



FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE IDIOMAS

LA UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS ESTILÍSTICOS EN LA TRADUCCIÓN INVERSA DE LOS GUIONES DE LOS VIDEOS DE LA MARCA PERÚ DE PROMPERÚ EN LOS AÑOS 2011 Y 2012

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

**AUTOR:
LESLY SOFIA SOLIS ALVA**

**ASESORES:
Mg. Carmen Calero Moscol
Mg. Juan Carlos Arrieta Garrido**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Traducción y Terminología**

LIMA – PERÚ

2014-I

PÁGINA DEL JURADO

Presidente : Mg. Carmen Calero Moscol

Secretario : Mg. Juan Carlos Arrieta

Vocal : Sofía Lévano Castro

Dedicatoria

A toda mi familia por la confianza depositada y su aliento constante durante mi vida universitaria.

Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento a esas personas especiales que hicieron posible llevar a término mi carrera, bajo forma de la presente tesis, tanto por el apoyo académico como emocional en los momentos de dudas, así como también los momentos de alegrías, experiencias que se quedarán en mi memoria.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Lesly Sofia Solis Alva con DNI N° 47488666, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Educación e Idiomas, Escuela de Traducción e Interpretación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, ... de ... de 2014

Lesly Sofia Solis Alva

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “La utilización de los recursos estilísticos en la traducción inversa de los guiones de los videos de la Marca Perú de Promperú en los años 2011 y 2012”, con la finalidad de identificar la utilización de los recursos estilísticos, en forma particular las anáforas, paralelismos y personificaciones, encontrados en los textos a analizar en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Traducción e Interpretación. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Autora: Lesly Sofia Solis Alva

10^{mo} Ciclo de la E.A.P. de Educación e Idiomas

Universidad Cesar Vallejo.

ÍNDICE

CARATULA	i
PÁGINAS PRELIMINARES	¡Error! Marcador no definido.
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	ii
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
2.1 Aproximación temática:	13
2.2 Formulación del problema de investigación	15
2.2.1 Problema general	15
2.2.2 Problemas específicos	15
2.3 Justificación	15
2.4 Relevancia	16
2.5 Contribución.....	16
2.6 Objetivos	17
2.6.1 Objetivo General	17
2.6.2 Objetivos Especificos	17
2.7 Hipótesis.....	17
III. MARCO METODOLÓGICO	18
3.1 Metodología	18
3.1.1 Tipo de estudio.....	18
3.1.2 Diseño.....	18
3.2 Escenario de estudio	20
3.3 Caracterización de sujetos	20
3.4 Trayectoria metodológica	20
3.5 Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	21
3.6 Tratamiento de la información:	21
3.6.1 Las unidades temáticas	21
3.6.2 La categorización.....	21
3.7 Mapeamiento.....	22

3.8 Rigor científico.....	28
IV. RESULTADOS	29
4.1 Descripción de resultados	29
V. DISCUSIÓN.....	34
5.1 Aproximación al objeto de estudio.....	34
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES.....	37
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
ANEXOS	41

TABLA

Tabla 1. Esquema de diseño.....	19
---------------------------------	----

RESUMEN

En la presente tesis titulada “La utilización de los recursos estilísticos en la traducción inversa de los guiones de los videos de la Marca Perú de Promperú en los años 2011 y 2012”, se identificó la utilización de recursos estilísticos, especialmente las anáforas, los paralelismos y las personificaciones, que se encontraron en la traducción inversa, en este caso del español al inglés, de los guiones de los videos de la Marca Perú de Promperú en los años 2011 y 2012, que constituirán la muestra de la tesis.

La presente investigación es muy relevante, ya que permitirá a los traductores dedicados al área del turismo, encontrar una contribución enriquecedora del saber teórico que les sirva de referencia para futuras traducciones. Con el fin anteriormente expuesto, se seleccionaron las transcripciones de los guiones de los videos de la Marca Perú realizados en los años 2011 y 2012, tanto en su versión original en español como en la versión traducida al inglés, las cuales constituirán el objeto de análisis de la presente investigación. Posteriormente se extrajo de ambas versiones (español e inglés) los recursos estilísticos más recurrentes, vale decir las anáforas y los paralelismos, que conformaron las unidades de análisis. El análisis se ejecutó a través de un cuadro comparativo como instrumento utilizando la técnica de observación y el método empleado fue cualitativo-descriptivo.

Una vez realizado el análisis, se encontró en los resultados que no se había ejecutado ningún cambio significativo de la versión en español a la versión en inglés, de manera que la intención persuasiva permaneció tal cual como en el texto de la versión original en español.

En conclusión, se infirió de los resultados que ante la presencia de un recurso estilístico (sea la anáfora, paralelismo o personificación) en el texto original, se puede traducir utilizando el mismo recurso estilístico sin tener la preocupación de cometer un error de traducción.

ABSTRACT

This research titled “The Usage of Stylistic Devices in Reverse Translation of the Videos Scripts from Marca Perú of Promperú in the years 2011 and 2012”. In this research, it was identified (mainly the anaphora, parallelism and personification) the use of stylistics devices found in the reverse translation (being from Spanish to English in this case) of the videos scripts from Marca Perú of Promperú in the years 2011 and 2012, that constitute the sample of this thesis.

This research is very important since it will allow translators, engaged in tourism area that becomes into pillar contributors of the diffusion, to find an enriching contribution of theoretical knowledge that serve as reference for future translations. With the above mentioned aim, the transcripts of the videos scripts from Marca Perú of Promperú in the years 2011 and 2012 were selected, both in the original version in Spanish and in the translated version in English, all this constituted the subject under analysis of this thesis. This analysis was made by the help of a comparative chart as an instrument, using the observation technique, since the methodology applied was qualitative-descriptive and non-experimental.

After the analysis was held, it was found as a result that non-significant changes were made from the Spanish version to the English one, so that the persuasion intention remained the same as in the original Spanish version of the text.

In conclusion, it was inferred from the results that before the presence of a specific stylist device (being anaphora, parallelism or personification) in the original text, it can be translate by using the same stylistic device without being concerned about to make a translation mistake.