



FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE IDIOMAS

LA TRADUCCIÓN DE LOS TEXTOS TURÍSTICOS DEL ESPAÑOL AL INGLÉS  
UTILIZADOS EN LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE LA  
REGIÓN LA LIBERTAD - 2015

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

AUTORA:

CLAUDIA MARÍA VIGO  
VÁSQUEZ

ASESORES

:

DR. JORGE SÁENZ PIEDRA  
LIC. LUCÍA CROSBY  
BUSTAMANTE

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Y SERVICIO

TRUJILLO – PERÚ

2015

**Página del Jurado**

.....

Dr. Jorge Sáenz Piedra

PRESIDENTE

.....

Dra. Erika Aguilar Carrera

SECRETARIO

.....

Lic. Lucia Crosby Bustamante

VOCAL

## **DEDICATORIA**

Con todo cariño y gratitud a mis queridos padres, Evelio Vigo Lecca y Gladys Marleny Vásquez Yamo, por sus sabios consejos, amor y paciencia guiándome por el camino del estudio y permitiéndome culminar con éxito mi carrera profesional.

A Daniel Saavedra Cabrera, quién con su amor incondicional me impulsó a seguir adelante y no desistir en el intento y a Dios por iluminarme y llenarme de sabiduría en este transcurso de la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis asesores de tesis y a los docentes que me han apoyado durante estos cinco años, inculcándome de valores y motivándome para seguir adelante.

A mi alma mater, la Universidad César Vallejo, donde aprendí a amar mi carrera y adquirí un amplio conocimiento que me servirá en la vida.

A mis compañeros de la carrera, quiénes a pesar de lo difícil que se ponía cada día siempre nos manteníamos con ese espíritu de unión y de cariño.

La Autora.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Claudia María Vigo Vásquez con DNI N° 72898725, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes y consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Educación e Idiomas, Escuela de Idiomas: Carrera 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.

Trujillo, 10 de Diciembre de 2015

---

Claudia María Vigo Vásquez

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis Titulada “LA TRADUCCIÓN DE LOS TEXTOS TURÍSTICOS DEL ESPAÑOL AL INGLÉS UTILIZADOS EN LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE LA REGIÓN LA LIBERTAD - 2015” con la finalidad de analizar la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad – 2015., en cumplimiento del reglamento de Grados y Título de la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de Licenciada en Traducción e Interpretación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Claudia María Vigo Vásquez.

## ÍNDICE

<b>Página del Jurado</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>v</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>vi</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>I.INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>II.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>30</b>
2.1 Aproximación temática.....	30
2.2. Formulación del problema de investigación.....	31
2.3. Justificación.....	31
2.4. Relevancia.....	31
2.5. Contribución.....	32
2.6. Objetivos.....	32
2.6.1. Objetivo general.....	32
2.6.2. Objetivos específicos.....	32
2.7. Hipótesis.....	32
<b>III. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>32</b>
3.1 Metodología.....	32
3.1.1. Tipo de estudio.....	32
3.1.2. Diseño.....	33
3.2 Escenario de estudio.....	34
3.3 Caracterización de sujetos.....	34
3.4 Trayectoria metodológica.....	34
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección.....	35
3.6 Tratamiento de la información.....	35
3.7 Mapeamiento.....	35
3.8 Rigor científico.....	37
3.9 Aspectos éticos.....	37
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	<b>39</b>
4.1 Descripción de resultados.....	39
<b>V. DISCUSIÓN</b> .....	<b>59</b>

5.1 Aproximación al objeto de estudio.....	60
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>61</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>62</b>
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>64</b>



## RESUMEN

El objetivo del trabajo fue analizar la traducción de los textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad - 2015, por ello se planteó la siguiente hipótesis: la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad tienen un nivel de calidad deficiente. La recolección de los datos se realizó en la Región La Libertad, donde se analizó el material turístico bilingüe y las diversas páginas web de las diferentes provincias de dicha región, a través de una guía de observación donde se evaluó las siguientes categorías: Fidelidad, Gramática, Terminología, Coherencia y Fluidez, Identidad Cultural e Impacto Publicitario. La Población estuvo conformada por los textos turísticos traducidos por la industria turística de dicha región quienes elaboran su propio material turístico, donde se concluyó que la mayor parte de los textos turísticos traducidos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística cuentan con un nivel de calidad regular.

PALABRAS CLAVES: traducción, textos turísticos, región La Libertad, industria turística.

La Autora.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to analyze the translation of the literature used in the promotion of the tourism industry in La Libertad Region - 2015. Hence, the following hypothesis was proposed: the translation from Spanish into English of the literature used in the promotion of the tourism industry in La Libertad region has a poor level of quality. The data collection took place in La Libertad region, where the bilingual tourist brochures and the different websites of the different provinces of the region were analyzed through an observation guide where the following categories were evaluated: Fidelity, Grammar Terminology, Coherence and Fluency, Cultural Identity and Advertising Impact. The population consisted of the literature translated by the tourism industry in the region producing their own tourist brochures, and the conclusion was that the literature translated from Spanish into English used in the promotion of the tourism industry has an average quality level.

**KEYWORDS:** translation, tourism texts, La Libertad region, tourism industry

The Author.

## I. INTRODUCCIÓN:

Los referentes contextuales del presente trabajo permitieron identificar, describir y comprender la realidad problemática de la investigación sobre la traducción de los textos turísticos y la promoción de la industria turística de la Región La Libertad. Para ello fue necesario indagar sobre estudios relacionados con el tema de traducción de los textos turísticos y la promoción de la industria turística como muestra. Los antecedentes que sirvieron de base fueron:

Nobs, Marie-Louise (2003) en su tesis titulada: *Expectativas y Evaluación en la Traducción de Textos Turísticos: Estudio Empírico con usuarios reales*, Universidad de Granada menciona lo siguiente: “Los datos recabados permiten a Pouget, entre otras, una observación sorprendente: conforme avanzan los conocimientos de inglés entre la población catalana los propietarios de los restaurantes prescinden cada vez más de la labor de los traductores profesionales, encargando sus traducciones a personas con un rudimentario conocimiento de inglés”.

Perton, Narda (2010) en su tesis titulada: *La Traducción de Textos Turísticos*, Universidad de Utrecht comenta lo siguiente: “Como ya mencionamos, a la hora de realizar una traducción turística el traductor no es solamente un mediador lingüístico, sino sobre todo un analista intercultural (Fuentes Luque 2005: 59). Sin embargo, un folleto turístico está formado por mucho más que solamente elementos lingüísticos y culturales, también el marketing y una eficaz combinación de elementos gráficos e icónicos son aspectos indispensables de un folleto exitoso. Fuentes Luque dice que «los contenidos, la distribución, el diseño y la edición de [...] diferentes sistemas semióticos, son de una importancia clave a la hora de provocar un efecto positivo en el lector y lograr los objetivos informativos y persuasivos deseados» (Fuentes Luque 2005: 63). Todos estos medios se utilizan para atraer al turista potencial, el objetivo final del folleto turístico; pero el empleo de estos medios puede variar de país a país, de lengua a lengua y de cultura a cultura y es la labor del traductor es reconocer estas diferencias y convertir el texto fuente en un texto meta que funcionará entre el país, la lengua y la cultura del grupo meta.”

Durán Muñoz, Isabel (2012) en la revista de lingüística y lenguas aplicadas titulada: Caracterización De La Traducción Turística: Problemas, Dificultades Y Posibles Soluciones, Universidad de Málaga nos menciona lo siguiente: “La idea de calidad en traducción ha suscitado numerosos comentarios al respecto a lo largo de la historia y ha motivado la publicación de diversas obras que pretenden dar cuenta de este fenómeno y proponer maneras de abordarlo para alcanzar un nivel de «calidad» satisfactorio (cf. Nobs, 2003; Conde Ruano, 2009). Asimismo, encontramos normas publicadas por organismos internacionales que pretenden regular la calidad de los servicios de traducción como por ejemplo el CEN (Comité de Normalización Europeo) o el DIN (Deutsches Institut für Normung).”

A menudo, se equipara «calidad» a «adecuación» de la traducción, lo que implica que el texto meta debe adecuarse a la cultura meta para que proporcione la equivalencia comunicativa y funcione correctamente y, así, se alcanzaría la calidad de una traducción. En este sentido, Nord (1997: 137) nos ofrece una definición de «adecuación» (Adequacy): “In terms of functional approaches to translation, «adequacy» is used to describe the appropriateness of a translated text for the communicative purpose defined in the translation brief. Adequacy is thus a dynamic concept related to the process of translational action<sup>1</sup>.”

González Pastor, Diana María (2012) en su tesis doctoral titulada: Análisis Descriptivo De La Traducción De Culturemas En El Texto Turístico, Universidad Politécnica de Valencia dice también: “El traductor de textos turísticos debe conocer cuáles son las marcas turísticas pertenecientes a la cultura de origen y a la cultura de destino. Sin embargo, no sólo debe ser capaz de identificar las marcas turísticas, sino también debe ser consciente de qué características quiere transmitir dicha imagen en un determinado texto. Si bien la imagen de la marca es un elemento subjetivo que sugiere diferentes realidades dependiendo de cada turista, el traductor debe ser capaz de realizar su mediación trasvasando los elementos que van asociados a dicha marca y siendo fiel a su espíritu que la imagen de la marca desea mostrar”.

---

<sup>1</sup> Nord ofrece una definición de “adecuación”: “En términos de enfoques funcionales a la traducción « la adecuación »se utiliza para describir la idoneidad de un texto traducido con una finalidad comunicativa definido en un resumen de traducción. Adecuación es, pues, un concepto dinámico relacionado con el proceso de la acción de la traducción”.

El Perú con su riqueza cultural, gastronómica y natural tiene un enorme potencial para incrementar el turismo, dado que el número de turistas que visitan el país sigue siendo pequeño y podría ser mucho mayor.

La ideología del turismo se puede resumir en los siguientes apartados: El turismo es generador de empleo y riqueza; el turismo es vía de comunicación cultural, el turismo es el camino más positivo para conservar las bellezas del mundo; el turismo es un generador de cambios sociales positivos.

La Empresa turística se debe analizar desde un enfoque alternativo de oferta, frente al enfoque tradicional de demanda, sobre el que se viene elaborando la Teoría Económica del Turismo. La finalidad de este enfoque alternativo de oferta es la de conceptualizar a la empresa turística para que, de esta forma, quede perfectamente delimitado el objeto de estudio de la Economía de la Empresa Turística. En definitiva, este autor pretende delimitar e identificar a la empresa turística con el propósito de aplicar el análisis microeconómico a la actividad turística siguiendo la misma metodología que se sigue en el estudio del resto de los sectores productivos.

Mientras que el enfoque tradicional sobre el que se ha venido elaborando la Teoría Económica del Turismo -enfoque de demanda- considera que las empresas turísticas son las que venden sus productos y servicios mayoritariamente a los turistas, el enfoque alternativo que propone este autor -enfoque de oferta- considera que la demanda turística es aquella que consume el producto turístico, definido éste como la organización de un plan de desplazamiento de ida y vuelta, el cual es elaborado por la empresa turística, identificando a ésta con los turoperadores ( Flores Ruiz y Barroso González, 2010: 7).

La industria turística es multisectorial e incluye movimientos masivos de personas. A diferencia de algunas otras ramas económicas, impulsan el crecimiento profesional de cada uno de los involucrados en la prestación de sus servicios, y es de ahí, la importancia de generar profesionales que impulsen el desarrollo de la actividad.

¿Qué hace la diferencia para que el servicio turístico sea el de mayor calidad?  
Existen varios factores a considerar:

1. El nivel de satisfacción que espera el cliente que debe ser superado por los prestadores de servicios.
2. El nivel social al que está enfocado el turismo.
3. El hecho de que la buena calidad en el servicio por parte del prestador, regularmente resulta en una remuneración económica conocida como propina. Aunque esto no es en todos los países, por ejemplo en Australia los prestadores de servicio son tan bien pagados que no existen las propinas.
4. La extensa oferta de mano de obra en los servicios turísticos, genera que la calidad sea uno de los valores agregados para los empleados.
5. La excesiva competencia de las empresas hace de la calidad en el servicio una determinante en la elección por parte de los consumidores finales.

Cada uno de estos factores realza la importancia de la excelencia en la calidad turística y es por esta razón que - las empresas prestadoras de servicios turísticos -apuestan por la buena formación de todo su capital humano. La profesionalización de los servicios, la estandarización de procesos, la generación de buenos entornos de trabajo y la organización y conservación del recurso humano son algunos de los modelos que llevan a cabo para constituir una excelencia en la calidad de sus servicios, que en los años recientes ha constituido la punta de lanza en el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo y algunos países primer-mundistas.

El turismo, como industria de servicio, abre nuevas oportunidades de empleo; facilita un mercado disponible de productos variados, artesanía y servicios, y a menudo tiene como resultado la reparación de monumentos y obras de arte que de otro modo hubieran quedado abandonados o hubieran sido destruidos. De esta manera, el turismo estimula el desarrollo económico en países y zonas que habían quedado en estado de atraso. Al mismo tiempo, el turismo explota características de la cultura local que atraen o son capaces de atraer visitantes a la comunidad; así es cómo los monumentos, la cocina típica, los festivales y demás actividades son a menudo incorporados a la lista de atracciones que ofrecen los textos. A este respecto, el turismo hace a las gentes conscientes de

las diferencias culturales y trata de poner esas diferencias bajo un prisma atractivo.

### **Atractivos Turísticos de la Región La Libertad**

La Región La Libertad constituye un amplio escenario turístico por su diversidad de recursos, cuenta con variada naturaleza geográfica, escenarios históricos, desarrollo cultural, agroindustrial y empresarial. Sin embargo, esta rica diversidad, por un lado es muy joven como producto turístico, y en otros casos no pasa del nivel de atractivo o recurso, dada la escasa inversión, infraestructura, calidad de servicios, inclusión de la comunidad y planificación, así como la selectividad en promoción y difusión cultural. La actual oferta turística está constituida básicamente por el turismo cultural concentrado en la costa con sus íconos arqueológicos representativos: Chan Chan (Patrimonio de la Humanidad UNESCO), Huaca de la Luna (Premio Reina Sofía), Huaca El Brujo. El Centro Histórico de Trujillo (casas e iglesias coloniales y republicanas), museos arqueológicos y temáticos; a los que se suma la cultura viva de los pueblos de Huanchaco y Moche, una oferta de playas y gastronomía en Huanchaco, Puerto Malabrigo y Pacasmayo, con un mar propicio para deportes náuticos. Eventualmente, se ofertan presentaciones del Caballo Peruano de Paso y actividades tradicionales como el Concurso Nacional de Marinera y el Festival Internacional de la Primavera. En cuanto al turismo de naturaleza y aventura tenemos escenarios de la costa y la sierra (Puerto Morín, Pacasmayo, Cascas, Huamachuco, Santiago de Chuco, Pataz), aún con limitaciones en conectividad y servicios básicos. El turismo religioso es abanderado por la provincia de Otuzco con el culto a la Inmaculada Virgen de la Puerta. Transversalmente a toda la región, debemos añadir la gastronomía y las festividades patronales con sus danzas y costumbres.

**Chan Chan** se ubica en el valle de Moche, frente al mar, a mitad de camino entre el balneario de Huanchaco y la ciudad de Trujillo, capital del departamento de la Región La Libertad en la costa norte del Perú. El sitio arqueológico cubre un área aproximada de 20 kilómetros cuadrados. La zona central está formada por un conjunto de 10 recintos amurallados (llamados “ciudadelas”) y otras pirámides solitarias. Este conjunto central, cubre un área de 6 kilómetros cuadrados, aproximadamente. El resto, está formado por una multitud de

pequeñas estructuras mal conservadas, veredas, canales, murallas y cementerios.

Desde fines del intermedio temprano (600 d.C.), y comienzos del horizonte medio (700 d.C.) -fase Moche V- en la costa norte del Perú, surgen nuevos modelos de ciudades, donde la estructura principal no será únicamente una pirámide ceremonial, sino una gran cantidad de cuartos y edificios cercados por grandes muros ("canchones"), que acompañan a ésta como la parte más importante del asentamiento. Un ejemplo de esto lo tenemos en las urbes Moche V de Pampa Grande, en el cercano valle de Lambayeque y Galindo, en el mismo valle de Moche. Lejos de las diferencias formales, en ambos, se pueden notar la importancia que tienen los grandes recintos amurallados, que albergan edificios dedicados a funciones administrativas, y por supuesto, ceremoniales. Otro ejemplo, lejano físicamente, pero contemporáneo, son las ciudades de Cajamarquilla y Pachacamac en la Costa Central (ambos, próximos a Lima).

Por su gran volumen y su antiguo prestigio de haber sido la capital de un importante y rico reino, Chan Chan ha estado presente en el interés de los viajeros e investigadores desde hace siglos. Sin embargo, hay que hacer notar que las menciones y referencias de este sitio en los documentos más antiguos, después de la conquista española, son escasos, o se refieren a él como una ruina. Es por eso que se postula, que tras la conquista Inca, Chan Chan (en un tiempo, rival del Cusco) fue saqueada y destruida (aproximadamente en el año 1470) y cuando llegó Pizarro (1532) esta ciudad era sólo un pálido reflejo de su viejo esplendor, habitado por pocas personas de escasa importancia política y económica.

Durante la época del virreinato (1532 – 1821) Chan Chan fue objeto de múltiples saqueos y destrucciones, pues existía la creencia que entre sus muros y pirámides estaba escondido un gran tesoro en piezas de oro y plata. Y aunque no hay datos oficiales que lo respalden, existe la leyenda de que varias fortunas se originaron de esa manera. Recién en el siglo XIX, con el renacer de las ciencias, esta ciudad fue estudiada con interés académico, viajeros como Rivero, Tschudi, Hutchinson, Middendorf y Bandelier la dibujaron, mapearon y describieron, preguntándose por su origen y cómo habría sido la vida las personas que poblaron Chan Chan. El siglo XX inaugura a la arqueología como



ciencia, y los arqueólogos la hacen una de las principales fuentes de conocimiento del pasado peruano.

**La Huaca de la Luna** es una obra maestra del genio creativo humano. Sus 12 mil metros cuadrados de murales polícromos son un ejemplo destacado de la tecnología constructiva de tierra que los moches dominaron a la perfección.

No tiene referente en el mundo en términos de diseño y complejidad de sus pinturas murales. Su riqueza iconográfica y estética es de un valor universal excepcional que responde a un patrón que se manejó a lo largo de siete siglos. También constituye un testimonio excepcional de la tradición cultural moche porque en ella se materializa el poder político a través de las ideas religiosas, donde el templo, el espacio más sagrado en la comunión entre el hombre y sus dioses, se asocia a la montaña sagrada, escalera al mundo de las divinidades y divinidad misma.

La Huaca de la Luna es en realidad un complejo arquitectónico compuesto por dos templos sagrados con forma de pirámide trunca, denominados Templo Viejo y Templo Nuevo, construidos completamente de tierra, a donde solamente ingresaban personas privilegiadas, ya sea para rendirle culto a sus dioses o para ofrendarles su vida.

**El Complejo Arqueológico El Brujo** está situado en el pueblo de Magdalena de Cao, en Ascope, Trujillo. Durante casi veinte años el Proyecto Arqueológico El Brujo, dirigidos por la Fundación Wiese, ha estudiado y puesto en valor las huellas de las diferentes culturas que lo ocuparon ininterrumpidamente durante por lo menos 5000 años. Desde los primeros cazadores-recolectores hasta las ocupaciones coloniales, pasando por las culturas que precedieron y siguieron a los Mochicas, sus principales ocupadores, el Complejo Arqueológico El Brujo es una prodigiosa ventana hacia la historia de los antiguos peruanos.

**La provincia de Pacasmayo** se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad. Esta fue creada como provincia el 23 de Noviembre del año 1864, aunque no presentará su división política actual sino hasta 1984. La historia de Pacasmayo comienza a mediados del año 20,000 a. C. con los primeros pobladores nómades de la región hasta la llegada de la cultura Cupisnique que ya eran hombres sedimentarios. Años más adelante se

asentaría en el lugar la cultura de los Moche entre los siglos IX y VII a. C, seguidos de los Chimú y la expansión incaica, cuyo dominio en la zona solo durara entre 60 y 70 años hasta la llegada de los españoles. La provincia de Pacasmayo cuenta con hermosos e interesantes atractivos turísticos como son:

**Complejo Arqueológico de Pakatnamú:** Que se encuentra en el distrito de Guadalupe, sobre un barranco. Éste habría sido un lugar destinado a ser un Centro Político y Religioso, de hecho el más importante de la zona. Entre las estructuras internas resalta la presencia de abundantes pirámides, cuyos artífices habrían sido los hombres de las culturas Mochica y Chimú.

**Bosque de Canoncillo:** Importante área natural que representa parte de los bosques secos que presenta el país. En el sitio asimismo se encuentran restos arquitectónicos prehispánicos, por lo que el lugar se presta para la práctica del turismo arqueológico, además del de aventura y el ecoturismo.

**Cerro Dos Cabezas:** Se trata de una huaca que presenta forma de pirámide. El nombre tiene su causa en la forma que se observa en su cumbre y que fue ocasionada por una excavación realizada años atrás.

**Pampa de los Fósiles:** Se localiza en la falda del cerro el Yugo. El sitio es importante porque en éste existe evidencia de la obra lítica hecha por los primeros hombres que habitaron la zona.

Pacasmayo también resulta interesante por las festividades que en ella se realizan entre las que podemos hacer mención de:

**Fiesta del Carnaval de San Pedro de Lloc:** Que se festeja a finales del mes de Marzo, en el cual se llevan a cabo enfrentamientos entre los diferentes barrios de la provincia, además de corsos, entre otros eventos.

**Aniversario de Pacasmayo:** Que se celebra cada 23 de Noviembre y en el que se planean actividades cívico-religiosas que se ven mezcladas con las costumbres del pueblo y el montaje de ferias gastronómicas donde se presentan las más deliciosas comidas de la región.

**La provincia de Santiago de Chuco** se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad. Esta provincia tiene una extensión territorial de 2,658.96 Km<sup>2</sup>, donde se encuentran distribuidos 8 distritos: Santiago de Chuco, Quiruvilca, Cachicadan, Santa Cruz de Chuca, Angasmarca, Mollebamba, Mollepata y Sitabamba. Santiago de Chuco fue creada el 3 de noviembre de 1900 teniendo como capital al distrito homónimo.

Entre los atractivos turísticos de Santiago de Chuco, podemos mencionar:

**Reserva Nacional de Calipuy:** En el distrito capital. Ésta es importante porque en su territorio se encuentra el mayor grupo de guanacos del país. Esta tiene una extensión de 64 mil hectáreas y fue creada el 8 de enero de 1981. El ingreso al lugar es semi-restringido, ya que requiere del permiso del Ministerio de Ambiente. Las visitas están abiertas desde las 8 de la mañana hasta las 4 de la tarde, sólo durante los meses de mayo a octubre.

**Santuario de Calipuy:** En Santiago de Chuco. Ocupa 4 500 hectáreas. Fue creado con la intención de apoyar la conservación de la especie conocida como Puya Raimondi. El sitio sólo está abierto en algunos meses, en el horario de lunes a sábado de 8 de la mañana hasta las 3 de la tarde; el ingreso es semi-restringido.

**Baños termales de Cachicadán:** En el distrito de Cachicadán. Sus aguas contienen una alta concentración de hierro y magnesio y se encuentran a una temperatura promedio de 71°C. Se dice que alivian padecimientos artríticos y reumáticos. El lugar se encuentra abierto al público todo el año, desde las 9 de la mañana hasta las 4 de la tarde. El ingreso es libre.

**Pinturas Rupestres de Huashgon:** Se cree que las pinturas halladas en este lugar serían parte de actividades rituales. Estas tienen una antigüedad promedio de 5,000 años.

**Baños Termales El Ojo:** En el cerro La Botica. Estas fuentes medicinales se rodean de plantas con propiedades curativas.

**Catarata de Huambo:** tiene una caída de agua de 14 metros y medio. Los alrededores del sitio son ideales para acampar y, el camino al lugar, es una buena alternativa para la práctica del trekking. Se recomienda que las visitas a la catarata sean durante el invierno, si lo que interesa es ver una mayor concentración de agua y durante marzo, si se quiere observar la belleza circundante.

Se recomienda que el interesado en conocer las celebraciones de esta provincia, pueda visitarla durante la Fiesta Patronal en Honor a Santiago “El mayor”, que es la más importante de la localidad, y que se celebra el 25 de junio. Otro evento importante es el que se dedica al hijo ilustre de Santiago de Chuco: César Vallejo, que se lleva a cabo durante su onomástico, el día 16 de marzo.

**La provincia de Gran Chimú** se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad. Gran Chimú tiene una extensión territorial de 1,284.77 Km<sup>2</sup> donde se encuentran comprendidos 4 distritos: Cascas, Lucma, Marmot y Sayapullo. Gran Chimú fue creada como provincia el 6 de diciembre de 1994, teniendo como capital a la ciudad de Cascas.

Entre los atractivos turísticos de Gran Chimú podemos encontrar sitios como:

**Cuevas de Chepate:** En esta cueva se han descubierto diferentes pinturas rupestres. La iconografía predominante es antropomorfa, destaca, entre todas una donde se observa a un hombre que lleva una especie de casco o corona sobre la cabeza y que tiene el área de los brazos exagerada.

**Petroglifos de Chuquillanqui:** Son valiosos tanto por su número, como por su conservación.

**Baños Chimú:** Son importantes a causa del valor curativo de sus aguas, las cuales, según se cree pueden aliviar padecimientos reumáticos, entre otros. El sitio presenta cuatro estanques de agua para el uso público.

**Cristo de las Rocas:** Se ubica en el distrito de Cascas, por sobre los 1 391 metros sobre el nivel del mar. En el lugar, las rocas han formado el perfil de Cristo. El lugar puede ser visitado todo el año, durante el horario de 9 de la mañana hasta las 5 de la tarde.

**Complejo arqueológico Cojitambo:** Comprende una extensión de 25 hectáreas. En el lugar se han identificado diferentes conjuntos arquitectónicos: en el primero se reconoce a un Ushnu central, además de un pozo con una escalera de tres peldaños; y el conjunto II con espacios habitacionales.

**Catarata el Chorro:** Se ubica en el distrito de Cascas. Esta catarata tiene una altura de 50 metros. Se llega a ella tras caminar 20 minutos desde Salmuche. El ingreso es libre, pero se recomienda que las visitas al lugar se den entre los meses de febrero a agosto.

**Chullpas de Pueblo Viejo:** En el lugar destaca una construcción de planta rectangular. En el sitio se hallaron también 20 chullpas, pero que se caracterizan por tener forma cuadrangular. El ingreso es libre, y se recomienda que las visitas al lugar se den entre los meses de abril a noviembre.

**La provincia de Sánchez Carrión** se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad y fue reconocida como provincia desde el año 1821, según los registros. Inicialmente fue conocida con el nombre de Huamachuco, pero pasó a tener su nombre actual en el año de 1976. Inicialmente habría sido poblada por el grupo cultural de los Huachemies quienes fundarían el reino de los Huamachucos, mismos que serían sometidos en el siglo XIV por los Incas.

A nivel turístico la provincia de Sánchez Carrión cuenta con sitios como:

**Sitio Arqueológico de Wiracochapampa:** Cuyo nombre en español se traduce como “llanura o suelo de los dioses”. Inicialmente se había pensado que este resto arqueológico formaría parte del legado incaico, aunque realmente existen mayores evidencias que le atribuirían una procedencia Wari, posiblemente un Centro Administrativo de esta cultura que habría pasado por distintas etapas y modificaciones.

**Complejo Arqueológico de Markahuamachuco:** Un resto preincaico posiblemente construido entre los años 400 al 1000 de nuestra era por el pueblo de los Huachemies. El lugar se encuentra dividido en las secciones: El Mirador, el Castillo, Las Monjas, Los Corrales, y finalmente el Cerro Viejo.

**Lagunas de Sausacocha y Collasgón:** Es un importante reservorio de agua en el que se crían truchas y carpas. Se presta como un espacio navegable, ideal para la pesca y las competencias deportivas.

**Aguas Termales de Yanasara:** Estas presentan una temperatura de 40°. Sus aguas son importantes por sus cualidades medicinales contra el reumatismo.

**Aguas Termales “El Edén”:** Presenta fosas habilitadas para los turistas. Las aguas sulfurosas de estos baños son ideales para el tratamiento de enfermedades reumáticas.

La provincia de Sánchez Carrión además destaca por las festividades que presenta, entre las cuales se pueden encontrar:

**Fiesta Patronal de la Virgen de Alta Gracia:** Cuyos días centrales son el 14 y 15 de agosto. Una importante celebración en honor a la considerada patrona de Huamachuco.

**Waman Raymi – O fiesta del halcón,** se celebra en el mes de agosto. Esta se realiza en las ruinas de Wiracochapampa con la intención de presentar en escena la historia del surgimiento de la cultura de los huamachucos.

**La provincia de Otuzco** se encuentra localizada en el departamento y región de La Libertad. La provincia surge inicialmente como un pueblo, a mediados del siglo XVI cuando los monjes agustinos llegan a la zona con la intención de cristianizarla, con el pasar de los años irá evolucionando a la cualidad de Villa durante la Colonia, para pasar a ser ciudad en los primeros años de la independencia, aunque su consolidación como tal no se dará sino hacia finales el siglo XIX y su ascensión como provincia recién en abril de 1861.

A nivel turístico la provincia de Otuzco presenta pocos atractivos turísticos promocionados entre los que se puede mencionar:

**Baños Termales de Huaranchal:** Que han sido reconocidos por sus propiedades curativas y relajantes. El calor de sus aguas es capaz de transmitir un momento de sosiego y relajación a todo aquel que se sumerja en ellas.

**Catarata la Paccha:** Se encuentra en el distrito de Huaranchal, se trata de una hermosa caída de agua de cincuenta metros de altura que brota del río Infernillo.

Acerca de las celebraciones de la provincia, en ésta destaca la Fiesta del Señor de los Milagros que se lleva a cabo con gran entusiasmo en el distrito de Huaranchal por los días 22 al 25 de Junio, en los cuales devotos llegan de distintas partes de la provincia para participar del culto, y los distintos eventos programados, entre los que se encuentran corridas de toros, procesiones, quema de castillos, bailes sociales, entre otros.

Asimismo Otuzco celebra cada primero de mayo la Fiesta de Florecer y Recoger Fortuna, una festividad de carácter agrícola en la cual se le rinde homenaje a la madre tierra pidiéndole sus favores en la cosecha venidera, ésta celebración se realiza en específico en el Cerro Cholocday que es considerado un apu o deidad protectora para los pobladores.

### **La Traducción Turística**

Traducción es la acción y efecto de traducir (expresar en una lengua algo que se ha expresado anteriormente o que está escrito en otra diferente). El término puede hacer referencia tanto a la interpretación que se da a un texto o discurso como a la obra material del traductor.

Para poder describir el lenguaje turístico, primero tenemos que ver en qué textos aparece este lenguaje. Kelly define el texto turístico como «todo aquello que una organización pública o privada publique y cuya finalidad sea ofrecer información a los potenciales visitantes o para anunciar o promocionar un destino y fomentar los viajes a ese destino» (Kelly 2010: 35).

Hay diferentes tipos de textos turísticos, por un lado tenemos los anuncios publicitarios y por otro las guías turísticas. El primer tipo está destinado a vender un producto o promocionar una imagen y corresponde «al grado máximo de exhortación» (Vittoria Calvi 2004: 62). En el segundo caso hablamos de tipos de texto informativos, como por ejemplo los textos y los artículos y reportajes en revistas turísticas en los cuales se mezclan la descripción y la persuasión. Estos textos turísticos informativos tienen dos funciones principales: informar y persuadir. Estos textos les dan a los potenciales viajeros una idea del futuro viaje

y una visión del mundo, como por ejemplo amor por la historia y el arte o por un deseo de tranquilidad con la cual quieren persuadirle al lector para que coja sus maletas y se vaya de vacaciones al destino turístico que se promociona.

Fuentes Luque (2009: 469) distingue dos clases de información que recibe el turista. En primer lugar, la información que sirve para captar la atención del turista potencial, que debe facilitarse en la lengua del futuro visitante y que sirve para despertar el interés del visitante, a fin de que se decida a la elección del destino y en segundo lugar, la información que se presta al turista una vez que está en el destino, para satisfacer sus expectativas y conseguir que vuelva. Es la primera clase de información turística que será tratada a continuación y que muestra que el folleto turístico es un texto persuasivo, por lo cual se podría decir que es un tipo de texto con un acto estratégico en el cual el escritor impone su opinión al lector, el turista. Agost Canós (2008: 1) añade que los textos promocionales son “textos fundamentalmente instructivos y expositivos que persiguen que el destinatario se informe sobre un tema concreto, compre algo o actúe de una forma determinada”, o como Hulst dice: “se trata de levantar al lector de su sillón y persuadirle a invertir su dinero de vacaciones en la economía local o internacional” (Hulst 2010: 81).

Es muy importante también en la traducción turística el aspecto cultural y, por ello, el traductor debe contar con la competencia cultural. La cultura de la lengua origen está muy presente en los textos turísticos, tanto en la terminología utilizada como en el estilo, los contenidos, el formato, etc. Estos elementos son propios de la lengua de origen y no siempre son iguales en la lengua de destino. En este sentido, el traductor debe conocer ambas culturas para poder trasponer correctamente la traducción del texto de origen a la cultura meta siguiendo sus patrones propios y manteniendo su finalidad comunicativa. Así, no sólo se realizará una transposición lingüística en la traducción de textos turísticos, sino también cultural, con lo cual se conseguirá un acercamiento al lector meta al texto original y, por tanto, una comunicación y una mediación adecuada y satisfactoria.

En la traducción turística, el traductor debe hacer frente a menudo a decisiones a la hora de traducir elementos culturales presentes en los textos turísticos, como son los nombres propios y de lugares (calles, plazas, pueblos) y la



traducción de platos gastronómicos, bailes y acontecimientos típicos de una cultura. En este sentido, y en especial cuando se trata de textos informativos y promocionales, se recomienda no traducir los nombres de lugares ni los elementos propios de la cultura y, en todo caso, proporcionar una traducción descriptiva entre paréntesis.

La traducción de un folleto turístico del español que funciona correctamente en la cultura de habla hispana, que presenta las funciones características de los textos (referencial, apelativa, emotiva y poética) y que recibe la aceptación de los lectores de habla hispana debe conseguir el mismo efecto en la lengua de llegada. Así pues, la traducción de dicho folleto turístico del español al inglés debe ser bien recibido por la cultura meta, y debe mantener las mismas funciones que el original y, por tanto, funcionar correctamente en la cultura de llegada. En definitiva, los lectores de la cultura de llegada no deben notar diferencias con respecto a los textos originales en su lengua, exceptuando las referencias propias de la cultura origen.

Los textos turísticos son textos instrumentales, lo cual quiere decir que funcionan como instrumentos para informar y entusiasmar al lector de modo que vaya a comprar el producto turístico que ofrece el folleto. Para lograr esto, el texto tiene que ser eficaz. Tanto el estilo, como el contenido y el diseño pueden influenciar la eficacia de un texto. A continuación veremos cuáles son las características textuales del lenguaje turístico que influyen en la eficacia del folleto turístico. Cabe destacar que la cultura del lenguaje en que el texto está escrito, afecta estos elementos textuales.

#### Estilo

El folleto turístico ha ido evolucionando a lo largo de los años. El folleto tradicional tenía un tono impersonal mientras que hoy en día prevalece el tono personal para implicar al interlocutor en el texto. Este tono personal se manifiesta a través del uso de tecnicismos con más moderación, formulaciones directas y participativas, de manera que el lenguaje resulte menos prescriptivo y le dé más sugerencias al interlocutor. Habitualmente, en textos turísticos el autor es anónimo y elige un uso lingüístico informativo y enfático para poder mantener la función referencial y persuasiva que hacen que el texto sea retórico (Federici 2007: 99). Además, el lenguaje turístico es un lenguaje directo, concreto, atractivo, positivo y eufemístico, ya que intenta transmitir optimismo y

alegría al lector para que su actitud hacia el producto sea positiva y lo quiera comprar. El lenguaje turístico hace uso de un registro estándar de la lengua para llegar a un público amplio. Sin embargo, en vez del registro estándar de la lengua, a veces también se opta por un estilo literario para embellecer el texto y así el destino descrito en el folleto. También se hace uso de la retórica, como por ejemplo los juegos lingüísticos, metáforas, elipsis y rima, para crear un lenguaje creativo.

Bajo el contenido de un texto se puede entender el mensaje que está formado por la sintaxis, la gramática y el léxico. Cada uno de estos elementos conoce un uso específico en el lenguaje turístico.

#### Sintaxis

Generalmente, el lenguaje turístico consiste de frases cortas para captar la atención del lector y para que sus pensamientos no divaguen. También hace uso de frases ambiguas o con dobles sentidos para que el lector se ponga a pensar y para hacer el texto más interesante, porque el lector podría relacionar un texto interesante con un destino turístico interesante.

#### Gramática

Con el lenguaje se puede hacer una descripción muy bella y positiva de un destino turístico. La gramática puede ayudar a realizar tal descripción con el uso de por ejemplo adjetivos intensificadores y adjetivos calificativos con un significado positivo, los cuales en la mayoría de los casos se antepone a los sustantivos o acumulados en series de dos o tres. También los superlativos y comparativos parecen ser buenos componentes para un lenguaje positivo, al igual que los verbos que despiertan cierta curiosidad en el lector.

#### Léxico

En general el lenguaje turístico hace uso de un léxico general para llegar a una audiencia amplia, aunque a veces también se emplea palabras cultas o rebuscadas y se inventan expresiones no comunes para embellecer el texto y captar la atención del receptor. Además, el lenguaje turístico representa una variedad de términos, que Durán Muñoz subdivide en tres grupos, a saber: los términos procedentes de otras disciplinas relacionadas, como por ejemplo la historia, la arquitectura, la gastronomía, la geografía y el arte, los términos específicos del discurso turístico, como por ejemplo «agencia de viajes» e

«itinerario» y los términos propios de una cultura, los cuales también se conocen por culturemas, como por ejemplo «semana santa» y «tinto de verano». En los textos turísticos a menudo también se encuentran extranjerismos, siglas y acrónimos (abreviaciones) y fraseología (frases hechas, locuciones figuradas, metáforas y comparaciones fijadas, modismos y refranes). Con referencia a los extranjerismos cabe destacar que existe una tendencia internacional a emplear el inglés como lengua de comunicación en el sector turístico, y sobre todo en la organización de los servicios turísticos (Vittoria Calvi 2004: 63).

### Diseño

Bajo el diseño de un texto turístico se puede entender el formato, la estructura, las ilustraciones y también la tipografía. Así diferentes párrafos y sus títulos, columnas, diferentes colores, letras mayúsculas, letras negritas cursivas o subrayada e imágenes pueden ayudar a hacer un texto atractivo. Y un diseño atractivo puede ser entendido por el lector, el potencial viajero, por un destino atractivo. Sobre todo las imágenes emplean un papel muy importante en el folleto turístico. Las imágenes representan el destino turístico y están en contacto con el texto. Las imágenes pueden reforzar el texto y hacerlo más atractivo, y vice versa el texto puede facilitar el mensaje de los imágenes.

Federici opina que el traductor debería comunicar el mensaje del texto fuente con las mismas funciones a turistas hablando otra lengua, lo cual significa que el traductor necesita introducir cambios tanto a nivel semántico, como sintáctico y pragmático. El traductor tiene que reconstruir los actos lingüísticos; las locuciones e ilocuciones y adecuarlos a la cultura meta para que guíe al lector en cierto camino y le persuada a actuar después de haber leído el texto. Para lograr esto, Federici (2007: 111) dice que en la traducción el mensaje pragmático tiene que prevalecer sobre el significado semántico. El traductor necesita recrear un texto meta que funciona conforme a su objetivo: informar y persuadir, para atraer visitantes a un cierto lugar o para guiarles al estar ya en el destino turístico. La traducción de folletos turísticos está entre el deseo de comunicar el mismo mensaje funcional formándolo para el lector meta y la importancia de esbozar las características de la cultura fuente (Federici 2007: 111).

### Autor y lector

Obviamente, el primer paso en el proceso de traducción según Federici es que el traductor investigue quién ha escrito el texto y para quién el traductor escribirá la traducción.

### Conceptos culturales

El segundo paso sería determinar cuáles de los conceptos culturales querrá transmitir y decidir sobre la forma más adecuada de transmitirlos. Por ejemplo, tras añadir u omitir información si sabe que el lector necesita más información para entender el mensaje y porque la referencia cultural no se puede eliminar porque así se perdería la coherencia dentro del texto, en el caso de omitir información, porque la sintaxis de la lengua meta no lo permite y para la coherencia del texto no hace falta mantener la información. Por ejemplo, cuando el escritor de un texto turístico en español quiere promocionar la Semana Santa en el extranjero, el traductor tendrá que dar más información que solamente el nombre, la fecha y el lugar donde se celebra, porque así probablemente atraerá, en el mejor caso, a unas pocas personas curiosas. Mientras que podría atraer a muchos más turistas añadiendo una explicación de esta celebración típica española.

### Figuras retóricas

Mantener figuras retóricas como por ejemplo la aliteración puede ser muy difícil o imposible si también hay que conservar el mensaje. Si es imposible mantener tanto la aliteración como el mensaje, y el mensaje es importante. Federici diría que es mejor transmitir el mensaje sin figura retórica pero con una descripción por ejemplo. También las metáforas y los modismos pueden causar problemas cuando no hay equivalentes literales en la otra lengua.

### Terminología y connotaciones

Una expresión puede tener diferentes connotaciones en diferentes idiomas por lo cual, a veces será necesario que el traductor añada más información para poder transmitir el mismo mensaje. En folletos turísticos los términos que están relacionados con la cultura expresan cierta autenticidad y requieren la atención del traductor. Términos específicos necesitan una palabra equivalente específica también porque al emplear una palabra más general, se podría perder la relación con la cultura del destino turístico y así el texto podría resultar menos representativo y menos atractivo para el turista potencial. Además, un

determinado término puede tener un significado muy amplio (e.g. más que un significado) o, al contrario, más restringido que otra palabra a lo mejor no puede transmitir; por lo tanto puede resultar que una palabra en la lengua de origen se refiera a un concepto mientras que otra palabra (de la cual el traductor pensaba que era un equivalente) en la lengua de llegada se refiere a un concepto completamente distinto. Esto podría confundir el lector.

#### Lenguaje coloquial

A veces un autor de un folleto turístico hace uso del lenguaje coloquial para llegar a un público más amplio. Si el traductor también quiere llegar a un público amplio, tendrá que hacer lo mismo, pero leer y entender tal texto fuente requerirá más esfuerzo del traductor.

Para el campo turístico, la traducción de textos es muy importante, ya que a través de ella un país se da a conocer al extranjero donde hablan otros idiomas. El folleto es la primera forma de contacto entre el turista y el país de destino, y es de todos conocidos que la primera impresión es la que cuenta, por lo cual ha de ser buena o el turista no elige ese país como destino. De esta manera, las traducciones turísticas son las tarjetas de visita de los países que aparecen como destinos turísticos en los textos (traducidos). A través de esta forma de publicidad, se crea una imagen de un país, pero en la mayoría de los casos ya existe cierta imagen de él que no siempre es positiva. España es un buen ejemplo, ya que de este país mucha gente ha hecho una imagen estereotipada y además el país no siempre ha tenido una buena visión estratégica, ni tampoco buen conocimiento de las expectativas de los clientes potenciales. En situaciones como ésta, el traductor tiene el papel de mediador y es el responsable de restablecer la imagen arruinada del país para que el lector del folleto turístico obtenga una imagen justa y preferiblemente atractiva del destino turístico. También en los casos de que no exista una imagen o de que ya exista una imagen positiva, es el traductor el que la establece o la mantiene, por lo cual depende de él cómo se venda un país, acentuando así la necesidad del conocimiento lingüístico, un conocimiento intercultural del traductor. «Como mediador, no es un simple mediador lingüístico (Fuentes y Kelly 2000), sino sobre todo un analista intercultural, que debería participar activamente en el proceso de creación de la imagen de un país» (Fuentes Luque 2005: 59). El traductor no solamente necesita estar al tanto de la cultura del destino turístico, sino también de la cultura de los potenciales viajeros a que va dirigido el folleto

traducido, más el conocimiento que estas últimas personas tienen de la cultura del país a que posiblemente viajarán en el futuro. Además, estos viajeros tendrán ciertas expectativas del destino turístico y también de la forma en que se presente, como por ejemplo el formato, el diseño y el contenido del folleto, con los cuales el traductor tendrá que cumplir o los cuales tendrá que superar para avivarles el interés a los potenciales viajeros y satisfacerles.

Los destinos turísticos se venden a través de traducciones, por lo cual no es sorprendente que la mayoría de las traducciones de textos técnicos, como los turísticos, se realicen por motivos comerciales para poder llevar un producto al mercado (Brekke 2004: 630). Brekke incluso dice que “un producto no está terminado hasta que documentación de calidad esté disponible en el idioma del cliente o comprador potencial” (Brekke 2004: 630). Fuentes Luque se une a esta idea diciendo que “el éxito de una buena campaña turística en el extranjero, del posicionamiento apropiado de un destino turístico en el mercado, de sus productos y servicios, parte necesariamente de una traducción de calidad” (Fuentes Luque 2005: 16).

## **II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1 APROXIMACIÓN TEMÁTICA**

En el departamento de la Región La Libertad existen muchas empresas turísticas que se encargan de elaborar su propio material turístico bilingüe (folletos, catálogos, agendas, revistas, etc.). No cuentan con un esquema técnico para realizar la traducción de los textos turísticos bilingües, creyendo así que cualquier persona que tenga conocimiento del idioma inglés puede realizar dicha labor. Es por ello que, al no existir un estudio que correlaciona la importancia de la traducción de los textos turísticos y la influencia en la promoción en la industria turística de la Región La Libertad, decidí realizar dicho trabajo con la finalidad de ampliar y valorar el conocimiento de dicho tema ofreciendo así una traducción de calidad que permita al turista sentirse como en casa.

## **2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

¿Qué nivel de calidad tiene la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad-2015?

## **2.3 JUSTIFICACIÓN**

### **Teórica:**

Pretende incrementar el conocimiento relacionado a la traducción de los textos turísticos y la relación que guarda con la promoción de la industria turística de la Región La Libertad. Por ende, se busca analizar el turismo como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, y para comprender que el texto turístico es todo aquello que una organización pública o privada publique y cuya finalidad sea ofrecer información a los potenciales visitantes o para anunciar o promocionar un destino y fomentar los viajes a ese destino.

### **Metodológica:**

Por otro lado se justifica metodológicamente dado que existen técnicas verbales y visuales utilizadas en la traducción de los textos turísticos que, sin embargo no son consideradas al momento de realizar dichas traducciones.

### **Práctica:**

La traducción de los textos turísticos guarda una correlación positiva y dependiente con la promoción de la industria turística de la Región La Libertad debido a una amplia demanda turística que se ha incrementado a través del tiempo.

## **2.4 RELEVANCIA**

El presente trabajo es relevante debido a que en la Región La Libertad no se ha desarrollado una investigación ni existe un estudio enfocado a la traducción de los textos turísticos y su correlación con la industria turística en dicha localidad. Éste sería el primer estudio que busca dar a conocer la importancia que implica que el texto meta deba adecuarse a la cultura meta proporcionando una equivalencia comunicativa y llegando a alcanzar una calidad satisfactoria que beneficie tanto al turista como a la industria turística.

## **2.5 CONTRIBUCIÓN**

El presente proyecto de investigación contribuye a la solución de problemas socio-culturales aportando un estudio que dé a conocer porqué es importante la traducción de los textos turísticos (español-inglés) en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

## **2.6 OBJETIVOS**

### **2.6.1 Objetivo General**

Analizar la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad – 2015.

### **2.6.2 Objetivos Específicos**

Identificar los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

Analizar los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

Identificar el nivel de calidad de la traducción de los textos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

## **2.7 Hipótesis**

El nivel de calidad es deficiente en la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad – 2015.

## **III. MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Metodología**

#### **3.1.1 Tipo de estudio**

El estudio corresponde al tipo descriptivo, orientado al cambio y toma de decisiones en la modalidad investigación - acción, debido a que determina, analiza, y establece la traducción de los textos turísticos en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.



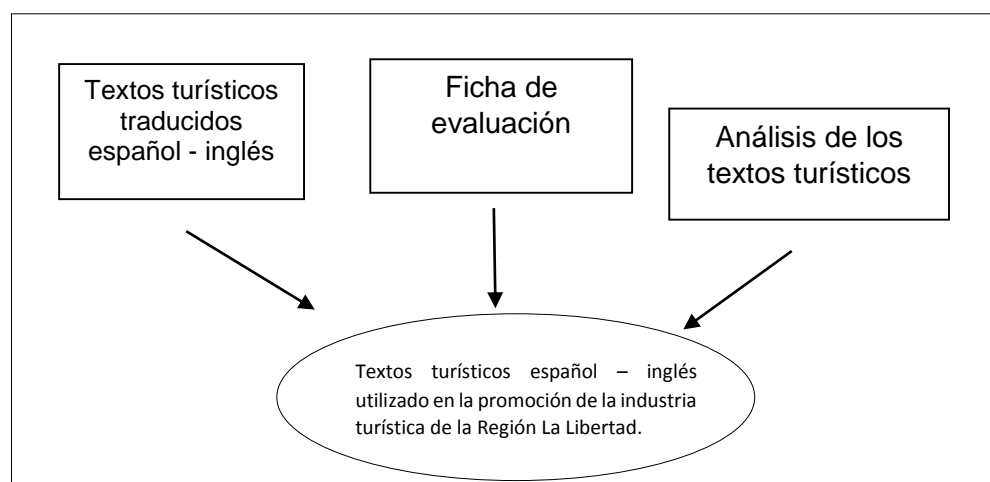
Los métodos teóricos utilizados en la investigación fueron el inductivo y el analítico, porque partimos del contexto social y vivencial describiendo y analizando las interacciones de los actores para relacionarlo con los referentes teóricos.

Es inductivo porque nos permite analizar e identificar la traducción de textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística midiendo el nivel de calidad de los textos traducidos del español al inglés que elaboran las empresas prestadoras de servicios turísticos en la Región La Libertad.

Analítico, porque permitió analizar la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística en la Región La Libertad, mediante la técnica de recolección de datos, entrevistas y encuestas realizadas a los profesionales o especialistas en dicho tema para asegurar la credibilidad de la investigación.

### 3.1.2 Diseño

El estudio de corte cualitativo, corresponde al diseño de estudio de casos que se desarrolló en los mismos escenarios de las empresas prestadoras de servicios turísticos, según el proceso siguiente:



### 3.2 Escenario de estudio

El presente estudio se realizó en la Región La Libertad, donde se recolectó el material turístico bilingüe y se analizó las diversas páginas web de las diferentes provincias de dicha región, las cuales cuentan con una gran demanda. Dicha información forma parte de la industria turística que busca promocionar a la Región La Libertad como un destino turístico seguro.

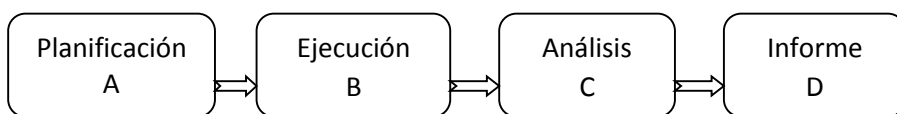
### 3.3 Caracterización de sujetos

La muestra estuvo conformada por los textos turísticos traducidos por la industria turística las cuales están encargadas de la promoción de la industria turística en la Región La Libertad, elaborando su propio material turístico.

El criterio de selección de la muestra fue selectivo, debido a que dichas empresas tienen como política esencial el alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental en la región logrando que la actividad turística ayude a generar descentralización, promoviendo las inversiones y la inclusión social. El tamaño de la muestra fue el análisis de los textos turísticos de español al inglés que brindan dichas empresas que están destinadas a la promoción de la industria turística y tiene como fin posicionar a la Región La Libertad como un destino turístico a nivel nacional.

### 3.4 Trayectoria metodológica

El ciclo y proceso que seguirá la investigación es el siguiente:



A partir del esquema, el estudio tendrá el siguiente proceso metodológico:

- a) La determinación y focalización del diseño (A)
- b) La determinación y la selección de las técnicas e instrumentos (A)
- c) Las rutas y el tiempo requerido para acceder a los datos (A)
- d) La ubicación y selección de los informantes (A)
- e) El acopio de los datos en el contexto (B)
- f) El proceso y tratamiento de la información recogida (C)
- g) La elaboración del informe (D)

### 3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

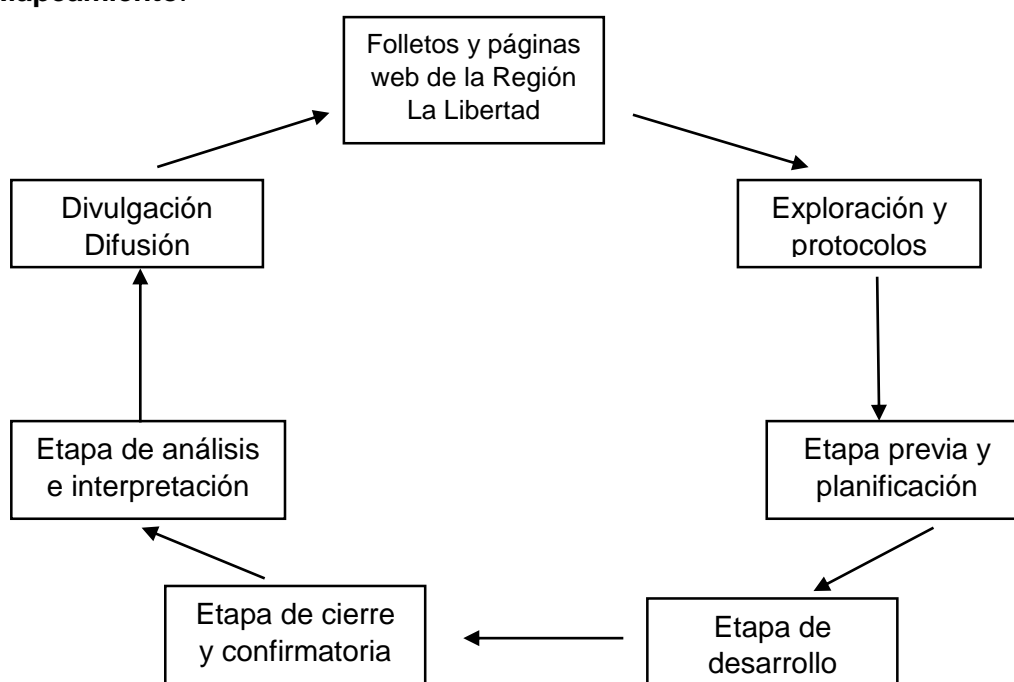
Análisis de datos	Registro de datos
Técnicas	Instrumentos
<p>a. Observación.</p> <p>Técnica que se utilizó para registrar, describir y percibir de manera sistemática la traducción de textos turísticos español- inglés utilizados en la promoción de la industria turística.</p>	<p>a. Guía de observación.</p> <p>De forma regulada y sistemática. Usando instrumentos para la recopilación de los datos o hechos observados, estableciendo de antemano qué aspectos se ha de observar.</p>

### 3.6 Tratamiento de la información:

**Título: La traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad – 2015.**

Para el análisis de la información recogida de campo se utilizó dos técnicas básicas de análisis. El análisis de contenido para identificar y evaluar el nivel de calidad de los textos turísticos y el análisis de dominio para categorizar y codificar la información recogida, según el procedimiento descrito en el punto C etapa estructural del acápite 3.4.

### 3.7 Mapeamiento:



**El proceso de recojo de información, sistematización, y divulgación del estudio se acogió a las siguientes etapas de desarrollo:**

- Folletos y páginas web relacionados al turismo de la Región La Libertad las cuales fueron obtenidas de las diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos.
- **Exploración y protocolos:**  
Revisión bibliográfica de los textos turísticos bilingües, la importancia de la traducción en el ámbito turístico y la calidad de la traducción de los textos turísticos relacionados con la industria turística.
- **Etapas previas y planificación:**
  - a) La determinación y focalización del diseño
  - b) La determinación y la selección de las técnicas e instrumentos
  - c) Las rutas y el tiempo requerido para acceder a los datos
  - d) La ubicación y selección de los informantes
  - e) El acopio de los datos en el contexto
- **Etapas de desarrollo:**  
El proceso y tratamiento de la información recogida fue analizada a través de una guía de observación.
- **Etapas de cierre y confirmatoria:**  
La obtención de resultados que siguieron paso a paso los objetivos planteados después de aplicar la guía de observación a los textos turísticos recolectados de la Región La Libertad.
- **Etapas de análisis e interpretación:**  
Se analizó los resultados obtenidos a través de la guía de observación. Valorando el nivel de calidad de la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la industria turística de la Región La Libertad que nos ayudó a corroborar los resultados con la hipótesis planteada.
- **Divulgación y Difusión:**  
Terminará con la presentación del informe final del proyecto de tesis.

### **3.8 Rigor científico**

- a. Credibilidad. Consistirá en la persistencia y el análisis minucioso de la información para asegurar la veracidad de los datos y la comprensión de los mismos. Se tratará de suspender todo tipo de distorsiones y desinformaciones que puedan involucrarse en la información; es decir, se tendrá en cuenta la opinión del investigador y de los entrevistados.
- b. Audibilidad. Se tendrá en cuenta el entendimiento y comprensión de la información, manteniendo la lógica en cada proceso metodológico de investigación, de tal forma que sea claro y entendible por los lectores o incluso otros investigadores.
- c. Confirmabilidad. Estará referido a la objetividad de la información y consistirá en confirmar los datos reales y naturales a través de la ficha de evaluación y la entrevista persistente sobre la traducción de textos turísticos español-inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

### **3.9 Aspectos éticos**

- 1) Valor o Importancia: Tiene como finalidad ampliar y profundizar el conocimiento relacionado a la traducción de los textos turísticos y la mejora de la promoción de la industria turística dentro de la realidad de la Región La Libertad
- 2) Validez: Abarca el cumplimiento todas las etapas del método de la investigación científica, midiendo lo que pretende medir es decir buscar el nivel de calidad de la traducción de los textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.
- 3) Selección equitativa: Selección de grupos específicos relacionados con la promoción de la industria turística de la Región La Libertad. Siendo que todos los grupos tendrán la misma oportunidad de participar en el estudio.
- 4) Favorable relación riesgo/beneficio: Se valorará de forma detallada la relación riesgo beneficio del estudio sobre el nivel de calidad de la traducción de los textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística en dicha región.
- 5) Evaluación independiente

- 6) Consentimiento informado: Se informará sobre la finalidad, características del estudio, el tipo de estudio, procedimientos, riesgos, beneficios y alternativas a la investigación concernientes a calidad de la traducción de los textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística en dicha región.
- 7) Respeto por los participantes: se tendrá en cuenta privacidad y reglas de confidencialidad, así como se protegerá la identidad de los individuos entrevistados y de las empresas prestadoras de servicios turísticos de la Región La Libertad que participan en el estudio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

#### MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA GUÍA DE OBSERVACIÓN

Indicadores	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno
<b>Fidelidad</b>	El mensaje del texto no se transmite de manera clara y precisa y se aparta del texto de origen.	El mensaje del texto introduce u omite elementos que lo apartan del texto de origen afectando la claridad y la precisión de la traducción.	El mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.	El mensaje del texto se transmite de manera clara y precisa.
<b>Gramática</b>	La traducción presenta errores gramaticales graves que dificultan la comprensión y exigen una continua relectura.	La traducción presenta algunos errores gramaticales que afectan a la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto.	La traducción puede presentar algunos errores gramaticales pero son de escasa entidad y no afectan a la comprensión del escrito.	La traducción no presenta errores gramaticales significativos (si aparecen son errores mínimos motivados por la aparición de contenidos que superan el nivel exigido).
<b>Terminología</b>	No se ha seleccionado el léxico que convenía y el uso idiomático no corresponde con la intención ni con el sentido del texto original.	El léxico seleccionado es grosso modo apropiados.	El léxico elegido es apropiado en todo el texto, aunque a veces hubiera sido posible encontrar una versión que cause mejor impacto en el lector.	El léxico elegido es correcto en todo el texto y causan un buen efecto en el lector.
<b>Coherencia y Fluidez</b>	La estructura de las oraciones no es adecuada y presenta incoherencias.	La estructura de las oraciones es adecuada, si bien en algunos casos se detectan ciertas incoherencias.	La traducción está bien organizada, con buena estructuración de las frases y coherencia global.	La estructura, la cohesión y la organización del discurso se adaptan perfectamente a los usos de la lengua meta.
<b>Identidad Cultural</b>	Se crean malentendidos culturales en el texto de llegada con relación al texto origen.	La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada creando malentendidos culturales.	La información del texto origen se transmite de manera adecuada al texto de llegada.	La información del texto origen se transmite con éxito al texto de llegada, sin crear malentendidos culturales.
<b>Impacto Publicitario</b>	El texto traducido no causa un impacto visual exitoso en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.	El texto traducido causa un impacto positivo leve en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.	El texto traducido causa un impacto visual convincente en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.	El texto traducido causa un impacto visual exitoso en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.

## SÍNTESIS DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA FICHA DE OBSERVACIÓN

DIMENSIONES						
NOMBRE DE LOS FOLLETOS	FIDELIDAD	GRAMÁTICA	TERMINOLOGÍA	COHERENCIA Y FLUIDEZ	IDENTIDAD CULTURAL	IMPACTO PUBLICITARIO
BIENVENIDOS A HUAMACHUCO	REGULAR	REGULAR	BUENA	REGULAR	REGULAR	BUENO
HUACA DE LA LUNA	DEFICIENTE	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	DEFICIENTE	BUENO
HOTEL LIBERTADOR TRUJILLO	BUENA	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
MAPA TURÍSTICO DE TRUJILLO	BUENA	REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENO
NORTH PERU TOURS	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	DEFICIENTE
MILLA TURISMO	DEFICIENTE	DEFICIENTE	BUENA	DEFICIENTE	DEFICIENTE	DEFICIENTE
GO2PERU	BUENA	REGULAR	BUENA	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR
PERU TOURISM BUREAU - LAND OF THE INCAS AND MUCH, MUCH MORE	REGULAR	REGULAR	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR	REGULAR
MICHELIN VIAJES	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE	DEFICIENTE	REGULAR	REGULAR



## Análisis del texto 01: BIENVENIDOS A HUAMACHUCO

### BIENVENIDOS A HUAMACHUCO

#### La Muy Ilustre y Fiel Ciudad, Tierra Clásica de Patriotas;

Denominada así por su valioso aporte y activa participación en la independencia del Perú. Esta tierra cuna de grandes hombres como el Padre de la República José Faustino Sánchez Carrión, fue el centro de una gran cultura, Huamachuco, la misma que se extendió en toda la sierra de la región La Libertad y parte de Cajamarca, prueba de esto son los vestigios arqueológicos encontrados en toda la zona.

Con una activa participación en todas las etapas de la historia del Perú, esta tierra llena de tradición y riqueza cultural es una capital de provincia más importante de la sierra liberteña.

Huamachuco, capital de la provincia Sánchez Carrión, se encuentra ubicada en el corazón de la Región La Libertad a 180km. de Trujillo y a 3,169 msnm.

### WELCOME TO HUAMACHUCO

#### Huamachuco: The Glorious and Faithful City, Land of Patriotism;

Named for its active role in the Independence of Peru, this land of José Faustino Sánchez Carrión, Father of the Republic, is a center of grand influence. Huamachuco, reaching through the mountains range of La Libertad, is a heart of rich culture and archeological traces.

This region, filled with tradition and vibrant culture, is the capital of the province Sanchez Carrión, which serves as a center for the majority of operations in the mountains of La Libertad and 180 km from Trujillo and at 3169 m above sea level.

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *WELCOME TO HUAMACHUCO*, se tomó una pequeña muestra que permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad**. Dando como resultado regular debido a que el párrafo analizado se aparta del original sintetizando varias ideas en la que se explyaya el español en el lo cual no permite que la traducción en la lengua de llegada sea clara y precisa. Un ejemplo de ello se da cuando describe en el primer párrafo: “Denominada así por su “**valioso aporte**” y activa participación en la independencia del Perú”, dicha frase fue omitida en el texto de llegada, lo cual causa una mal información y distorsión del texto,

## Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto que varían. Ejemplo de ello tenemos la frase “**Huamachuco: The Glorious and Faithful City, Land of Patriotism;**”, donde en el texto de llegada se agregó la palabra *Huamachuco* sin embargo en el texto original esta palabra no se encuentra presente. Una propuesta de traducción de dicha frase sería: “**A glorious and faithful city, the traditional cradle of patriots**”. Cabe mencionar que se ha cambiado “tierra clásica de patriotas” por “land of patriotism”.

## Terminología

El léxico es apropiado en todo el texto.

## Coherencia y Fluidez

La estructura de las oraciones es adecuada sin embargo no se utiliza muchos conectores para unir dos o más oraciones. Además, los tres párrafos en español se convirtieron en 2 en inglés debido a que muchas frases en español fueron omitidas al momento de traducir, lo cual al sintetizar el mensaje rebuscado del español con una versión más simplificada mejora la trasmisión de la cultural del original.

## Identidad Cultural

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada, ya que se omitió palabras de valor.

## Impacto Publicitario

El impacto publicitario que causa el texto traducido es impacto visual exitoso, cosa que no se hubiera logrado si se hubiera hecho una traducción literal con los rebuscamientos del español que no reflejan la mentalidad del turista de habla inglesa.

## Análisis del texto 02: HUACA DE LA LUNA

### La ciudad sagrada

Esta antigua ciudad fue capital y centro de poder del pueblo moche, fue escenario de peregrinaciones de los habitantes de la costa y de la sierra norteña, espacio sagrado de comunicación con los dioses. Su imponente arquitectura está decorada con murales policromos, muchos de ellos únicos en su género que nos transportan al mundo de los moches de sus divinidades, de sus combates, de sus sacrificios... En la Huaca de la Luna se puede observar representaciones bien conservadas de mitos, diversas versiones del dios de la montaña, animales con objetos humanizados entre otros.

### The Sacred City

This ancient city was the capital and center of power of the Moche. It was the site of pilgrimages made by the people of the coast and of the northern mountains, sacred space of communication with the gods. Its impressive architecture is decorated with polychrome murals, many of them one of a kind that transport us to the world of the Moche, of their deities, of the battles, of their sacrifices...

In the Pyramid of the Moon one can see well – preserved representations of myths, various versions of the God of the Mountains, and animals with humanized objects, among other items.

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *THE PYRAMID OF THE MOON* se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar que el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** es bueno, debido a que el mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión. El mensaje del texto se asemeja al texto origen.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Ejemplo de ellos tenemos: **Its impressive architecture is decorated with polychrome murals, many of them one of a kind, that transport us to the world of the Moche, of their deities, of the battles, of their sacrifices ...**

**In the Pyramid of the Moon one can see well–preserved representations of myths, various versions of the God of the Mountains, and animals with humanized objects, among other items.** Donde utilizan **one of a kind** para traducir **únicos en su género** donde **one of a kind** es un **lexical chunk** que reemplaza perfectamente a algo

único. Sin embargo en la frase: **sacred space** se debió anteponer el artículo “**a**” que en español se puede omitir.

### **Terminología**

El léxico es deficiente debido a que no se ha seleccionado el vocabulario, la terminología ni el léxico que convenían. Ejemplo de ello tenemos: “**The Pyramid of the Moon**” para la traducción de “**Huaca de la Luna**”. Sin embargo a mi parecer el término Huaca de la Luna es considerado como nombre propio no debería traducirse o se debería poner ambas frases. También cuando se refiere a las siglas **a.C. y d.C.** en español se siguen utilizando las mismas siglas que en el idioma inglés deberían cambiar por “**B.C. y A.D.**”. Esto demuestra que no se empleó la terminología que corresponde. Dicha información se encuentra en la cara exterior del folleto.

### **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones es adecuada. Cabe mencionar el acertado cambio de puntuación en **the Moche. It was the Moche** en el texto de llegada.

### **Identidad Cultural**

Se crean malentendidos culturales en el texto de llegada con relación al texto de origen.

### **Impacto Publicitario**

El texto traducido causa un impacto visual exitoso en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.

## Análisis del texto 03: HOTEL LIBERTADOR TRUJILLO

### HISTORIA QUE CONTAR

Visite el norte de Perú no sólo para disfrutar de las lindas playas, sino para conocer la cultura e historia de la zona. Tikariy lo sorprenderá con distintas actividades, como llevarlo a **visitar** la zona arqueológica de la Señora de Cao, **disfrutar** de un almuerzo o cena en un lugar especial o **aprender** la magia de los artesanos de caballos de totora (canoas ancestrales que aún usan los pescadores de la zona).

### STORIES TO TELL

Travel to the North of Peru not only to enjoy the beaches but also to discover the culture and history of the zone. Tikariy will surprise you with different activities, such as the archeological zone of "Señora de Cao", lunch and dinner in exclusive places or a day with the craftsmen of horses of totora (ancestral canoes that still use some fishermen of the zone) to learn their magic.

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *HOTEL LIBERTADOR TRUJILLO*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador dando como resultado que es buena la fidelidad debido a que el mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto que varían en el orden de la frase ya que en inglés el sujeto debe ir antes del verbo. Ejemplo de ello tenemos la frase: ***ancestral canoes that still use some fishermen of the zone*** donde el sujeto ***some fishermen of the zone*** deber ir antes del verbo en inglés ***still use***.

## **Terminología**

El léxico es a grosso modo apropiado. Por ejemplo, se empleó la expresión “**Horses of Totorá**” para la traducción literal de “**Caballos de Totorá**”; la frase “Caballos de Totorá” es un nombre propio que no debería ser traducido. Para que pueda entenderse en la lengua de llegada, se utilizaría entre paréntesis **Reed Horses** al costado de la frase original.

## **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones es adecuada sin embargo no se utiliza muchos conectores para unir dos o más oraciones. En español se hace un listado de las diferentes actividades anteponiendo la frase “llevarlo a + infinitivo”. En inglés se simplifica el listado describiendo directamente la actividad sin utilizar verbo alguno.

## **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada. Cabe resaltar que sería importante añadir una glosa explicando que los Caballitos de Totorá son **reed canoes** para que el lector entienda.

## **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido es convincente en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es buena. Esto hace que el turista se sienta cómodo con el lenguaje de llegada acerca de la Región La Libertad.

## Análisis del texto 04: MAPA TURÍSTICO DE TRUJILLO

### Circuito Aia Paec

En la campiña de Moche se puede **apreciar** los talleres artesanales, **disfrutar** de su gastronomía, **visitar** el Museo de Huacas de Moche y el complejo arqueológico de Huacas del Sol y la Luna. Este circuito nos muestra así tanto el pasado como el presente de la cultura Moche, donde las tradiciones se mantienen casi intactas y el barro se eleva junto a los ánimos de sus visitantes.

### Aia Paec Tour

In the countryside of Moche, you can **appreciate** the craft workshops: **enjoy** its gastronomy **visiting** the Huacas de Moche Museum and the Archaeological Complex of the Huacas del Sol y la Luna. This tour shows us both the past and the present of the Moche culture where traditions are kept intact and **mud rises next to the feelings of their visitors.**

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *TOURIST MAP OF TRUJILLO*, se tomó una pequeña muestra que me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado que es buena debido a que el mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto. Existe un error de **parallel structure** que consiste en utilizar el mismo patrón de las palabras para demostrar que dos o más ideas tienen la misma estructura gramatical. Esto puede ocurrir en la palabra, frase, o el nivel de cláusula. La forma habitual de unirse a estructuras paralelas es con el uso de las conjunciones de coordinación tales como "y" u "o", dicho ejemplo se encuentra en las palabras resaltadas con celeste. En el español se usan tres infinitivos: apreciar, disfrutar y visitar que son las 3 actividades que se pueden realizar en la campiña de Moche. En cambio, en inglés no sólo hay 2 infinitivos y un gerundio, sino que se cambia la puntuación afectando así el significado de la frase. Después de los dos puntos se espera

una descripción de los talleres artesanales, sin embargo, se habla de disfrutar de la gastronomía visitando las huacas.

### **Terminología**

El léxico es a grosso modo apropiado sin embargo **gastronomy** es un término poco usual en inglés, cuando lo normal es decir **traditional cuisine**.

### **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones es adecuada sin embargo la frase resaltada de color verde en el párrafo analizado es una traducción literal que no se entiende en el idioma inglés. Para mantener el sentido poético del original debería decir “ **the mud rises as the visitors’ mood is elated**”.

### **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada.

### **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido es convincente en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es buena. Lo cual hace que el turista se sienta cómodo con el lenguaje de llegada acerca de la Región La Libertad.



## Análisis de la página web 05: NORTH PERU TOURS

### Huacas del Sol y la Luna

Construida por los Moches (100 D.C.-700 D.C.). La Huaca del Sol es la construcción de adobe más grande Perú y su vecina Huaca de la Luna era el centro ceremonia. Está decorada con **pintura muralla** que muestran sus principales divinidades. Cada mes se abren nuevos espacios y su muralla frontal es la pared decorada más decorada en Perú. Cuenta con un excelente museo de sitio.

### Huacas del Sol y la Luna

Las huacas del Sol y la Luna (graves of the sun and the moon) are gigantic graves/temples/ tombs of the Moche culture (100-700 AC).

**These** archeological **sites** also used to be a very religious place where the Moche made sacrifices to please their Gods and especially to Ai-Paec, also known as the “el Degollador” (the executioner).

### Fidelidad

Después de analizar la página web *NORTH PERU TOURS*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado deficiente debido a que el párrafo analizado no transmite el mensaje de manera clara y precisa. Un ejemplo de ello se da cuando en el texto origen dice: **“La Huaca del Sol es la construcción de adobe más grande Perú”** dicha frase fue omitida en el texto de llegada, lo cual causa una mal información y distorsión del texto. En todo el texto se ha omitido la traducción de mucha información importante como **“está decorada con pintura mural que muestra sus principales divinidades”**; y en otros casos se ha añadido información extra en el inglés que no aparece en el español, como: **“especially to Ai-Paec, also known as the “el Degollador” (the executioner)”**.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue deficiente debido a que presenta errores gramaticales graves que dificultan la comprensión y exigen una continua relectura de partes concretas del texto que varían en el orden de los adjetivos en relación con el sustantivo, uso de

abreviaciones y la omisión del sujeto en algunos casos. Ejemplo de ello tenemos la palabra **Gods** que se encuentra con mayúscula y **The Executioner** con minúscula.

### **Terminología**

El léxico es deficiente debido a que no se ha seleccionado el vocabulario, la terminología ni el léxico que convenían. Ejemplo de ello tenemos: las siglas **a.C. y d.C.** en español se siguen utilizando las mismas siglas las cuales cambian en el idioma inglés por **B.C. y A.D.**, lo cual demuestra que no se empleó la terminología que corresponde.

### **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones no es adecuada y no se utilizan conectores para unir dos o más oraciones.

### **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada, omitiendo palabras de valor importancia empleando una terminología incorrecta.

### **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido no causa un impacto visual exitoso en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es deficiente. Lo cual hace que el turista no se sienta cómodo con el lenguaje de llegada además hay una mal información con respecto al texto de origen.

## Análisis de la página web 06: MILLA TURISMO

### Trujillo, La Libertad – Destinos del Perú

Es considerada la capital de la eterna primavera, se ubica al norte del Perú, próxima a las costas del océano pacífico, fue fundada por Miguel de Estete en 1534, y fue bien fortificada para evitar el ataque de los Piratas.

Hoy es la tercera ciudad más poblada del Perú, importante productor de caña de azúcar, arroz, además es centro de distribución de mercancía textil y alimentaria.

Famosa por su gastronomía, belleza de sus edificios coloniales, su elegante Marinera, hermosos balnearios, y caballitos de Totorá.

### Trujillo, La Libertad – Destinies of Perú

It is located **northwestern** Peru, **is** the capital of the La Libertad Region, and the third largest city in Peru, located on the banks of the Moche River, near the Pacific Ocean.

This city is known as (The City of Eternal Spring), because of its sunny and pleasant weather year-round. The International Spring Festival in early October attracts visitors from all over Peru and the world.

Tourism is a major industry in Trujillo due to the city's proximity to important sites where the Moche and Chimu civilizations **evolved**. These civilizations had highly skilled artisans, and many of their artifacts having been found during archaeological digs in the city.

### Fidelidad

Después de analizar la página web *MILLA TURISMO*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado deficiente debido a que el párrafo analizado se aparta sustancialmente del mensaje original. Un ejemplo claro cuando en el texto de origen: **“Famosa por su gastronomía, belleza de sus edificios coloniales, su elegante Marinera, hermosos balnearios, y caballitos de Totorá”**, se omite toda esta información, así como el dato del fundador, los piratas, los productos, etc. Por otro lado, se agrega información que no aparece en el original, como lo referente a la Ciudad de la Eterna Primavera, el Festival de la Primavera, etc.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión. Ejemplo de ello tenemos la frase: **“It is located northwestern Peru”** que, para que sea gramaticalmente correcta, debería decir **“It is located northwest of Peru”** y para unir dicha frase con la siguiente se agrega **and** como conector y después el sujeto **it**.

## **Terminología**

El léxico es a grosso modo apropiado sin embargo se empleó para la traducción de “**destinos**” el término “**destinies**”, es una palabra incorrecta utilizada en dicho contexto, y lo más indicado sería “**destinations**”. También está la palabra **evolved** la cual debe ser reemplazada por **developed**.

## **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones no es adecuada y no se utilizan conectores para unir dos o más oraciones.

## **Identidad Cultural**

Se crean malentendidos lingüísticos y culturales en el texto de llegada con relación al texto de origen debido a que se omitió palabras de gran importancia y no se empleó la terminología referente al área de turismo.

## **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido causa un impacto visual convincente en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico. Debido a que está ampliando mucho la información del original, lo que favorece al turista.

## Análisis de la página web 07: GO2PERU

### Turismo en Trujillo

Trujillo también es afamada por sus tradicionales celebraciones del Concurso Nacional de la Marinera, el Festival Internacional de la Primavera, Concurso de Caballos de Paso Peruano, exhibición y concursos de caballitos de totora, Bienal de Arte Contemporáneo y Festival Internacional de Ballet, por lo que también es llamada la "Capital Cultural del Perú".

### About Trujillo City

Trujillo is known as the "City of Eternal Spring". Is also **famed by** the traditional celebrations of the National Contest of **Marinera** (Festival de la Marinera), the International Festival of Spring, competition of Peruvian Paso Horse, exhibition of "Caballitos de Totorá", Biannual of Contemporary Art and International Festival of Ballet, for what is also called the "Cultural Capital of Peru".

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *GO2PERU*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado buena debido a que el mensaje del texto sólo presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión. Ejemplo de ellos tenemos: **Is also famed by the traditional celebrations of the National Contest of Marinera**, en esta oración se omitió el sujeto "It" delante de "is". También la traducción literal para **famed by** sería **famous for**.

## **Terminología**

El léxico es apropiado en todo el texto, aunque a veces hubiera sido mejor encontrar una versión más conveniente para algún elemento de la traducción. En la frase **Peruvian Paso Horse**, es un término apropiadamente usado para una mejor comprensión del contexto cultural.

## **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones no es adecuada y no se utilizan conectores para unir dos o más oraciones. La oración traducida es muy larga, lo cual no es muy común en inglés y es preferible que se divida en dos.

## **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada, ya que se omitió palabras de valor importancia y no se empleó la terminología referente al área de turismo. Se deberían explicar los términos como **marinera, festival de la primavera, caballos de paso, etc.** para que el turista pueda comprender mejor el aspecto cultural del destino turístico que visitará para que el turista no se sienta desorientado con la información que le brindan.

## **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido es leve en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es regular. Lo cual hace que el turista no se sienta cómodo con el lenguaje de llegada además hay una mala información con respecto al texto de origen.

## Análisis de la página web 08: PERU TOURISM BUREAU - LAND OF THE INCAS AND MUCH, MUCH MORE

### TRUJILLO

Fue fundada en 1534, como una de las principales ciudades del virreinato. **El centro histórico** traduce esta importancia en sus edificios. La Catedral, el monasterio El Carmen, las iglesias y las casonas conforman un conjunto arquitectónico que **resume** la belleza y la armonía de la ciudad.

En las afueras de la ciudad se puede contemplar otra arquitectura: la arquitectura prehispánica que surge en medio del verdor de los campos o de las arenas. La ciudad de Chan Chan, el complejo arqueológico El Brujo y las huacas del Sol, la Luna y el Dragón, entre otras, son muestras de las **refinadas** culturas norteñas.

### TRUJILLO

Trujillo was founded in 1534 as one of the main cities in the vice-regency -The **old quarter** features many fine **colonial** buildings such as the Cathedral, the El Carmen monastery and churches and mansions which **symbolize** the beauty and architectural harmony of the city.

Visitors can take in an older style of architecture on the city's outskirts, where the remains of a pre-Hispanic civilization still rear above the green fields and desert sands. The Chan Chan citadel, the El Brujo complex and the temples of the Sun, the Moon and the Dragon, amongst others, are evidence of **highly advanced** northern civilizations.

### Fidelidad

Después de analizar la página web *PERU TOURISM BUREAU - LAND OF THE INCAS AND MUCH, MUCH MORE*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado regular debido a que el párrafo analizado muestra cierta interferencia en el mensaje lo cual no permite que la traducción en la lengua de llegada sea clara y precisa. Ejemplo de ello se da en la traducción de centro histórico por **old quarter** donde sería mejor la traducción literal: **historical city center**.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto. Un ejemplo de ello se da en el

párrafo: **“Visitors can take in an older style of architecture on the city`s outskirts, where the remains of a pre-Hispanic civilization still rear above the green fields and desert sands”**. En este párrafo se emplea el impersonal con **“se”** que no existe en el inglés y, por lo tanto, se añade el sujeto **“visitors”**.

### **Terminología**

El léxico es deficiente debido a que no se ha seleccionado el vocabulario, la terminología ni el léxico que convenían. Un claro ejemplo de ello tenemos las palabras **centro histórico y resume** en el TO que al ser traducidas al TM se empleó **old quarter y symbolize**, empleando un vocabulario incorrecto. Se propone para dichas palabras la siguiente traducción: **historical city center y sum up**, respectivamente.

### **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones es adecuada sin embargo no se utiliza muchos conectores para unir dos o más oraciones.

### **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada, ya que se omitió palabras de valor importancia y no se empleó la terminología referente al área de turismo.

### **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido es leve en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es regular. Lo cual hace que el turista no se sienta cómodo con el lenguaje de llegada además hay una mal información con respecto al texto de origen.



## Análisis de la página web 09: MICHELIN VIAJES

### Plaza de Armas

La Plaza de Armas encanta al visitante por su **amplitud**, por la armonía de sus colores y las líneas de su fachada. De los edificios que la rodean, destaca la Casa Urquiaga, **amplia** residencia colonial de estilo neoclásico donde vivió Simón Bolívar. La Catedral (s. VII), de **brillante** color ocre amarillento, está abundantemente decorada con estucos y molduras blancas. En el centro de la plaza, el monumento erigido en honor de los libertadores está formado por una columna, en cuya cima un genio de la Libertad sostiene una antorcha alegórica.

### Plaza de Armas

**The Plaza de Armas** paints a beautiful picture by its **scope**, harmonious colours and the charming lines of its facades. Among the surrounding buildings, look out for the Casa Urquiaga, an **immense Neoclassical colonial style** where Simón Bolivar lived. The **flamboyant** ochre yellow 17th C cathedral is lavishly decorated with stucco and white mouldings. In the centre of the square, the monument put up in tribute to the libertadores depicts a symbol of Freedom holding an allegorical torch.

### Fidelidad

Después de analizar el folleto turístico *MICHELIN VIAJES*, se tomó una pequeña muestra la cual me permitió determinar el nivel de calidad con respecto al indicador de **fidelidad** dando como resultado buena debido a que el mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.

### Gramática

La corrección gramatical es otro aspecto importante que determina si un texto funciona como texto independiente en la lengua y cultura meta. Es por ello que el resultado en esta categoría fue regular debido a que presenta errores que afectan la comprensión. Un ejemplo de ello: “**look out for the Casa Urquiaga, an immense Neoclassical colonial style where Simón Bolivar lived**”, en esta oración hay dos cambios muy importantes: **look out** es imperativo y en el original se usa el impersonal **destaca**. Por otro lado, **an immense Neoclassical colonial style** todos son adjetivos y falta el sustantivo **residence**.

### **Terminología**

El léxico es deficiente debido a que no se ha seleccionado el vocabulario, la terminología ni el léxico que convenían. Un claro ejemplo de ello tenemos las palabras **amplitud, amplia y brillante** en el TO que al ser traducidas al TM se empleó **scope, immense y flamboyant**, empleando un vocabulario incorrecto. Se propone para dichas palabras la siguiente traducción: **extent, large y bright**.

### **Coherencia y Fluidez**

La estructura de las oraciones no es adecuada y no se utilizan conectores para unir dos o más oraciones.

### **Identidad Cultural**

La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada, ya que se omitió palabras de valor importancia y no se empleó la terminología referente al área de turismo.

### **Impacto Publicitario**

El impacto publicitario que causa el texto traducido es leve en el turista ya que según los demás criterios de evaluación la calidad de dicho texto es regular. Lo cual hace que el turista no se sienta cómodo con el lenguaje de llegada además hay una mala información con respecto al texto de origen.

## V. DISCUSIÓN

### 5.1 Aproximación al objeto de estudio

La investigación sobre la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad, permitió lo siguiente:

Aplicar la guía de observación para analizar la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística en dicha Región tal como fue el objetivo general del estudio. En razón a ello, se determinó el nivel de calidad de dichas traducciones de acuerdo a los resultados obtenidos basándose en los criterios que nos permitieron evaluar dicha calidad: Fidelidad, Gramática, Terminología, Coherencia y Fluidez, Identidad Cultural e Impacto Publicitario.

- En cuanto a la fidelidad, se obtuvo que los textos turísticos analizados se encontraron con un nivel de calidad deficiente debido a que los textos metas no son fieles a los textos originales porque el mensaje del texto presenta interferencia afectando la claridad y la precisión de la traducción.

-Respecto a la gramática, el nivel de calidad de los textos turísticos es regular porque tiene una escasa coherencia gramatical debido a que varios textos no utilizan los géneros gramaticales de manera adecuada y el orden de las oraciones no cuenta con una correcta sintaxis.

-Al analizar la terminología, el nivel de calidad es deficiente debido a que los términos empleados en dichos textos no guardan relación con la terminología que se emplea en el rubro turístico. Por ejemplo: **churches, mansions, liberator, etc.**

-La coherencia y fluidez, tiene un nivel de calidad regular porque en el momento de la lectura algunos textos pueden comprenderse de manera clara debido a que la estructura de las oraciones son adecuadas sin embargo se detectan ciertas incoherencias que no permiten que el mensaje se transmita de manera clara.

-Si hablamos de la identidad cultural, el nivel de calidad es regular debido a que la información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada creando malentendidos culturales.

-Finalmente, el impacto publicitario cuenta con un nivel de calidad regular debido a que la información de TO no se transmite de manera adecuada lo cual crea malentendidos lingüísticos y culturales.

Cabe mencionar que no existe un trabajo que se haya realizado con anterioridad sobre el análisis de los textos turísticos utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. La industria turística en la Región La Libertad cuenta con empresas prestadoras de servicios que elaboran su propio material turístico sin embargo la traducción de dicho material no es idóneo.
2. Se llegó a analizar e identificar el nivel de calidad de los textos turísticos del español al inglés utilizados en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad al emplear la guía de observación que coteja todos los criterios ya mencionados con anterioridad.
3. Se concluyó que el nivel de calidad no es deficiente como se había planteado en la hipótesis sino que el nivel de calidad de la traducción de los textos turísticos del español al inglés utilizado en la promoción de la industria turística de la Región La Libertad es regular de manera general.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Que el material turístico elaborado por las empresas prestadoras de servicios turísticos pase por la revisión de especialistas en traducción.
- Que se tenga en cuenta, el contratar a traductores especializados en el rubro turístico o con conocimientos de turismo para que puedan realizar la labor de traducción de dichos textos.
- Que cada cierto tiempo las empresas corroboren la información que le brindan a los turistas, ya sea de manera impresa o en sus páginas web debido a que mal informan y distorsionan la imagen de la región La Libertad.
- Que el Estado le dé más énfasis a la promoción de la industria turística de la Región y la Libertad y exijan a las empresas que brindan servicios turísticos contar con un nivel de calidad adecuado para que el turista se sienta como en casa.
- Que para posteriores traducciones se tenga en cuenta los criterios utilizados en este trabajo: Fidelidad, Gramática, Terminología, Coherencia y fluidez, Identidad Cultural e Impacto Publicitario.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agost, C. (2008) .TESINA. *La traducción de textos turísticos*. Universidad de Utrecht.
- Brekke, T. (2004). TESINA. *La traducción de textos turísticos*. Universidad de Utrecht.
- Calvi, M. (2010). *Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación*. Universidad de Milano.
- Castillo, A. C. (2014).*La importancia de la calidad turística*. Recuperado de <http://elesteliano.com/revista/nov2005/turismo.htm>
- Durán, I. (2012). *Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones*. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicada*, 7, 103- 113.
- Federici, F. (2007). TESINA. *La traducción de textos turísticos*. Universidad de Utrecht.
- Flores, R. D. (2011) .*Delimitación de la empresa turística desde diferentes enfoques de análisis de la economía del turismo*. Universidad de Huelva.
- Fuentes, L. (2009) .TESINA. *La traducción de textos turísticos*. Universidad de Utrecht.
- González P. (2012). *Análisis Descriptivo De La Traducción De Culturemas En El Texto Turístico*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Municipalidad Provincial de Trujillo. (2014). Consultado 15-06-15 en <http://www.munitrujillo.gob.pe/portal/gerencia>
- Nobs, M. (2003). *Expectativas y Evaluación en la Traducción de Textos Turísticos: Estudio Empírico con usuarios reales*. Universidad de Granada.
- Palomino, R.F. (2012).*La importancia de la calidad en el servicio turístico y la profesionalización de los servicios*. Recuperado de <http://blogs.unitec.mx/carreras-2/turismo/calidad-servicioturistico.html>
- Pertón, N. (2010) .TESINA. *La traducción de textos turísticos*. Universidad de Utrecht.
- Salcedo, J. (2014). *La importancia de la “industria sin chimenea”* Recuperado de <http://elesteliano.com/revista/nov2005/turismo.htm>
- Santurión, M. (2015) *La importancia de la calidad turística*. Recuperado de <http://www.minutog.com/columnas/49-la-importancia-de-la-calidad-turistica.html>

ANEXOS

# Bienvenidos a Huamachuco

Plaza Mayor / Huamachuco



## La Muy Ilustre y Fiel Ciudad, Tierra Clásica de Patriotas;

Denominada así por su valioso aporte y activa participación en la independencia del Perú. Esta tierra cuna de grandes hombres como el Padre de la República, **José Faustino Sánchez Carrión**, fue el centro de una gran cultura. **Huamachuco**, la misma que se extendió en toda la sierra de la región La Libertad y parte de Cajamarca, prueba de esto son los vestigios arqueológicos encontrados en toda la zona.

Con una activa participación en toda las etapas de la historia del Perú, esta tierra llena de tradición y riqueza cultural es una capital de provincia más importante de la sierra liberteña. Huamachuco, capital de la provincia Sánchez Carrión, se encuentra ubicada en el corazón de la región La Libertad a 180 km. de Trujillo y a 3,169 msnm.

## Historia

Esta tierra llena de patriotismo tuvo una participación activa en la historia del Perú, principalmente en la independencia. En Huamachuco, también se llevó a cabo la última batalla de la guerra con Chile, donde ofrendó su vida el héroe, Coronel Leoncio Prado.



Campanario Colonial

## Arqueología

Marcahuamachuco, uno de los complejos arqueológicos más importantes del norte del Perú, Wiracochapampa, Cerro Amaru, entre otros; son una muestra palpable de la gran riqueza arqueológica de este pueblo.



Las Torres / Marcahuamachuco

## Naturaleza

Entre lagunas, cascadas, aguas termales, variedad de flora y fauna; Huamachuco es un pueblo con abundante recursos naturales ideal para aquellos que les gusta escapar de la rutina de las grandes ciudades.



Laguna Saasacocha

## Tradición

Huamachuco tiene muchas tradiciones que se conservan, algunas desde la época pre-inca, prueba de ello tenemos: la majestuosa Parada del Gallardeo, única en el mundo; sus fiestas costumbristas; entre otras, que hacen de Huamachuco un pueblo rico en folclor.



Danzas Huamachuquinas

## Danzas

Poseedora de una gran variedad de danzas, destacando: Los Incas, Contradanza, Emplumados, Turcos, Huanquillos y demás; las cuales colocan a Huamachuco dentro de las pocas zonas en el Perú con una gran diversidad de danzas folclóricas.



Danza Los Incas

## Gastronomía

El Perú es uno de los países con mayor riqueza gastronómica en el mundo; Huamachuco no es ajeno a esta riqueza ya que también tiene una gran variedad de platos a base de cuy, trucha y otros alimentos.



Relleno de cuy con quinua



## MAPA DE LA CIUDAD DE HUAMACHUCO

1. Plaza Mayor	7. Museo Municipal y Sub Gerencia de Turismo	12. Manantial Agua de los Pajaritos
2. Municipalidad	8. Plazuela Tauricuxi	13. Coto Taurino
3. Catedral	9. Gobernación	14. Casa de Arcos
4. Campanario	10. Mercado Central	15. Casa del Prócer de la Independencia J. F. Sánchez Carrión.
5. Capilla San José	11. Obelisco de los Heroes	





Dentro de la ciudad de Huamachuco, usted puede visitar lugares como:

**La Catedral**, una de las iglesias más modernas de esta parte del Perú.

**Plaza Mayor**, aquí hay pintorescas figuras hechas en el ciprés que rodea a los jardines que adornan y en su centro una pileta hecha en piedra, que tiene más de un siglo de antigüedad.

**El Campanario**, antigua construcción que alguna vez formó parte del convento de los Padres Agustinos, quienes llegaron a este pueblo en la colonia. Este campanario está lleno de historia.

**Capilla San José**, construcción que data de la época colonial, es una de las más antiguas de la región La Libertad. Esta capilla se erige un ushno inca.

**El Obelisco**, dedicado a los héroes que ofrendaron su vida en la famosa e infuista Batalla de Huamachuco, en la guerra con Chile. Este monumento se encuentra ubicado en la zona conocida como Purumpampa.

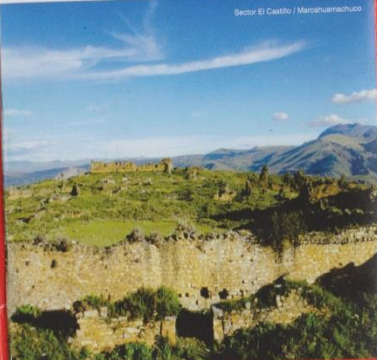
**La Casa de Arcos**, esta casa es famosa por que fue aquí donde se hospedó el ejército de Simón Bolívar a su paso por esta tierra, en la época de la independencia.

**Museo Municipal**, aquí se tienen muestras de cerámica de la cultura Huamachuco y de otras culturas, así como también hay dos momias que pertenecen a la época de ocupación inca en esta zona.

**Agua de los Pajaritos**, fuente natural de agua mineral que según los lugareños, cura males estomacales, estre otros. Se dice también que aquel foráneo que bebe de sus aguas, se queda en estas tierras.

Disfrute de este hermoso pueblo andino.

- Vista ropa ligera y abrigada; sombrero o gorro y calzado cómodo, para caminatas.
- Recuerde siempre usar bloqueador.
- Tener en cuenta que en los andes podemos sufrir de males de altura, así que debe tomar las debidas precauciones.



Castro El Castillo / Marchohuamachuco

Si desea más información sobre Huamachuco y sus recursos turísticos, visítenos o contáctenos.



Jirón Sucre 165  
Plazuela Tauricuxi - Huamachuco  
Teléfono: (044) 44-0048



www.munihuamachuco.gob.pe



Fuente en la Plaza Mayor

## Welcome to Huamachuco

The Main Plaza/Huamachuco



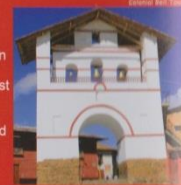
### huamachuco: The Glorious and Faithful City, Land of Patriotism;

...ed for its active role in the Independence of Peru, this land of **José Faustino Sánchez Carrión**, Father of the public, is a center of grand influence. **Huamachuco**, ching through the mountain range of La Libertad, is a en heart of rich culture and archaeological traces.

This region, filled with tradition and vibrant culture, is the capital of the province Sánchez Carrión, which serves as a center for the majority of operations in the mountains of La Libertad. Huamachuco is located in the heart of La Libertad and 180 km from Trujillo and at 3169 m above sea level.

### History

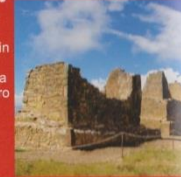
This patriotic land played a key role in the history of Peru, especially in its Independence. Huamachuco hosted the last battle of the Chilean War, where their hero, Colonel Leoncio Prado, proudly died for Peru.



Antical Red House

### Archaeology

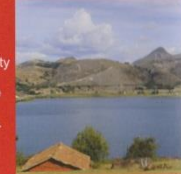
Marchohuamachuco is one of the most important archaeological complexes in northern Peru. Other examples of this grand area are Wiracochapampa, Cerro Amaru, etc.



The Temple/Marchohuamachuco

### Nature

Among lakes, waterfalls, thermal baths, and a variety of flora and fauna; Huamachuco is a city with an abundant of ideal natural resources for those that like to escape the routine of the the big cities.



Lake Enayococha

### Tr

reput some tradit includ Parac (rais) other Huan folklo

### Da

danc area Cont Turco other Huan diver

### Ga

gastri world contr varie trout favor



## Tradition

Huamachuco has a reputation of conserving some of their Pre-Incan traditions. One of these includes: the majestic Parada del Gallardete (raising of the flag), among others that make Huamachuco a city rich in folklore.



## Dances

A grand variety of dances are highlighted in the area including Los Incas, Contradanza, Emplumados, Turcos, Huanquillos, and others. As a result, Huamachuco offers a grand diversity of folkloric dances.



## Gastronomy

Peru is considered the gastronomic capital of the world. Huamachuco's contribution includes a grand variety of stews, guinea pig, trout, and other regional favorites.



### MAP OF THE CITY OF HUAMACHUCO

- |                    |   |  |
|--------------------|---|--|
| 1. Main Plaza      | 7. Huamachuco Museum and Tourism Office | 12. Agua de los Pajaritos (Spring)         |
| 2. Municipality    | 8. Tauricuxi Square                     | 13. Bullfighting Ring                      |
| 3. Cathedral       | 9. Governorship                         | 14. House of Arches                        |
| 4. Bell Tower      | 10. Central Market                      | 15. House of Jose Faustino Sánchez Carrión |
| 5. San José Chapel | 11. Obelisk of the Heroes               | 16. Hospital "Leoncio Prado"               |

**In the city of Huamachuco, you can visit places like:**

**The Cathedral**, one of the most modern churches of this part of Peru.

**The Main Plaza**, here there are picturesque topiaries made of cypress trees that surround and adorn the gardens. In the center of the Plaza, there is a fountain made of stone, which is more than a century old.

**The Bell Tower**, an old construction that at one time formed part of the convent of the Augustinian Fathers, who arrived many years ago. Its historical significance is pertinent to Huamachuco.

**San José Chapel**, this construction dates back to the colonial times and it is one of the oldest in La Libertad. This chapel stands on Incan ceremonial grounds (ushno inca).

**The Obelisk**, dedicated to the heroes that sacrificed their lives in the famous and painful Battle of Huamachuco in the Chilean War. This monument is located in the zone known as Purumpampa.

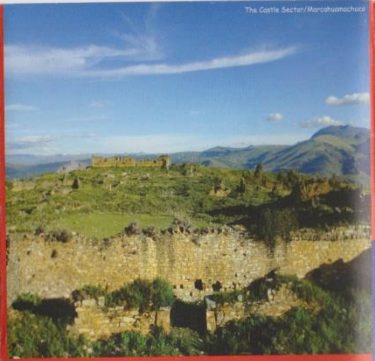
**The House of Arches**, this house is famous because it was where the army of Simón Bolívar stayed when they passed through this region, during the time of Independence.

**Municipal Museum**, here they have ceramics from various cultures, including that of Huamachuco. You can even see two Incan mummies that lived in this area.

**Agua de los Pajaritos**, a natural fountain of mineral water that according to those who live nearby, cure bad ailments, among others. It is also said that if you drink from these waters, you stay in Huamachuco.

**Enjoy this beautiful Andean town:**

- Dress in layers; a hat and comfortable footwear, for walking.
- Remember to always use sunscreen.
- Keep in mind that in the Andes you can suffer from altitude sickness, so you should take appropriate precautions.



If you wish to learn more about Huamachuco and its tourism information, please visit us or contact us:

**Huamachuco**  
Sub Gerencia de Turismo

Jirón Sucre 165  
Plazuela Tauricuxi - Huamachuco  
Telephone: (044) 44-0048

[www.munihuamachuco.gob.pe](http://www.munihuamachuco.gob.pe)

**Huamachuco**

*Huamachuco*

Fountain in the Main Plaza

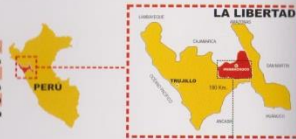


## Huamachuco

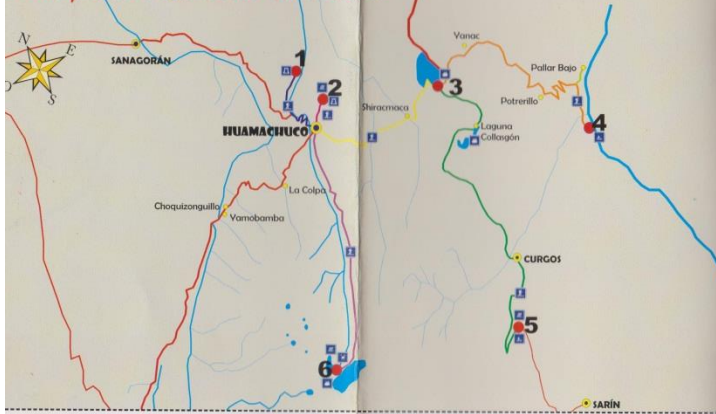
Distancias desde Huamachuco  
(Plaza de Armas)

	Distancia	Km	Tiempo	Altura
1. Marcahuamachuco	10	30 min	3,600 msnm	
2. Wiracochapampa	03	10 min	3,070 msnm	
3. Sausacochoa	09	15 min	3,180 msnm	
4. Yanasara	35	1.5 hrs	2,410 msnm	
5. El Edén	27	1.5 hrs	2,730 msnm	
6. Cushuro	13	1.0 hrs	3,970 msnm	

Alrededor de la ciudad hay varios sitios históricos y naturales como Pumrupampapa, la cual es un pantano natural y un lugar histórico, ya que aquí se llevó a cabo la última Batalla de la Sierra con Chile, un 10 de julio de 1883.



## Principales Recursos Turísticos



- Carretera a Marcahuamachuco
- Carretera a Sausacochoa
- Carretera a Wiracochapampa
- Carretera a Cushuro
- Carretera a El Edén
- Carretera a Yanasara
- Centro Arqueológico
- Lago/Laguna
- Cascada
- Baños Termales
- Ruta de Trekking
- Zona de Reserva

## Lo que debes conocer: Marcahuamachuco

Uno de los complejos arqueológicos más importantes del norte del Perú, perteneciente a la cultura "Huamachuco". En este complejo destacan las construcciones monumentales, hechas con piedra y algamas de barro. Este complejo hoy maravilla del Perú sigue sorprendiendo a investigadores y visitantes.

## Wiracochapampa

Ciudadela itica donde se puede apreciar el intercambio cultural que hubo entre la cultura Huamachuco y los Huari.

## Sausacochoa

A pocos minutos se encuentra esta bella laguna, llena de encantos. En este lugar puedes disfrutar de relajantes paseos en bote, una espectacular vista de la laguna desde su mirador y de ricos platos hechos a base de trucha.

## Yanasara

Lugar de bellos paisajes y de aguas termomedicinales, donde los visitantes pueden disfrutar de apacibles caminatas por la campiña y de relajantes y sanadores baños en sus pozas y piscina. Con 40° C de temperatura estas aguas son visitadas por sus propiedades curativas, sobre todo para males de los huesos.

## El Edén

Hermoso lugar paisajístico y de aguas termales que alcanzan hasta los 70° C. El visitante puede llegar en movilidad o si lo prefiere mediante una buena caminata desde el distrito de Curgos, y luego disfrutar de un alivador baño en las pozas y piscina que hay en el lugar.

## Cushuro

En las alturas de Huamachuco, en las faldas del pico Huaylillas, se encuentra una de las lagunas más bellas de esta tierra. En los alrededores, se cría vicuñas y además se puede observar uno de los tramos más fantásticos del Camino Inca.

## Huamachuco

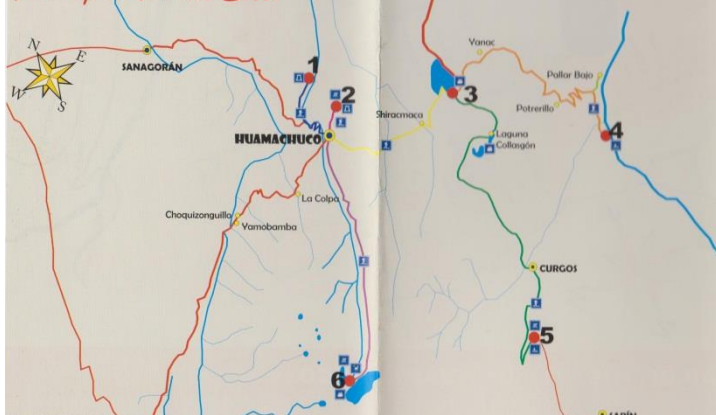
Distances from Huamachuco  
(Plaza de Armas)

	Distance	Km	Time	Altitude
1. Marcahuamachuco	10	30min	3,600 m.a.s.l.	
2. Wiracochapampa	03	10min	3,070 m.a.s.l.	
3. Sausacochoa	09	15min	3,180 m.a.s.l.	
4. Yanasara	35	45min	2,410 m.a.s.l.	
5. El Eden	27	1.5 hrs	2,730 m.a.s.l.	
6. Cushuro	13	1 hrs	3,970 m.a.s.l.	

Around the City there are various historical and natural sites like Pumrupampapa, which is a natural wetland. Here was the site of the last battle of the Chilean War, on July 10, 1883.



## Principal Tourist Sites



- Road to Marcahuamachuco
- Road to Sausacochoa
- Road to Wiracochapampa
- Road to Cushuro
- Road to El Eden
- Road to Yanasara
- Archaeological Center
- Lake
- Waterfall
- Thermal Baths
- Trekking Route
- Reserve Area

## What you should visit:

## Marcahuamachuco

One of the most important archaeological complexes in northern Peru. Belonging to the culture of Huamachuco, its monumental constructions are made of stone and mud. This complex, today a marvel of Peru, continues to surprise investigators and visitors.

## Wiracochapampa

Take a brief hike from the Plaza to these ruins where you can appreciate the infusion that was between the cultures of Huamachuco and the Huari.

## Sausacochoa

A short taxi ride away, you can reach this beautiful lake that will take your breath away. At the lake, you can enjoy relaxing boat rides, a spectacular view from the lookout, and tasty dishes made from trout.

## Yanasara

With beautiful scenery and thermal, medicinal waters, at Yanasara visitors can enjoy treks through the countryside, and relaxing and healing baths in the pools. With waters up to 104°F (40°C), these waters are sure to cure your achy bones.

## El Eden

At Eden, there is beautiful scenery and thermal waters that reach 158°F (70°C). The visitor can arrive by car or if they prefer, they can walk from Curgos and later enjoy the waters in the pools.

## Cushuro

In the highlands of Huamachuco, at the skirts of Huaylillas peak, you find one of the most breathtaking lakes of this region. Around the lake, they raise vicuñas. In addition, you can observe one of the most fantastic stretches of the Inca Trail.



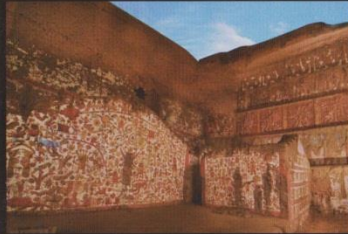




## THE PYRAMID OF THE MOON (HUACA DE LA LUNA)

### THE GOD DEMANDS TRIBUTE

Built in honor of the god that once saved an entire village from dying in the jaws of a demon in the form of a serpent, this majestic temple shows us both the savior and the executioner in his different forms.



Nevertheless, in its walls the sanctuary also narrates the story of the main ceremony carried out by its officials: the ceremony of the sacrifice, which began with a ritual battle between Moche warriors and ended with the immolation (ritual burning) of the defeated and the presentation of the blood to the warrior priest.



## The Sacred City

This ancient city was the capital and center of power of the Moche. It was the site of pilgrimages made by the people of the coast and of the northern mountains, sacred space of communication with the gods. Its impressive architecture is decorated with polychrome murals, many of them one of a kind, that transport us to the world of the Moche, of their deities, of the battles, of their sacrifices... In the Pyramid of the Moon one can see well-preserved representations of myths, various versions of the God of the Mountains, and animals with humanized objects, among other items.



## HUACAS DE MOCHE MUSEUM



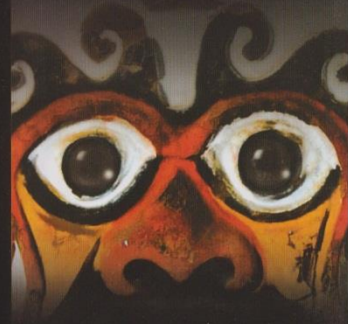
It is a cultural space that comprises a research center, a community area, an amphitheater and three exhibition halls that will let visitors know more about the Moche before visiting the site, their environment, the city, the cults of power and the God of the mountains, preparing visitors for a better understanding of Huaca de la Luna sharing with them videos that revive the Moche iconography and architecture, presenting as well unique ceramics of great beauty and symbolic meaning, among which are the Warrior duck, the Blind priest and other outstanding pieces such as the felines.



Huacas del Sol y de la Luna Archaeological Project  
Telephone: 044 221269  
Cell phone: 949464170, RPM : # 757265  
www.huacasdemoche.pe



## THE PYRAMID OF THE MOON (HUACA DE LA LUNA)



PERU

**TÍTULO DE LA TESIS: LA TRADUCCIÓN DE LOS TEXTOS TURÍSTICOS DEL ESPAÑOL AL INGLÉS UTILIZADOS EN LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE LA REGIÓN LA LIBERTAD - 2015.**

**GUÍA DE OBSERVACIÓN:**

La siguiente guía de observación se utiliza para medir la frecuencia de los criterios dentro de cada indicador, entendiéndose como criterios aquellos que nos permitirá evaluar la calidad de los textos turísticos y páginas web utilizados en la promoción de la industria turística, como son: Fidelidad, Gramática, Terminología, Coherencia, Fluidez y Estilo, Identidad Cultural e Impacto Publicitario.

**NOMBRE DEL FOLLETO EN ESPAÑOL:**

**NOMBRE DEL FOLLETO TRADUCIDO AL INGLÉS:**

CATEGORIZACIÓN	CODIFICACIÓN	ÍTEMS	NIVEL
FIDELIDAD	FDL	- El TM (texto meta) es fiel al TO (texto origen).	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>
GRAMÁTICA	GMT	- Utiliza los géneros gramaticales de manera correcta.(masculino/ femenino, singular / plural) - Conjugación adecuada de los verbos( pasado, presente y futuro) - Correcta sintaxis	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>
TERMINOLOGÍA	TMG	- Buen uso de vocabulario. - No usa falsos amigos lexicales - Uso adecuado de términos especializados en el área de turismo.	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>
COHERENCIA Y FLUIDEZ	CF	- La traducción está escrita con fluidez, es decir si se lee de manera correcta. - No interfiere en la lectura o en la expresión oral. - Existe un estilo adecuado, es decir cuando el texto original (TO) tiene relación con el texto meta(TM).	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>
IDENTIDAD CULTURAL	ID	- Referente a la historia, la arquitectura, la gastronomía, la geografía y el arte, los términos específicos del discurso turístico, agencia de viajes e itinerario y los términos propios de una cultura.	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>
IMPACTO PUBLICITARIO	IP	- Impacto visual que causa el material turístico traducido en el turista acerca de la Región La Libertad como destino turístico.	<b>D ( ) , R ( ) , B ( ) , MB ( )</b>

<b>Indicadores</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Muy Bueno</b>
<b>Fidelidad</b>	El mensaje del texto no se transmite de manera clara y precisa y se aparta del texto de origen.	El mensaje del texto introduce u omite elementos que lo apartan del texto de origen afectando la claridad y la precisión de la traducción.	El mensaje del texto presenta una leve interferencia en la claridad y precisión.	El mensaje del texto se transmite de manera clara y precisa.
<b>Gramática</b>	La traducción presenta errores gramaticales graves que dificultan la comprensión y exigen una continua relectura.	La traducción presenta algunos errores gramaticales que afectan a la comprensión y exigen una relectura de partes concretas del texto.	La traducción puede presentar algunos errores gramaticales pero son de escasa entidad y no afectan a la comprensión del escrito.	La traducción no presenta errores gramaticales significativos (si aparecen son errores mínimos motivados por la aparición de contenidos que superan el nivel exigido).
<b>Terminología</b>	No se ha seleccionado el léxico que convenía y el uso idiomático no corresponde con la intención ni con el sentido del texto original.	El vocabulario, la terminología y el léxico seleccionados son grosso modo apropiados.	El vocabulario, la terminología y el léxico elegidos son apropiados en todo el texto, aunque a veces hubiera sido posible encontrar una versión que cause mejor impacto en el lector.	El vocabulario, la terminología y el léxico elegidos son correctos en todo el texto y causan un buen efecto en el lector.
<b>Coherencia y Fluidez</b>	La estructura de las oraciones no es adecuada y presenta incoherencias.	La estructura de las oraciones es adecuada, si bien en algunos casos se detectan ciertas incoherencias.	La traducción está bien organizada, con buena estructuración de las frases y coherencia global.	La estructura, la cohesión y la organización del discurso se adaptan perfectamente a los usos de la lengua meta.
<b>Identidad Cultural</b>	Se crean malentendidos culturales en el texto de llegada con relación al texto origen.	La información del texto origen no se transmite de manera adecuada al texto de llegada creando malentendidos culturales.	La información del texto origen se transmite de manera adecuada al texto de llegada.	La información del texto origen se transmite con éxito al texto de llegada, sin crear malentendidos culturales.
<b>Impacto Publicitario</b>	El texto traducido no causa un impacto visual exitoso en el turista acerca de la Región La Libertad	El texto traducido causa un impacto positivo leve en el turista acerca de la	El texto traducido causa un impacto visual convincente en el turista acerca de la	El texto traducido causa un impacto visual exitoso en el turista acerca de la

## MATRIZ DE EVALUACIÓN PARA FICHA DE OBSERVACIÓN

	como destino turístico.	Región La Libertad como destino turístico.	Región La Libertad como destino turístico.	Región La Libertad como destino turístico.
--	-------------------------	--	--	--