA:

CATEGORÍA:	
Medio natural <input type="checkbox"/>	Cultura lingüística <input type="checkbox"/>
Patrimonio cultural <input checked="" type="checkbox"/>	
Cultura social <input type="checkbox"/>	

7. TÉCNICA DE TRADUCCIÓN:

Adaptación <input type="checkbox"/>	Creación discursiva <input type="checkbox"/>	Préstamo <input checked="" type="checkbox"/>
Ampliación lingüística <input type="checkbox"/>	Descripción <input type="checkbox"/>	Reducción <input type="checkbox"/>
Amplificación <input checked="" type="checkbox"/>	Equivalente acuñado <input type="checkbox"/>	Substitución <input type="checkbox"/>
Calco <input checked="" type="checkbox"/>	Generalización <input type="checkbox"/>	Traducción literal <input type="checkbox"/>
Compensación <input type="checkbox"/>	Modulación <input type="checkbox"/>	Transposición <input type="checkbox"/>
Comprensión lingüística <input type="checkbox"/>	Particularización <input type="checkbox"/>	Variación <input type="checkbox"/>

8. ANÁLISIS:

Según RPP Noticias (2020), **la Tumba del Señor de Sicán** fue descubierto en el año 1991 en la Huaca el Oro del complejo arqueológico de Batan grande, distrito de Pitipo, a una hora de la ciudad de Chiclayo. Su poderío brilló en los siglos XI a XII de la era cristiana y sus restos y ofrendas de oro se muestran a turistas nacionales y extranjeros en el imponente Museo Sicán ubicado en la provincia de Ferreñafe.

De acuerdo a esta definición, este culturema pertenece al ámbito monumentos emblemáticos y por tanto, a la categoría patrimonio cultural.

Para traducirlo, el traductor usó las técnicas del préstamo, calco y amplificación; para el trasvase del término **Tumba del**, emplea el calco.; para el término **(Lord of Sicán)**, hace uso de la amplificación al agregar esta información extra al texto traducido y con respecto a **Señor de Sicán**, usa la técnica del préstamo naturalizado al traducir Sicán por Sicán, es decir, conserva en lo fundamental el significante de la lengua original y omite la tilde que no se usa en la lengua meta.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, TORRES VARGAS ESDRAS JOEL, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA TRADUCCIÓN DE LOS CULTUREMAS EN EL FOLLETO TURÍSTICO «HAY UN PERÚ PARA CADA UNO. 30 EXPERIENCIAS QUE NO SE DEBEN PERDERER»", cuyos autores son PAREDES MENDO ESTHER, NUÑEZ LOPEZ ANGGIE SOFIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 19 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
TORRES VARGAS ESDRAS JOEL DNI: 42041577 ORCID 0000-0002-8307-3752	Firmado digitalmente por: TVARGASEJ el 19-07- 2022 11:53:18

Código documento Trilce: TRI - 0352297