

Recibido / Received: 31/07/2024
Aceptado / Accepted: 01/11/2024

Para enlazar con este artículo / To link to this article:
<http://dx.doi.org/10.6035/MonTI.2025.ne8.03>

Para citar este artículo / To cite this article:

BAHÍLLO SPHONIX-RUST, Emma. (2025) "Traduire le discours touristique. L'exemple des brochures et des dépliants des sites de la province de Palencia." En: Álvarez Jurado, Manuela & Francisco Luque Janodet (eds.) 2025. *La traducción del discurso turístico: desafíos actuales y emergentes / The translation of tourism discourse: current and emerging challenges*. *MonTI* Special Issue 8, pp. 99-118.

TRADUIRE LE DISCOURS TOURISTIQUE. L'EXEMPLE DES BROCHURES ET DES DÉPLIANTS DES SITES DE LA PROVINCE DE PALENCIA

TRANSLATING THE TOURIST DISCOURSE: THE EXAMPLE OF BROCHURES AND FLEETERS OF SITES IN THE PROVINCE OF PALENCIA

EMMA BAHÍLLO SPHONIX-RUST

emma.bahillo@uva.es
Universidad de Valladolid

Résumé

Ce travail se propose d'étudier la version traduite en langue française des brochures et des dépliants de la ville et la province de Palencia. Les enjeux du secteur touristique est important, dans la mesure où il contribue au développement économique de la région de Castilla y León. Les divers documents proposés aux touristes deviennent d'emblée la première image de celle-ci. Ainsi faudra-t-il leur en offrir une version appropriée. Par le biais d'une analyse minutieuse on identifie les défis de la traduction touristique, notamment les éléments les plus complexes à traduire, aussi bien au niveau linguistique, lexical et pragmatique, qu'au point de vue culturel. Nous proposons une étude des erreurs qui concernent ces aspects pour proposer ensuite une autre traduction qui s'adapterait mieux aux buts de ce genre de texte, et qui améliorerait la qualité générale du document.

Mots clés: Tourisme; Traduction; Brochure; Image; Palencia.



Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Abstract

This work aims to study the version translated into French of brochures and leaflets from the city and province of Palencia. The challenges of the tourism sector are important, to the extent that it contributes to the economic development of the region of Castilla y León. The various documents offered to tourists immediately become the first image of the region. So, it will be necessary to offer them an appropriate version. Through a careful analysis we identify the challenges of tourism translation, in particular the most complex elements to translate, both from a linguistic, lexical and pragmatic level, as well as from a cultural point of view. We propose a study of the errors which concern these aspects to then propose another translation which would better adapt to the purposes of this type of text, and which would improve the general quality of the document.

Keywords: Tourism; Translation; Leaflet; Idea; Palencia.

1. Introduction

L'Organisation Mondiale du Tourisme, dorénavant OMT, définit le tourisme comme il suit¹ :

Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels. Ces personnes sont appelées visiteurs et peuvent être des touristes ou des excursionnistes ; des résidents ou des non-résidents ; le tourisme englobe leurs activités, dont certaines impliquent des dépenses touristiques.

Dans cette définition le tourisme est placé au carrefour de trois axes : la société, la culture et l'économie. C'est ainsi que le tourisme peut être perçu comme un lieu de rencontre(s) entre personnes ayant des langues et des cultures différentes, il s'agit donc d'une activité sociale inter-linguistique et interculturelle.

Le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace de sociétés* (Lévy & Lussault 2013: 1018) nous fournit une définition plus spécifique en considérant le tourisme comme un système :

1. <https://www.unwto.org/fr>

Système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent de la "récréation" des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien. Le tourisme n'est ni une activité ou une pratique, un acteur ou un espace ou une institution : c'est l'ensemble mis en système. Et ce système comprend : touristes, lieux, territoires et réseaux touristiques, marché, pratiques, lois, valeurs et jeu des autres institutions sociales.

Certes, le tourisme entraîne un déplacement et un autre mode de vie. Le touriste quitte donc de façon temporelle son espace habituel de vie, pour s'en approprier un autre en dehors de sa vie quotidienne. Il s'agit en quelque sorte d'une autre façon d'habiter.

2. Le tourisme dans la région de Castilla y León

Castilla y León est la région la plus vaste d'Espagne, et aussi d'Europe. Elle compte neuf provinces, soit Avila, Burgos, Leon, Palencia, Salamanque, Ségovie, Soria, Valladolid et Zamora. C'est l'une des régions les plus riches d'Espagne en patrimoine culturel et naturel. Elle compte onze sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO comme la cathédrale de Burgos, le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle puis les villes d'Avila, Salamanque et Ségovie. Pour ce qui est des sites naturels, on peut citer la forêt de hêtres à Riofrío de Riaza dans la province de Ségovie.

De par son patrimoine, cette région propose un tourisme d'intérieur par rapport au tourisme côtier ou maritime. Ce tourisme en regroupe d'autres comme le tourisme culturel, définit par l'OMT comme il suit² :

type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre à connaître, de découvrir et de consommer les attractions/produits culturels d'une destination touristique, matériels et immatériels, et d'en faire l'expérience. Ces attractions/produits se rapportent à un ensemble de caractères distinctifs d'une société – d'ordre matériel, intellectuel, spirituel et émotionnel – recouvrant les arts et l'architecture, le patrimoine historique et culturel, le patrimoine culinaire, la littérature, la musique, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs styles de vie, leurs systèmes de valeurs, leurs croyances et leurs traditions.

2. <https://www.unwto.org/fr>

Comme il est décrit, le tourisme culturel revêt un bon nombre d'éléments. Parmi eux, il y en a qui intéressent tout particulièrement notre contexte : le patrimoine culinaire. La gastronomie a une grande importance à Castilla y León, qui entraîne à son tour une nouvelle forme de tourisme, le tourisme gastronomique. Par la suite nous citons la définition de l'OMT³ :

Type d'activité touristique caractérisé par le fait que l'expérience du visiteur, au cours de son voyage, est en rapport avec la cuisine et des produits et activités connexes. Outre les expériences culinaires authentiques, traditionnelles et/ou novatrices, le tourisme de gastronomie peut aussi recouvrir d'autres activités apparentées, comme rendre visite à des producteurs locaux, participer à des festivals gastronomiques et suivre des cours de cuisine.

L'œnotourisme (tourisme du vin), lequel est une sous-catégorie du tourisme de gastronomie, s'entend du tourisme dont le motif est la visite de vignobles et d'exploitations viticoles, la dégustation, la consommation et/ou l'achat de vin, souvent à la propriété ou au plus près de la source.

La région de Castilla et León est particulièrement concernée par l'œnotourisme. En effet, elle réunit dix-sept Appellations d'Origine Contrôlée, parmi lesquelles se trouve Ribera del Duero, Cigales ou encore Toro. La richesse viticole est extraordinaire. D'ailleurs, c'est la région d'Espagne qui en offre le plus grand nombre. En outre, les visiteurs peuvent profiter, un peu partout à Castilla y León, de nombreux rendez-vous gastronomiques. Cette région réserve également un espace au tourisme de nature dans la mesure où elle possède un important patrimoine naturel.

L'intérêt pour cette région est allé en grandissant, si l'on se rapporte aux statistiques du mois de juin 2024, 840.026 visiteurs ont fait le déplacement dans cette région (source : Junta de Castilla y León).

Le tourisme devient une source de développement économique, comme le constate Dávila (2003: 7) :

El turismo en esta región aporta ya aproximadamente un 8% al PIB de la región y genera 50.000 empleos directos. En concreto, a través de las estadísticas aportadas por la Junta de Castilla y León, en sus vertientes de oferta (de alojamientos turísticos) y demanda (por parte de los turistas), se examina la evolución de algunos indicadores turísticos y se profundiza en

3. *Ibid.*

la realidad turística de la región, para sacar unas conclusiones con las que observar el futuro de Castilla y León con optimismo.

3. Les documents touristiques : la brochure et le dépliant

Calvi (2010) aborde l'étude des différents documents que l'on peut trouver dans le domaine du tourisme, pour en identifier plusieurs sous l'étiquette de "genre touristique". D'ailleurs, elle signale que l'origine du tourisme va de pair avec l'essor d'un d'entre eux, soit les guides touristiques :

Las guías de viaje conjugan estos elementos en combinaciones muy distintas; responden a los intereses intelectuales del público más culto y atienden a las necesidades de asesoramiento del turista, guiándolo de la mano; se alejan de la vertiente más literaria del libro de viaje sustituyendo la mirada personal por una visión pretendidamente objetiva. En efecto, la elaboración de la guía presupone la experiencia del viaje, que sin embargo permanece oculta, permitiendo la infinita repetición del mismo itinerario; en definitiva, aun satisfaciendo la ingente demanda de información, las guías cumplen una función fundamentalmente prescriptiva. (Calvi 2010: 17)

Il s'agit d'un genre qui s'éloigne, certes, des livres de voyage pour proposer au lecteur-touriste un parcours sous un point de vue normatif. Petit à petit, d'autres genres en rapport avec le domaine du tourisme, et dont le principal objectif est de dépendre un endroit, sont apparus. Les brochures nous intéressent tout particulièrement, pour la plupart publiées par des institutions publiques, ce que Calvi (2010: 22) appelle "genre institutionnels". Ensuite, elle nous en propose une définition :

Folleto (publicación de distribución gratuita, en forma de cuadernillo o desplegable): también suele combinar partes descriptivas con otras secciones prácticas y elementos gráficos. A diferencia de la guía, el folleto se caracteriza por su estilo promocional, muy cercano al lenguaje publicitario. (Calvi 2020: 23)

Dans Calvi (2006: 54-55), elle nous offre un tableau récapitulatif qui délimite les caractéristiques de chaque genre :

Género	Formato o medio de difusión	Función	Tipología textual	Etapas de la experiencia turística
Folletos	Desplegable o cuadernillo	Informar, promover una imagen, seducir	Descriptiva, expositiva, argumentativa	Antes y durante el viaje

Tableau 1. Caractéristiques générales de la brochure

Du point de vue terminologique, nous tenons à préciser que le mot espagnol “folleto” regroupe deux termes français qui sont brochure et dépliant. Il s’agit donc de publications touristiques gratuites dont l’objectif est d’encourager la visite d’un endroit quelconque. La brochure touristique possède également une particularité qui est celle d’avoir à la fois texte et image. Ce qui revient à dire que la communication ne se fait pas uniquement à travers la langue, mais aussi par le biais d’autres éléments visuels tels que les photographies, les plans, ou encore les logos. Un rôle majeur est joué par les photographies dans la mesure où elles possèdent un fort rôle persuasif, c’est pour cela qu’elles sont pour la plupart soigneusement choisies. Alors que les plans ont pour objectif de guider le touriste au sein d’une ville, par exemple. Ce genre touristique se situe à mi-chemin entre l’annonce publicitaire, à fort caractère persuasif, et le guide touristique dans la mesure où l’intention est d’attirer le destinataire, c’est-à-dire le touriste, et de l’inciter à visiter le site. Ainsi la brochure, tout comme le dépliant, constituent-ils une variété textuelle à eux seuls.

En ce qui concerne le texte, il possède des éléments complexes. Le sujet des genres touristiques est fortement influencé par des domaines a priori externes au tourisme mais en rapport avec celui-ci comme l’histoire, l’art, la géographie et la gastronomie. Cela va donc imprégner le texte touristique d’éléments lexicaux qui leur sont propres :

Los textos producidos para el turista contienen más bien una mixtura de elementos procedentes de varios sectores relacionados, desde la historia del arte y la geografía a la gastronomía y el deporte. Estos contenidos, al integrarse en géneros tales como las guías y los folletos, se adaptan a las funciones dominantes, creando pautas genéricas específicas. (Calvi 2011: 22)

Il est à préciser que le type de tourisme devient également un élément essentiel. En effet, nous retrouverons des composantes différentes si le texte s'adresse à quelqu'un intéressé par le tourisme de masse, de bien-être, sportif ou encore culturel.

Le texte touristique possède donc une hétérogénéité lexicale qui s'avère fort complexe lorsqu'il est soumis à un processus de traduction.

4. Éléments de la traduction touristique

Tout d'abord, nous allons nous arrêter sur ce qu'est traduire. Pour Srpová (1995: 158) il s'agit d'une

opération qui cherche à établir des équivalences entre deux textes exprimés en des langues différentes, ces équivalences étant toujours et nécessairement fonction de la nature des deux textes, de leur destination, des rapports existant entre la culture des deux peuples, leur climat moral, intellectuel, affectif, fonction de toutes les contingences propres à l'époque et au lieu de départ et d'arrivée.

D'après cette définition la traduction est perçue en tant qu'opération à travers laquelle il faut établir des équivalences linguistiques. Cela exige un certain nombre de compétences et d'habiletés, le tout composant une véritable compétence traductrice, qui agit comme un système s'articulant sur six axes, tel qu'il a été établi par le groupe de recherche PACTE. D'abord, la compétence de communication dans les deux langues, notamment compréhension de textes de la langue source et production de textes de la langue cible, compétence de transfert, c'est-à-dire, la compétence à parcourir ce processus de transfert entre le texte d'origine et la production du texte final, une sorte de changement linguistique, puis la compétence stratégique qui concerne les procédés individuels qui permettent de résoudre les problèmes rencontrés. Ensuite viennent la compétence extralinguistique, la compétence psycho-physiologique puis la compétence professionnelle (PACTE 2001).

Comme le fait remarquer Hurtado Albir (2018) le contexte devient essentiel pour faire une compréhension correcte du texte en langue source, et aboutir ainsi à une traduction juste en langue cible. Texte et contexte sont marqués culturellement, notamment par la société dans laquelle s'inscrit le

texte. C'est ainsi que le traducteur doit tenir compte du destinataire du texte et de la manière d'accorder les paramètres culturels pour qu'ils soient compris par celui-ci (Hurtado Albir 2018) mais aussi des rapports entre les deux cultures, comme l'a constaté Milena Srpová (1995). Ces éléments marqués culturellement vont conduire à des difficultés lorsque l'on s'apprête à traduire un texte : il s'agit des culturèmes. Nord (2018: 42) nous en propose une définition que nous citons par la suite :

Las características culturales se han llamado “culturemas” [...]. El culturama es un fenómeno cultural perteneciente a una cultura A, que es considerado como relevante por los miembros de esta cultura y que, comparado con un fenómeno social análogo en una cultura B, parece específico de la cultura A. Entendemos por “analogía” que los dos fenómenos pueden compararse bajo ciertas condiciones definibles.

Dans le genre de texte qui nous occupe au sein de cette étude, nous sommes amenés à rencontrer un bon nombre de lexique marqué culturellement et sans équivalence au sein de la culture cible. C'est le cas de la gastronomie, où les recettes traditionnelles d'une région font partie de son patrimoine culturel. Il en est de même avec le patrimoine architectural.

5. Analyse du corpus

Le corpus que nous allons analyser est composé de brochures et de dépliants de la province de Palencia. Il s'agit donc de textes diffusés en Espagne, donc à l'origine rédigés en espagnol. Pour s'adresser à un public francophone, ils proposent une version traduite en français. Notre corpus est composé d'un document touristique de la ville de Palencia, celle d'une petite ville, mais proposant un immense patrimoine culturel, de la province appelé Carrión de los Condes puis la brochure de l'un de ses sites, l'hôtel-monastère San Zoilo. Tous les documents analysés, hormis la brochure de l'hôtel, ont été édités par des institutions publiques, les mairies des villes, d'une part, puis, le conseil général de la province de Palencia, d'autre part.

5.1. Brochure de la ville de Palencia

La mairie de la ville de Palencia nous propose un beau document, qu'elle appelle, comme il apparaît sur la première page, guide touristique. Or, si

L'on regarde de près sa présentation et ses caractéristiques, on peut conclure qu'il s'agit plutôt d'une brochure, qui compte une quarantaine de pages. Du point de vue de l'information présentée, elle peut être divisée en deux grandes parties. La plus grande est consacrée à la présentation de la ville. Son histoire, d'abord, puis tous les endroits qui méritent d'être visités. Dans la deuxième partie, on nous propose toutes les informations pratiques pour y séjourner, comme les logements disponibles dans la ville, puis un plan pour s'y orienter.

Cette brochure possède l'une des caractéristiques essentielles du genre, abordée dans la première partie. Tout le patrimoine présenté au touriste s'accompagne d'une photo, et celles-ci sont d'une qualité exceptionnelle, ce qui certainement contribue à ce que le lecteur-touriste soit séduit.

Dans le cadre de cette étude, nous avons suivi la démarche méthodologique suivante. D'abord, nous avons choisi des extraits de la brochure que nous allons reproduire en espagnol, donc dans la langue d'origine, et ensuite en français, version traduite, pour proposer ensuite une analyse de la traduction.

Les sites de la ville y sont présentés en catégories. En ce qui concerne les monuments religieux, il est à remarquer que tous leurs noms sont traduits, à l'exception de l'église de San Miguel, qui conserve son nom espagnol alors qu'il existe un équivalent en français, soit Saint-Michel. Le monument religieux le plus majestueux de la ville est la cathédrale, couramment appelée "la belle inconnue". Voyons par la suite une partie de sa présentation:

- (1a) A la Plaza de Cervantes abre la Puerta de San Juan o "de los Reyes", de trazado gótico y decoración plateresca y en la que se puede ver en hornacinas renacentistas imágenes de mártires, entre los que se encuentra San Antolín.
- (1b) Sur la Place Cervantes, donne la porte Saint-Jean ou "des Rois", au tracé gothique et à la décoration plateresque, et sur laquelle on peut voir, dans des niches Renaissance, des statues de martyrs, parmi lesquels se trouve Saint-Antolin.

Lors de la lecture de cet extrait nous observons que le texte cible est, pour le moins, confus, notamment à cause de la construction syntaxique, qui n'est pas conforme à la logique de la phrase française. En effet, le passage

aurait dû commencer par “La porte de Saint-Jean ou également appelée des Rois, donne sur la Place Cervantes”, en d’autres termes le sujet en premier. Nous repérons également une autre erreur de type orthographique dans Cervantes, qui en français doit prendre un accent grave sur le deuxième e, afin de maintenir la prononciation espagnole, ce qui donne “Cervantès”.

Nous proposons par la suite un autre exemple, qui concerne un monument singulier de la ville de la Palencia. Il s’agit d’une église qui se trouve au cœur d’un jardin. Voici ce que l’on en dit dans la brochure :

- (2a) De Villanueva del Río Pisuerga, su emplazamiento original, fue trasladada al actual en la Huerta de Guadián, al anegarse el pueblo por la construcción del Pantano de Aguilar de Campoo.
- (2b) De Villanueva del Río Pisuerga, son emplazement original, elle a été transportée au Jardin de Guadián (Huerta de Guadián), à cause de la submersion du village pour la construction du Barrage d’Aguilar de Campoo.

Cet extrait présente une erreur dans la traduction de l’adjectif espagnol original, qui ne peut être traduit par original, dont le sens en français renvoie plutôt à quelque chose d’étrange. Ici, l’emploi correct est originel, afin d’expliquer qu’il s’agit en effet d’une église d’un village de la province de Palencia disparu à cause de la construction d’un barrage. Précisons également qu’ici le substantif barrage ne doit pas prendre de majuscule. À nouveau on observe dans cet extrait une défaillance dans la syntaxe. Du point de vue communicatif, il n’est pas nécessaire de disloquer le nom du village d’où provient l’église. Il faudrait donc proposer une phrase simple commençant par le sujet.

Ensuite nous proposons le dernier extrait concernant un bâtiment religieux, il s’agit du Monastère des Clarisses :

- (3a) Dedicado a Santa Clara y construido entorno al año 1400 alberga el impresionante Cristo Yacente de gran devoción popular. Conocido por ser el lugar donde Zorrilla sitúa su historia de *Margarita La Tornera*. El convento es mausoleo de los Almirantes de Castilla, los Enríquez, y cuenta una leyenda: que navegando las naves imperiales de Alonso Enríquez, avistan a lo lejos un extraño

bulto. Abordado éste, se trata de un Cristo Yacente. Recogido, se ordena su traslado a Palencia cuando, de camino, la caballería se detiene en Medina de Rioseco, frente al Castillo que allí existe sin ninguna razón que explique tal hecho y sin manera de hacer avanzar a los caballos. El almirante decide depositar el Cristo en el Convento de las Clarisas, entendiendo el hecho como voluntad divina. Presenta una rica portada que da acceso al magnífico templo gótico de finales del XIV, con planta de cruz griega. El Altar Mayor es barroco, del siglo XVIII.

- (3b) Dédicé à Sainte-Claire et construit aux alentours de l'année 1400, il abrite l'impressionnant Christ Gisant de grande dévotion populaire. Il est connu comme le lieu où Zorrilla situe son histoire de *Margarita La Tornera*. Le couvent est la sépulture des Amiraux de Castille, les Enríquez, et raconte une légende : un jour que les vaisseaux impériaux d'Alonso Enríquez, ils virent au loin un étrange objet. L'ayant abordé, il s'agissait d'une urne vitrée qui contenait un Christ Gisant. Une fois récupéré, on ordonne son transport à Palencia, mais, en chemin, les chevaux s'arrêtent à Médina de Rioseco, face au Château, sans aucune raison apparente, et sans pouvoir les faire avancer. L'Amiral décide de déposer le Christ dans le château, propriété des Clarisses, interprétant le fait comme étant la volonté divine. Il présente un noble portail qui donne l'accès au magnifique temple gothique de la fin du XIVE siècle, et a un plan de croix grecque. Le Maître-Autel est baroque du XVIIIe siècle.

Nous nous permettons de citer cet extrait, un peu long, certes, mais il contient de nombreux éléments intéressants pour notre analyse.

D'emblée, aux yeux d'un touriste francophone ce texte est incompréhensible. Nous en précisons les raisons par la suite. Le texte commence par un calque d'une structure de l'espagnol. Peut-être aurait-il été plus approprié de faire appel à une structure plus simple en français et de commencer par le sujet : "Le monastère est dédié à Sainte-Claire". Un peu plus tard dans le paragraphe, on présente une légende qui se rapporte à ce lieu sacré. Dans cette partie on repère des erreurs grammaticales comme une

mauvaise utilisation du participe présent, “l’ayant abordé” qui devrait être remplacé par une conjonction temporelle comme “lorsque”, ce qui donne : “Lorsqu’ils l’ont abordé, ils ont réalisé qu’il s’agissait d’une urne vitrée contenant un Christ gisant”. Ensuite vient le syntagme “Une fois récupéré”. Une structure plus appropriée en français est l’infinitif passé, ce qui donne “après l’avoir récupéré”. Ensuite, à la place de “on ordonne son transport” il aurait été préférable d’écrire “on ordonne de le transporter à Palencia”. L’ordre de l’adjectif “étrange” devant le nom est également incorrect, le syntagme aurait dû être “un objet étrange”. Dans ce paragraphe on fait référence à un nom d’écrivain faisant partie du patrimoine culturel castillan, José Zorrilla. Peut-être faudrait-il être plus précis, car la seule référence à Zorrilla et son roman *Margarita la Tornera* est compréhensible pour un lecteur espagnol moyennement cultivé, mais nullement pour le public auquel s’adresse la version française.

Peut-être suffirait-il de le situer dans le temps et de décrire brièvement son importance au sein de la littérature espagnole.

Après avoir parcouru les bâtiments religieux, la brochure s’arrête sur l’architecture de la ville et les bâtiments civils. Tout comme dans la succession de bâtiments religieux, à l’exception de la cathédrale, l’article devant les noms n’est pas employé, alors que le système du français nous l’impose. On devrait lire “La Grande Rue”, “la Grande Place”, “La Mairie” ou encore “Les Halles”. À Palencia il n’y a qu’un bâtiment civil, il s’agit de “La Casa del Cordon”. Il est étrange qu’on ait décidé de traduire par “Maison au Cordon”, au lieu de maintenir le nom espagnol et d’expliquer d’où vient le nom.

Une autre partie de la brochure est consacrée au Canal de Castille, une voie de navigation qui parcourt les provinces de Palencia, Burgos et Valladolid.

- (4a) En el XVIII Palencia se recupera del siglo anterior, pero su situación en el conjunto de la Península ha empeorado, con una estructura económica desfasada y una agricultura tradicional que sume al pueblo en la pobreza. En 1751 se comienza la construcción del Canal de Castilla por Carlos III y se termina en 1849. En el siglo XIX la invasión francesa obliga a alojar a las tropas napoleónicas en nuestra ciudad, que no ofrece ninguna resistencia.

La desamortización de Mendizábal acaba con la estructura conventual de la ciudad y beneficia a la burguesía comercial e industrial. Terratenientes, fabricantes de harina y mantas se enriquecen durante las guerras Mundial y Civil, aprovisionando a las tropas. La pujante burguesía promoverá cambios en la ciudad con la construcción de edificios importantes en la Calle Don Sancho, Calle Mayor y su cruce en Cuatro Cantones. Desaparecen las murallas y se construyen los jardines del Salón, Jardinillos, etc.

- (4b) Au XVIIIe siècle, Palencia se remet du siècle précédent, mais sa situation par rapport à la Péninsule a empiré, avec une structure économique déphasée et une agriculture traditionnelle qui plonge le peuple dans la pauvreté. En 1751, la construction du Canal de Castille, par Charles III, commence pour se terminer en 1849. Au XIXe siècle l'invasion française oblige le logement des troupes napoléoniennes dans notre ville, qui n'offre aucune résistance. La désamortisation de Mendizábal met fin à la structure conventuelle de la ville et bénéficie la bourgeoisie commerciale et industrielle. Les propriétaires terriens, minotiers et fabricants de couvertures s'enrichissent au cours des guerres Mondiales et Civile, en approvisionnant les troupes. La puissante bourgeoisie encouragera des changements dans la ville, avec la construction d'immeubles importants dans la Rue Don Sancho, la Grand-Rue et son carrefour de Cuatro Cantones. La muraille disparaît et on construit le jardin du Salón, les Petits Jardins (Jardinillos), etc.

Dans cet extrait, nous relevons de nombreuses erreurs de type lexical. Peut-on parler d'une structure économique déphasée ? on choisirait plutôt archaïque ou dépassé. À nouveau on a pris la décision de traduire les noms propres comme le roi Carlos III, alors que cela peut induire le lecteur en erreur car Charles III est également un roi de la dynastie carolingienne. Il en est de même avec le terme historique "la desamortización de Mendizábal" qui consiste à exproprier les terres appartenant à l'Église et aux ordres religieux. Il faudrait également revoir l'usage de la majuscule à "rue" puis l'accord de l'adjectif "grand".

5.1.1. La traduction des culturèmes

La dernière partie de la brochure est consacrée à la gastronomie. C'est ainsi que dans le domaine touristique

la dimensión internacional se cruza con lo local, lo histórico y lo cultural, que constituyen importantes atractivos del producto turístico, dando lugar a la frecuente aparición de términos culturales en varios tipos de textos. (Calvi 2006: 67)

Comme il a été exposé auparavant, le lexique gastronomique s'avère être un véritable défi dans le domaine de la traduction touristique :

Entre las áreas léxicas que presentan el mayor número de términos culturales, sobresale la gastronomía, puesto que tanto los ingredientes como los platos elaborados mantienen una relación muy estrecha con las tradiciones y la cultura local. (Calvi 2006: 68)

La brochure touristique de la ville de Palencia nous propose un voyage gustatif. Dans cette partie de la version française de la brochure, nous constatons que la plupart des termes sont traduits, tout en rajoutant le terme en espagnol entre parenthèses. Voyons l'exemple suivant. Une partie de la province de Palencia s'appelle "Tierra de Campos" et on propose la traduction "Terre des Champs", qui devient un peu étrange en français. On pourrait peut-être le remplacer par "espace de champs" pour transmettre cette image de grandes étendues de terrain.

Nous relevons un autre mauvais choix de traduction lorsque l'on énumère tous les excellents légumes produits dans cette "terre". Alors que le français compte le substantif "terroir" qui justement exprime bien cet enracinement. Lorsqu'on s'apprête à présenter un autre produit typique, on utilise une explication, soit viande séchée pour rajouter par la suite entre parenthèses le nom de celui-ci en espagnol, "la cecina". Peut-être aurait-il suffi de proposer le nom en espagnol, suivi d'une périphrase explicative, en citant tout de même l'origine de la viande, un aspect remarquable du produit.

En ce qui concerne les pâtisseries, on propose pour "rosquilla" l'équivalent "gimblette" que l'on consomme à la période de la Semaine sainte, ce qui contribue certainement à ce que le lecteur-touriste s'imagine à quoi peut ressembler ce produit typique. Alors que, seulement quelques phrases plus

loin, il est impossible que les destinataires de la brochure sachent de quoi il s'agit. Aucune explication ni traduction n'est proposée pour "hojuelas" alors qu'il existe un équivalent dans la gastronomie française, les "oreillettes". La traduction de "leche frita" par "lait frit" n'est pas juste. Ce produit gastronomique aurait dû être traduit par "pain perdu", qui renvoie à un dessert fait de tranches de pain trempées dans du lait et de l'œuf puis frites dans de l'huile.

Comme le propose Maria Vittoria Calvi:

en las versiones en otras lenguas se prefiera utilizar el préstamo, en lugar de traducciones, perifrasis explicativas o equivalentes culturales, para permitir una mayor implicación del interlocutor en el ambiente local.
(Calvi 2006: 68)

C'est justement ce que nous avons fait avec nos propositions de traduction.

Igareda (2011) propose un tableau, un outil méthodologique pour aborder les référents culturels dans le contexte de la traduction. Il s'agit d'un classement organisé par thèmes et sous-catégories. Pour notre part, nous allons nous concentrer sur le deuxième sujet, à savoir l'histoire :

Categorización temática	Categorización por áreas	Subcategorías
2.- Historia	1.- Edificios históricos	Monumentos, castillos, puentes, ruinas
	2.- Acontecimientos	Revoluciones, fechas, guerras
	3.- Personalidades	Autores, políticos, reyes/ reinas
	4.- Conflictos históricos	
	5.- Mitos, leyendas, héroes	
	6.- Perspectiva eurocentrista de la historia universal (u otro)	Historias de países latinoamericanos, los nativos, los colonizadores y sus descendientes
	7.- Historia de la religión	

Tableau 2. Classement des référents culturels

Nous avons sélectionné puisqu'il revêt de l'importance dans le cadre de notre étude, notamment les personnalités historiques. Comme il a été noté auparavant, la brochure faisant partie de notre corpus retrace l'histoire de Palencia, ce qui revient à dire que de nombreux personnages historiques y sont cités. Tous les personnages historiques qui participent à l'histoire de la ville sont traduits. Voyons-le au sein de cet extrait : "C'est à la fin du XIV^e siècle, avec le mariage en 1388 d'Henri III avec Catherine de Lancaster dans la Cathédrale". Il s'agit en effet de Enrique III de Castilla. Ce référent culturel n'aurait pas dû être traduit dans la mesure où dans l'Histoire de France il y a également un personnage qui s'appelle Henri III, ce qui pourrait prêter à confusion.

5.2. Brochure de la ville de Carrión de los Condes

Carrión de los Condes est une petite ville de la province de Palencia qui a une situation privilégiée dans la mesure où elle se situe au cœur du chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle. Ceci revient à dire qu'un nombre considérable de pèlerins pourront la visiter.

Le premier document que nous allons analyser est un dépliant publié par la mairie de la ville et le conseil général. Au recto on nous présente un beau plan de la ville avec tous les sites à visiter. À travers ce répertoire nous constatons l'importance du patrimoine de Carrión de los Condes. Au dos du dépliant on les organise en quatre catégories : les musées et les églises, d'une part, les monastères et les couvents, et d'autres lieux touristiques, d'autre part. En lisant cette présentation, on constate que ces textes ne sont pas conformes au système linguistique français. Voyons par exemple celle du musée d'art contemporain :

- (5) Situé dans l'ancien bâtiment où trouvait hôpital des pèlerins. Il a été converti propriété privée en 1835 et fut légué par la suite à la mairie à des fins culturelles.

Cet exemple à lui seul suffit pour le montrer. D'abord, l'absence du pronom sujet, la forme correcte est "il est situé". Ensuite l'ordre de la phrase française n'a pas été respectée, "des pèlerins trouvaient". Il est à noter également que dans la brochure l'accord du sujet avec le verbe n'a pas été respecté.

Le deuxième document touristique analysé dans le cadre de cette étude est un dépliant du Monastère de San Zoilo. Ce monument nous est également présenté dans celui de la ville. Il s'agit d'un dépliant de très bonne qualité qui rassemble de belles photographies des lieux avec plusieurs textes courts en guise de présentation. Cet endroit a une particularité : l'ancien monastère est devenu un hôtel-restaurant puis également un centre de réunions. Sur la première feuille on se tourne vers le passé pour revenir aux origines du site :

- (6a) A mediados del siglo XIX los jesuitas establecieron en él el primer colegio de Bachillerato de España. Posteriormente y hasta la década de 1980, fue Seminario menor de la diócesis de Palencia. Hoy el antiguo Real Monasterio de San Zoilo, el lugar donde se hace palpable el enigma de Castilla y León, vuelve a ser un lugar idóneo como aposento de viajeros o refugio de peregrinos. El Hotel Real Monasterio San Zoilo le ofrece el confort y la eficacia de las más modernas instalaciones hoteleras en un entorno milenario excepcional, pleno de arte, historia y cultura. Tollo ello, destinado al servicio de su descanso, sus encuentros familiares, sus celebraciones o sus reuniones profesionales.
- (6b) Au milieu du XIXe siècle, les Jésuites fondé dans le monastère la première école du baccalauréat d'Espagne. Par la suit, jusqu'à la décennie de les années 1980, a été séminaire mineur du diocèse de Palencia. Aujord'hui, le Royal Monastère de Saint Zoilo, où est palpable l'énigme de Castille et Léon, redevient un lieu approprié comme loger de voyageurs ou refuge de pèlerins. L'hôtel royal monastère Saint Zoilo lui offre le confort et l'efficacité des installations modernes dans un environnement millénaire exceptionnel, complète de l'art, de l'histoire et de la culture. Tout cela destiné à son repos, rencontres de famille, célébrations ou des réunions professionnelles.

Ce texte contient beaucoup d'erreurs qui le rendent pratiquement incompréhensible. Du point de vue de l'orthographe nous relevons des incorrections dans "aujourd'hui" ou "par la suite". Ensuite il y a des erreurs grammaticales comme l'absence de verbe auxiliaire dans "ont fondé", l'utilisation

de “de les” à la place de “des” puis mauvaise utilisation des pronoms dans “lui offre” au lieu de “leur offre”, puis également dans “à son repos” au lieu d’“à leur repos”. Pour ce qui est du lexique, il y a des erreurs dans l’emploi de “loger” à la place de “logement” peut-être.

6. Conclusions

La région de Castilla y León possède un très riche patrimoine culturel, naturel puis gastronomique pour captiver un grand nombre de visiteurs. Les institutions s’efforcent de le faire connaître à travers l’édition de brochures et dépliants, dont l’objectif principal est d’attirer les touristes. L’étude détaillée de certains de ces documents touristiques, notamment ceux qui veulent s’adresser à un touriste étranger à travers leurs versions traduites, nous permettent de conclure qu’ils ne possèdent pas une qualité suffisante. Durán Muñoz (2011) établit les caractéristiques que doit avoir un bon texte cible. Tout d’abord, il doit être conforme aux normes et conventions de la culture cible, tout comme le style et le registre. Ensuite, il doit contenir la terminologie et la phraséologie du domaine de spécialité en question, puis les informations présentées doivent être utiles et accessibles.

Toutefois, les brochures et dépliants de notre corpus ne possèdent pas toujours toutes les caractéristiques. D’emblée, les documents attirent par une présentation soignée. Ils sont imprimés sur du papier de qualité, les textes sont accompagnés de belles photographies et les renseignements pratiques semblent très utiles. Il est dommage que, souvent, les informations présentes ne le sont pas, dans la mesure où les règles de la langue et de la culture cible ne sont pas respectées. C’est ainsi que les documents touristiques s’éloignent de leur objectif principal de diffuser le patrimoine culturel d’un lieu quelconque pour captiver les touristes.

Les documents touristiques contribuent à construire une image de la destination touristique, quelle qu’elle soit. Et pour concevoir une image positive, la traduction touristique et sa qualité s’avèrent indispensables.

Bibliographie

- CALVI, Maria-Vittoria. (2006) *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco Libros.
- CALVI, Maria-Vittoria. (2010) “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación.” *Ibérica* 19, pp. 9-31.
- CALVI, Maria-Vittoria. (2011) “Pautas de análisis para los géneros del turismo.” En: Calvi, Maria Vittoria & Giovanna Mapelli (ed.) 2011. *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang, pp. 19-45.
- DURÁN MUÑOZ, Isabel. (2012) “Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones.” *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas* 7, pp. 103-113. <http://dx.doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>
- HURTADO ALBIR, Amparo. (2018) *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- IGAREDA, Paula. (2011) “Categorización temática del análisis cultural: una propuesta para la traducción.” *Ikala* 16, pp.11-32.
- LEVY, Jacques & Michel Lussaut. (2013) *Dictionnaire de la géographie et de l'espace de sociétés*. Paris: Belin éditeur.
- MIGUEL DÁVILA, José Ángel. (2003) “Castilla y León como ejemplo de región turística de interior.” *VIII Congreso de Economía Regional de Castilla y León: comunicaciones*. Valladolid: Junta de Castilla y León, pp. 7-24.
- NORD, Christiane. (2018) *Traducir, una actividad con propósito: introducción a los enfoques funcionalistas*. Berlin: Frank & Time.
- ONU. ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME. (2024) <https://www.unwto.org/fr>
- PACTE (2001). “La competencia traductora y su adquisición.” *Quaderns* 6, pp. 39-45.
- SPROVÁ, Milena. (1995) “La traduction, confrontation de deux expériences cognitives.” *Intellectica* 20, pp. 157-170.

NOTE BIOGRAPHIQUE / BIONOTE

EMMA BAHÍLLO SPHONIX-RUST a obtenu son doctorat en littérature française à l'Université de Valladolid où elle enseigne la traduction français-espagnol au sein de la Licence de Langues Étrangères. Ses axes principaux de recherche sont les langues de spécialités et leur traduction, notamment la

traduction du discours touristique où elle s'intéresse tout spécialement aux "culturemes". Elle a également publié des travaux concernant la traduction des expressions idiomatiques.

EMMA BAHÍLLO SPHONIX-RUST obtained her doctorate in French literature at the University of Valladolid where she teaches French-Spanish translation in the Foreign Languages Degree. Her main areas of research are specialty languages and their translation, in particular the translation of tourist speeches where she is particularly interested in "culturemes". She has also published work concerning the translation of idiomatic expressions.