



Università
Ca' Foscari
Venezia

Centro Interdipartimentale SELISI

Dipartimento di Studi sull'Asia e sull'Africa Mediterranea

Corso di Laurea Magistrale in

Interpretariato e traduzione editoriale, settoriale

Classe LM-94

Tesi di Laurea

**La traducción turística en la web.
Propuesta de traducción de la sección
“Vivi” del portal turístico de Caorle y
comentario traductológico.**

Relatore

Prof. Giuseppe Trovato

Correlatrice

Prof.ssa Elena Fernández Mula

Laureanda

Clara Nani
Matricola 880235

Anno Accademico

2020/2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. MARCO TEÓRICO	
1.1 La importancia de la actividad turística como fenómeno económico y social	5
1.2 Del turismo tradicional al turismo 2.0	9
1.3 La escritura en la web	15
1.4 La traducción de páginas web	25
1.5 El lenguaje del turismo: marco teórico general	40
2. PROPUESTA DE TRADUCCIÓN	48
3. COMENTARIO LINGÜÍSTICO-TRADUCTOLÓGICO	
3.1 Consideraciones generales	98
3.2 Fases del proceso de traducción	104
3.3 Aspectos morfosintácticos	106
3.4 Aspectos lingüísticos	110
3.5 Aspectos extralingüísticos	119
3.6 Aspectos pragmáticos	128
3.7 Herramientas aptas para la traducción	132
4. OBSERVACIONES Y CONCLUSIONES	133
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	135
WEBGRAFÍA	138

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, con la revolución digital, la red ha ido cambiando radicalmente la manera de hacer y de promover el turismo, suplantando a menudo las agencias de viaje que hasta aquel entonces habían servido de intermediarias. Los turistas empezaron, de hecho, a consultar la información directamente en las páginas web de sus propios destinos, utilizando cada vez más Internet para planificar sus estancias turísticas, explorar la gama de actividades y servicios ofrecidos o hasta para realizar sus reservas. Esta es la razón por la que disponer de un sitio bien concebido y diseñado, con la información presentada de una forma apetecible y original constituye, sin duda alguna, la mejor tarjeta de visita de un destino frente a los potenciales competidores. Debe decirse, sin embargo, que la comunicación de la información no es suficiente para garantizar el éxito de una página web. Efectivamente, es esencial que el contenido esté disponible en más de un idioma con el fin de que un destino pueda captar al mayor número de turistas posible, tanto nacional como internacionales. Aquí es donde entra en juego la traducción, poderosa herramienta de comunicación y puente entre culturas, que fomenta el entendimiento mutuo y permite asimismo expandir la audiencia de una meta turística de manera exponencial.

El punto de partida de este trabajo han sido las prácticas que he tenido la oportunidad de hacer en mi licenciatura previa en la oficina de información turística de la ciudad de Caorle. Durante dicho período, gracias a encargos de traducción y al contacto directo con los turistas extranjeros he podido investigar y apreciar la importancia que tiene el multilingüismo en la promoción turística. Al respecto, he constatado una falta de materiales, folletos y en general información en lengua española frente a una presencia cada vez más elevada de turistas hispanohablantes en el territorio. Esto era debido con toda probabilidad al hecho de que en el pasado Caorle había registrado una presencia de turistas mayoritariamente germanófonos y anglófonos, priorizando por lo tanto la producción de materiales únicamente en estas lenguas.

Mi trabajo de fin de máster va encaminado precisamente a ampliar los horizontes lingüísticos del portal turístico de la localidad costera de Caorle y consiste en la propuesta de traducción del italiano al español de la sección “Vivi” de la página con adjunto análisis y comentario lingüístico y traductológico. Se trata en concreto de un hipertexto turístico interdisciplinario, que abarca sectores que van desde la arquitectura y la historia hasta el deporte y la gastronomía. La amplia variedad temática típica del lenguaje turístico ha requerido un gran trabajo de investigación conceptual, lingüística y terminológica sobre disciplinas que no pertenecían a mi ámbito de especialización, constituyendo uno de los principales desafíos traductológicos de este trabajo.

El trabajo consta de tres capítulos: el primero sitúa brevemente el TFM en su contexto, introduciendo la importancia del turismo como fenómeno económico y social y presentando su evolución durante las últimas décadas, decisivas para el progresivo abandono del turismo tradicional a favor de un turismo de vanguardia, denominado turismo 2.0. En esta primera parte se profundiza en los rasgos típicos y fundamentales de la escritura en la web y de la traducción de páginas; se elabora además un marco teórico general sobre el lenguaje del turismo y su pertenencia al discurso especializado. En el segundo capítulo se presenta la propuesta de traducción de la sección “Vivi” del portal turístico, dedicada principalmente a las excursiones, eventos, actividades deportivas y de ocio que se ofrecen en Caorle. En el tercer y último capítulo se lleva a cabo un comentario lingüístico-traductológico encaminado a explicar las estrategias y técnicas adoptadas para la resolución de los problemas de traducción y localización encontrados. En esta última fase, tras un análisis del contexto de la situación comunicativa, se pretenden destacar las opciones de traducción definitivas bajo una perspectiva morfosintáctica, lingüística, extralingüística y pragmática. El capítulo concluye con una breve panorámica sobre las diversas herramientas lexicográficas y lexicológicas empleadas durante la realización de la traducción. Por último, se presentan las conclusiones y reflexiones más relevantes acerca del trabajo realizado.

1. MARCO TEÓRICO

1.1 LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL

El turismo es una de las actividades de mayor importancia a nivel global gracias a su capacidad para acercar a las comunidades creando intercambios de experiencias y conocimientos y gracias también a su capacidad para generar un crecimiento de la actividad económica, puesto que representa una fuente de empleo y de ingresos constante. La consolidación de este fenómeno representa para la sociedad mundial un excelente medio para alcanzar elevados niveles de desarrollo social, industrial, económico y comercial de manera rápida y eficiente. Con el fin de comprender este concepto y su importancia, cabe antes que nada empezar a estudiarlo a partir de sus raíces etimológicas. La palabra española “turismo” es un préstamo del inglés *tourism* que, a su vez, proviene del francés *tour*, con significado de viaje o vuelta. Algunas teorías afirman que su origen podría ser latino, de *tornus* y *tornare* que, además de indicar el acto de girar, indican también el hecho de volver al punto de origen. Conjuntamente, el sufijo “-ismo” señala una acción realizada por un grupo de personas, por lo que el término “turismo” designaría en definitiva a las personas que emprenden un viaje con intención de regresar a su propio domicilio habitual. Este concepto en apariencia muy sencillo es mucho más amplio de lo que se puede pensar y, debido a los profundos cambios sufridos durante los siglos, los esfuerzos desplegados para establecer una única definición no han logrado todavía la completa unanimidad. En efecto, a las constantes mutaciones sociales y tecnológicas hay que añadir también el hecho de que la actividad turística puede verse desde diferentes perspectivas según el aspecto o la actividad desde la que se quiera definir. Por ejemplo, mientras la geografía ofrece una definición cuyo principal objeto es el territorio con sus propiedades y la economía define el turismo a partir del consumo, la psicología se centra más bien en una definición que comprende el análisis de los comportamientos turísticos.

Para evitar confusiones, la Organización Mundial del Turismo proporciona en su glosario¹ una definición orientada a englobar todos los diferentes sectores relacionados con el turismo mismo, afirmando por ende que:

«El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o

1 UNWTO.ORG. n.d. *Glosario de términos de turismo*. Disponible en: <<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>>

excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico».

Tras haber explicado en términos generales la etimología de esta palabra, quisiera hacer un breve recorrido sobre la historia del fenómeno del turismo. Explicar la evolución del turismo equivale a descubrir las razones que en el tiempo han llevado al hombre a viajar y que, en muchos casos, eran parecidas a las razones actuales: religión, comercio, cultura, ocio y salud, entre otros. En efecto, el concepto primordial de turismo tiene sus raíces en el pasado lejano, cuando unos círculos muy reducidos de personas de civilizaciones antiguas como los griegos o los romanos viajaban, impulsados por una prosperidad económica, con el único propósito de conocer personas y lugares diferentes. Mientras en la Edad Media el discurso turístico se paró debido a las guerras y a las epidemias de peste, algunos tiempos más tarde, acerca del siglo XI, las personas pudientes pertenecientes a las clases burgueses empezaron a moverse nuevamente no solo para exploraciones sino también para peregrinajes hacia lugares sagrados como Roma o Santiago de Compostela o, para motivos educacionales, con la fundación de las primeras universidades, emprendiendo por ejemplo el Grand Tour. Fue durante esa época cuando empezaron a aparecer al margen de hospederías religiosas y alojamientos privados, verdaderas estructuras receptoras parecidas a las que existen hoy en día. Lo que resalta de inmediato es el carácter puramente elitista de ese tipo de viaje turístico del pasado, que poco tenía a que ver con el turismo organizado y de masas que conocemos hoy. A este respecto, la revolución industrial y el desarrollo masivo de los transportes fueron los elementos clave que sirvieron para cambiar la geografía, el territorio, la industria y especialmente la sociedad misma, cuya percepción del tiempo y del espacio empezó rápidamente a cambiar, alejándose de los cánones tradicionales. Efectivamente, gracias a este proceso de transformación económica, tecnológica y social, empezado en la segunda mitad del siglo XVIII, el estilo de vida y las costumbres de las personas fueron transformándose, hecho que ha convertido a su vez el turismo en una auténtica actividad económica tal y como defiende la Organización Mundial del Turismo²:

«Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se

2 UNWTO.ORG. n.d. *El turismo: un fenómeno económico y social*. Disponible en: <<https://www.unwto.org/es/turismo>>

inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico».

En particular, en las últimas décadas, el fenómeno turístico ha crecido enormemente gracias a los avances tecnológicos, a los costes de viaje más asequibles, a la facilitación de visados y también gracias a los medios de comunicación de masas, componente fundamental en la transformación del acceso a la información. Dichos factores, junto con una economía mundial mucho más fuerte que en el pasado, han inducido nuevas necesidades de movilidad, haciendo que el turismo se consolidara poco a poco como la actividad económica principal de diversos países, convirtiéndose en el sector de más rápido aumento en términos de ingresos y de empleos. Según un estudio de 2020 del World Travel & Tourism Council sobre el impacto económico global y las tendencias del turismo³, este fenómeno ha llegado a representar un 10,3% del producto interior bruto mundial contando con un 10,4% de empleo total en 2019, alcanzando cifras récord.

Ya que este trabajo de fin de máster pretende hacer una propuesta de traducción de un sitio web italiano hacia el español, parece oportuno analizar más detalladamente los datos de los flujos turísticos de España hacia Italia.

Según informa el Observatorio Económico Italiano⁴, en 2019, último año a pleno rendimiento debido a la pandemia de COVID-19, los españoles realizaron un total de 2.151.598 viajes (+3,3% respecto a 2018; fuente: INE, 2019), con un gasto turístico que ascendió a más de 1.600 millones de euros, cifra en aumento de un +9,7% respecto a 2018 (Banco de Italia 2019). Estos datos confirman que el número de personas que visitan la península itálica está en continuo crecimiento, gracias al interés por el rico patrimonio artístico, para los paisajes y las tradiciones folclóricas, gastronómicas y vinícolas. Entrando en detalles, con respecto al Véneto, precedido solamente por el Lacio, es la segunda región italiana más interesada por las presencias de españoles, con un total de 872 mil en 2019 y un crecimiento del 2,9% respecto al año anterior. Efectivamente, la región Véneto se reconoce de forma casi unívoca por su amplio litoral, elemento que ha representado durante diversos años la olla de oro del territorio. Se puede afirmar que la región ha fundamentado su desarrollo turístico en la oferta costera, identificando en las localidades de Caorle, Jesolo, Eraclea y Bibione sus principales polos turísticos.

3 WTTC.ORG. (2020). *Travel and tourism: global economic impact & trends 2020*. Disponible en: <<https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>>

4 INFOMERCATIESTERI.IT. (2021). *Flussi turistici: Spagna verso l'Italia*. Disponible en: <https://www.infomercatiesteri.it/turismo_out.php?id_paesi=92#>

Según lo investigado por el Observatorio, entre los productos turísticos que los españoles aprecian más se encuentran en primera posición las ciudades de arte, seguidas de los lagos, de las pequeñas ciudades y pueblos, del turismo gastronómico y enológico, de la naturaleza y de los parques y del turismo deportivo, estos últimos con un aumento considerable respecto a 2018. En este sentido, la localidad de Caorle, objeto de mi propuesta de traducción, se configura como el destino ideal para las necesidades y preferencias de los turistas españoles, tanto por su posición y características, como por su amplia oferta de variedades de turismo. Centrándonos precisamente en ella, el turismo representa la mayor fuente de ingresos para esta localidad costera, siendo el ámbito principal en el que se basa su economía. Concretamente, gracias a un estudio del profesor Turchetto (2009), sabemos que el sector turístico empezó a acompañar y hasta a superar el de la pesca y el de la agricultura, hasta entonces predominantes, durante los años 60 y 70. Fue en esa época cuando se produjo una explosión del fenómeno de masas llamado turismo fordista, generado tanto por los factores socioculturales como por los económicos y demográficos, es decir, vacaciones, aumento de la renta disponible, empuje de la urbanización etc.

Cabe decir que en el pasado se solían crear puestos de trabajo y empresas de turismo en zonas menos desarrolladas, lo que ha ayudado pueblos como el de Caorle a equiparar sus oportunidades económicas y a incentivar a los habitantes a permanecer en lugar de emigrar a las grandes ciudades, ya superpobladas. Ha sido gracias a esto si hoy en día la actividad turística representa para Caorle una de las principales fuentes de empleo, además de ser también un estímulo para inversiones en infraestructuras que contribuyen a la mejora de las condiciones de vida tanto de los turistas como de los residentes locales.

1.2 DEL TURISMO TRADICIONAL AL TURISMO 2.0

Entender el comportamiento de los turistas es un punto crucial para las instituciones y operadores con el fin de descodificar todas las actividades útiles para desarrollar, vender y comunicar el abanico de servicios turísticos disponibles. Efectivamente, mediante un atento análisis, es posible influenciar las decisiones de los turistas y de los consumidores, diseñando y estableciendo estrategias personalizadas.

Sin embargo, como sugieren Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985) el estudio de los comportamientos de los turistas es mucho más complejo si se compara con el de los clientes “tradicionales”. Esto se debe a que no se trata de consumo de bienes tangibles sino de servicios, que tienen unas propiedades intrínsecas de intangibilidad, inseparabilidad de producción y consumo, heterogeneidad y perecimiento del producto, factores por los que el análisis de mercado viene a ser mucho más meticuloso y complicado de lo normal. En efecto, el proceso de adquisición de servicios turísticos está sujeto a una fuerte componente emotiva y es el resultado de un proceso bastante largo de planificación, elección, valoración y evaluación entre muchísimas alternativas diferentes por parte de los compradores.

A esto se añade que numerosos estudiosos han descubierto que durante el proceso de compra de un producto los consumidores perciben un cierto nivel de riesgo que intentan contrarrestar mediante el uso de diferentes métodos de búsqueda de información (Hugstad, Taylor y Bruce, 1987). A este propósito, cabe añadir que la intangibilidad de los servicios turísticos aumenta dicha percepción del riesgo, así que antes de comprar definitivamente un servicio, los potenciales turistas intentan buscar y adquirir una gran cantidad de información e imágenes que les permita anticipar en cierto modo el mismo consumo mediante el incremento de sus propias expectativas.

Lo que se encuentra durante la fase “preparatoria” al viaje influye mucho en las decisiones de los turistas y en sus elecciones, por lo que la información en sí desempeña un papel fundamental en toda la industria del turismo. El turista, viajando a un lugar diferente de su residencia habitual y donde en la mayoría de los casos nunca ha estado anteriormente, se dispone a la búsqueda de todos los detalles del destino deseado para empezar a descubrirlo y a conocerlo, reduciendo de este modo el riesgo de experimentar algo desconocido.

A este respecto cabe decir que el proceso de obtención de información ha sufrido, así como el turismo en sí, importantes cambios durante las últimas décadas. En efecto, mientras el “turismo tradicional” o de primera generación estaba caracterizado por la unidireccionalidad del intercambio de

información, la nueva generación ha hecho que el turista pasara de ser un simple espectador de contenidos a un verdadero actor protagonista de la red (Antonioli Corigliano & Baggio, 2011: 236).

En otras palabras, dirigiendo la mirada hacia los años anteriores a la revolución digital, que tuvo lugar entre los 50 y los 70, podremos darnos cuenta de que en esa época los turistas recibían la información de forma casi totalmente pasiva mediante folletos, guías, catálogos y paquetes turísticos organizados, sin poder ampliar demasiado sus investigaciones según sus gustos.

El advenimiento de Internet de las últimas décadas, en cambio, ha hecho que esta circunstancia se transformara completamente, alterando los productos que hasta entonces habían sido estáticos y convirtiéndolos en productos dinámicos e interactivos en la red. Con las nuevas páginas web, blogs y plataformas, el turista, además de ser tal, en la fase previa al viaje viene a ser también un usuario, libre de elegir y seleccionar los contenidos que le interesan y que quiere consultar. El usuario, como indica el sustantivo, es el "que usa algo", así que el turista ya no se limita a leer contenidos, sino que también los utiliza activamente.

A esto hay que añadir que la transición del soporte impreso al soporte digital con su interactividad ha permitido y sigue permitiendo intercambio de información, investigación y acceso en cualquier momento o lugar a los servicios ofrecidos por Internet, funciones impensables en el soporte impreso. Asimismo, la multimedialidad de las nuevas tecnologías ha hecho que los turistas confiaran aún más en lo que ven: en efecto, la dinamicidad y el hecho de tener la información en diferentes formatos como audios, enlaces, videos, fotos y textos les da la sensación de experimentar realmente sus vacaciones por adelantado. Es precisamente esta multimedialidad la que hace que la mayoría de los sitios web se denominen hipertextos, concretamente, según el DLE⁵ se trata de conjuntos estructurados de textos, gráficos, etc., unidos entre sí por enlaces y conexiones lógicas. La característica principal que diferencia esta peculiar tipología de texto de los textos tradicionales es sin duda la no secuencialidad frente a la linealidad típica de un texto en papel. De hecho, los documentos web desafían cualquier visión tradicional del texto ya que la linealidad en su sentido literal se disuelve desde que en línea el lector elige su camino y construye su "linealidad subjetiva" (Cappelli, 2007: 5). Debido a la construcción estructural de las páginas web, llenas de secciones, subapartados, hipervínculos y elementos gráficos, el procesamiento del texto se configura como discontinuo y es difícil delimitarlo claramente, así que, saltando una secuencia fija y preestablecida, es el mismo usuario quien elige cómo organizar y ordenar su propio "camino" virtual. Precisamente debido a este tipo de lectura no secuencial, es probable que los usuarios naveguen rápidamente y se sientan

⁵ Diccionario online Real Academia Española, voz *Hipertexto*, disponible en la dirección: <<https://dle.rae.es/hipertexto>>

motivados para saltar párrafos o secciones enteras, según sus intereses y percepciones. Sin embargo, hay que reconocer que esta conducta es altamente perjudicial en las páginas turísticas, donde es importante que los clientes potenciales echen una ojeada a todos los apartados para darse cuenta de todos los servicios ofrecidos por el destino promovido por la página frente a aquellos de los competidores. Por consiguiente, para animarlos a que lean todas las secciones y a que hagan clic en todos los hipervínculos o videos presentes, los dirigentes de las administraciones de turismo que se encargan de la información o, mejor dicho, del contenido de la página tendrán que asegurarse de que el texto sea corto y conciso y de que el diseño sea atractivo, evitando emular el estilo típico de los textos lineales tradicionales. Citando al profesor Splendiani (2014), docente de economía del turismo de la Universidad de Perugia:

«Nel rapporto tra turista e destinazione le informazioni rappresentano un bene essenziale, non solo di supporto rispetto alla fruizione dei servizi turistici ma anche integrante l'esperienza stessa, basti pensare alle esperienze turistiche di tipo culturale e non solo. Il modo, i tempi e gli strumenti con i quali le destinazioni – e le imprese turistiche – forniscono informazioni ai turisti attuali e potenziali, dunque, rappresenta un elemento-chiave di competitività. In tal senso può essere di grande aiuto la Rete, capace di sfruttare una serie di proprietà che consentono di accrescere il valore creato sia per l'impresa che per l'utente».

Acerca de la situación actual también conviene subrayar que, con la variedad y riqueza de ofertas y de páginas proporcionadas por la web, la planificación del viaje viene a ser mucho más fácil que en el pasado debido a que ya no es necesario conseguir números y números de guías o catálogos turísticos en papel, sino basta solamente con tener un ordenador con conexión a Internet. Asimismo, las herramientas de ordenadores, teléfonos inteligentes y tabletas permiten acelerar y agilizar este proceso incluso a través de búsquedas específicas por palabras, de modo que los turistas-usuarios pueden ir directamente al grano sin tener que averiguar manualmente entre cientos de páginas impresas, conforme con la impaciencia y exigencia de rapidez que caracteriza nuestra época moderna.

Desde el punto de vista de la oferta y, por lo tanto, desde el punto de vista de los vendedores, ha aumentado progresivamente el número de operadores turísticos e instituciones municipales que eligen la red como medio favorito para proporcionar mayor visibilidad a su oferta de servicios, con el propósito de explotar el potencial comercial y económico de esta herramienta. De hecho, reconocen que los turistas modernos ya no buscan simplemente información sobre una única meta, sino que tratan de comparar las diferentes propuestas estando atentos a la relación calidad-precio de servicios y alojamientos, a cuánto una página refleja sus necesidades y sus expectativas de diversión y a si todo lo propuesto es idóneo al tipo e idea de vacaciones que tienen pensado realizar. Solamente tras un

más o menos minucioso proceso de comparación procederán a tomar una decisión definitiva o, si procede, directamente a la compra, basándose con toda probabilidad en cuál es el medio de comunicación consultado más atractivo y funcional entre todos. Esto les otorga una mayor autonomía a los usuarios a la hora de planificar sus estancias, haciéndolos sentir más responsables en la realización de decisiones que, siendo analizadas y profundizadas en primera persona, les resultan más seguras y fiables. Mediante Internet, el turista moderno logra la independencia también mediante la participación activa en la construcción y libre publicación de contenidos que les permite alejarse de las agencias de viaje y de los productos en papel, acercándose por el contrario a una interacción directa con los operadores turísticos, con las instituciones y con los demás viajeros. Baste pensar en las redes sociales o en aplicaciones como *TripAdvisor* donde el turista puede comprobar la información encontrada tanto leyendo las opiniones y los comentarios de los demás, como haciendo directamente preguntas en el foro de viajes. Todos los comentarios publicados en línea representan un importante recurso en la atribución de confianza hacia un operador, institución, portal o más en general hacia un mismo destino turístico.

Por su parte, mediante la presencia en la red, los operadores turísticos y las instituciones que se encargan de diseñar y gestionar las páginas web logran desarrollar un canal de promoción, comercialización y distribución a bajo coste. Adicionalmente, la posibilidad de proponer ofertas adaptadas a las demandas del mercado y de aplicar estrategias de marketing customizadas les permite ampliar sus canales de distribución, aumentando junto con el tráfico en sus propios sitios el número de contactos calificados, es decir, los clientes potenciales realmente interesados en lo que se ofrece y que son por consiguiente más propensos a convertirse en efectivos compradores de los servicios prestados. En este sentido, el diseño de la página web desempeña una función esencial ya que, como señala Nielsen (2012: 1), determina el atractivo y el nivel de facilidad de acceso e intuición percibidos por los usuarios. Este concepto, llamado *web usability*, es precisamente el atributo cualitativo que evalúa la facilidad de utilización de las interfaces de usuario y está definida por cinco componentes de calidad. La primera, *learnability*, hace referencia a cuánto fácil les resulta a los usuarios realizar las tareas básicas cuando se encuentran con el diseño de la página por primera vez. La segunda es denominada *efficiency* y remite a la rapidez con la que los usuarios consiguen realizar las tareas una vez que ya hayan aprendido el diseño. Estas van seguidas de la *memorability*, es decir, la facilidad con la que vuelven a dominar el diseño de la página después de un periodo sin utilizarla. En cuarto lugar, Nielsen identifica los *errors* que, como podemos imaginar por el nombre, hace alusión a cuántas equivocaciones incurren los usuarios mientras utilizan una página web, a la gravedad de dichos errores y a la facilidad con la que eventualmente consiguen recuperarse de ellos.

Finalmente, el último componente es la *satisfaction*, con la que se pretende analizar en qué medida es agradable utilizar el diseño de una determinada página web. A estas características principales Nielsen añade otras paralelas, entre estas la *utility*, que se refiere a la efectiva funcionalidad del diseño de la página. Según él, la *utility* es igual de importante que la *usability*, ya que juntas determinan si la página es útil:

«It matters little that something is easy if it's not what you want. It's also no good if the system can hypothetically do what you want, but you can't make it happen because the user interface is too difficult. To study a design's utility, you can use the same user research methods that improve usability» (Nielsen, 2012: 2).

Es preciso señalar que en la red la *usability* es una condición necesaria, por no decir indispensable, para la supervivencia. A este respecto, los creadores de las páginas web tienen que plantearse cómo poder mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño y comprobar mediante intentos si sus productos finales respetan todas las componentes de calidad mencionadas anteriormente para eventualmente optimizarlas. En particular modo en una página turística, como ya he mencionado anteriormente, la dificultad de uso podría desanimar a los usuarios llevándolos a abandonar la página o incluso el destino elegido por desconfianza hacia los organismos turísticos del mismo. Desde la posición de Nielsen (2012: 2), si la página principal no expone claramente lo que ofrece una empresa o institución y lo que se puede hacer en el sitio web, los usuarios se van. Del mismo modo, si estos se pierden en el sitio y si la información es difícil de leer o de hallar o si no responde a las preguntas clave de los usuarios, estos no tardarán en abandonarla en favor de otras. En concreto, el abandono es la estrategia más utilizada por los usuarios que se encuentran con dificultades, aunque mínimas. Es por esto por lo que en un contexto dirigido a la adquisición de turistas potenciales, se hace necesario diseñar y construir una página que sea eficiente y funcional desde el punto de vista de la *usability* y que sea al mismo tiempo atractiva desde el punto de vista del diseño y capaz de satisfacer a los usuarios al fin de incitarlos a volver a visitar pronto la página o a recomendársela a otros. Naturalmente, esto genera rendimientos instantáneos y futuros para el destino turístico en su conjunto, es decir, para todos los organismos, entes, profesionales, operadores y trabajadores involucrados.

Desde una perspectiva económica, como afirma Splendiani en su artículo (2014):

«La qualità e l'utilità dei contenuti veicolati in rete possono dunque rappresentare elementi strategici per la competizione nel turismo, capaci anche di sovvertirne le regole, tradizionalmente fondate sull'efficienza produttiva e sull'immagine di marca consolidata nel tempo. La Rete ha consentito e consentirà in futuro a molte micro-imprese di crescere e di raggiungere successo competitivo, soprattutto quelle capaci di posizionarsi su micro-segmenti

di mercato, formati da utenti che richiedono prodotti/servizi altamente personalizzati, spesso unici, secondo il famoso principio della long tail (coda lunga), cioè la possibilità di offrire in Rete prodotti in un numero enorme di versioni e quindi soddisfare una moltitudine di esigenze, superando i limiti spazio-temporali della distribuzione tradizionale».

1.3 LA ESCRITURA EN LA WEB

En respuesta a las características y requisitos de los nuevos medios y de la nueva era digital, los contenidos que antes aparecían solamente en papel han comenzado a ser desplazados con bastante celeridad hacia las pantallas. Sin embargo, el funcionamiento y las enormes potencialidades de esta nueva herramienta llamada red todavía no estaban muy claras, factor que ha conllevado cierta tardanza en llegar a una verdadera escritura para la web que tomara en consideración la multimedialidad de esta nueva tipología textual. De hecho, como señala en su libro Pulcini (2011: 12), pionero en la creación de información multimedia para sitios web, muchos se limitaron únicamente a transportar el contenido del papel a la web físicamente sin cambiar su forma, cayendo en el error de la “electronificación” de la composición. Como Pulcini, muchos investigadores respaldan la teoría de que estas “mudanzas” de textos y contenidos tenían resultados desastrosos en términos de *usability*; en efecto, las páginas web se diseñaban a menudo sin ninguna idea de interacción con los usuarios. Al fin de que los nuevos documentos electrónicos empezasen a funcionar y a ser explotados en todo su potencial era necesario subvertir esa idea de mudanza en aras de un proceso de adaptación y transformación que hiciese entender a los creadores de contenidos que lo que requería la web no era un simple texto sino un hipertexto. A juicio de Pulcini (*ivi*: 25): “una rivista o un giornale cartaceo si redigono, un sito o una pubblicazione del Web si costruiscono”, por lo que los hipertextos requieren un cuidado especial tanto en la fase de diseño como en la de creación. Pulcini (*ibid*) compara el hipertexto a un árbol que hay que construir y curar con todas sus ramificaciones: la construcción de la estructura es el primer paso para el desarrollo de cualquier página web y precede las sucesivas ramificaciones hipertextuales.

A nivel estructural, podemos distinguir entre tres diferentes tipologías de hipertextos. La primera es la estructura lineal y es el modelo que se aleja menos de los textos tradicionales debido a que sus páginas están conectadas entre sí de manera secuencial y bastante lineal. Los usuarios pueden profundizar en el tema tratado en el nodo primario solamente dirigiéndose de forma ordenada otro nodo secundario. En segundo lugar, encontramos los hipertextos de estructura jerárquica, es decir, donde los nodos están colocados en distintos niveles y cada nodo “padre” posee un nodo “hijo” que a su vez posee otro u otros con el objeto de continuar, mediante una conexión oportuna, el tema tratado en principio por el nodo “padre”. La navegación en este tipo de sitio se lleva a cabo desde arriba hacia abajo y el nodo “padre” sirve de englobante de todos los demás. Por último, distinguimos el hipertexto con la estructura más avanzada, es decir, circular o referencial, donde todos los nodos están interconectados entre ellos de manera no secuencial. En efecto, según este modelo desde un nodo se puede llegar fácilmente a todos los demás nodos de la página web, gracias sobre todo a la

presencia significativa de enlaces hipertextuales. Me encuentro perfectamente de acuerdo con Pulcini en afirmar que esta última tipología de estructura es la que garantiza una mayor *usability* a los usuarios: «la ramificazione circolare infatti rende il navigatore padrone assoluto della situazione permettendo di procedere liberamente nella esplorazione della composizione e, soprattutto, fornendo la possibilità di muoversi e orientarsi con molta facilità» (*ivi*: 26).

El caso específico de la página web turística objeto de este trabajo, Caorle.eu, se enmarca en esta tercera tipología. La elección de la estructura circular se debe con toda probabilidad al hecho de que es la estructura con el grado de libertad del usuario más alto entre las tres y también al hecho de que la capacidad y oportunidad de poder elegir qué ver y cuándo hacerlo se conjuga perfectamente con el prototipo de turista moderno o turista 2.0. En este modelo, se consigue distribuir la información de manera uniforme y se permite además llegar a un determinado tema pasando por una infinidad de otros temas enlazados entre sí a través de referencias o palabras clave. Una de las tareas del diseñador del hipertexto es la de crear los enlaces entre las distintas secciones de información de manera que el usuario pueda orientarse sin perder el sentido de la orientación. El diseñador, junto con el dirigente de la administración de turismo de la ciudad, tiene que preguntarse quién es el turista-usuario, qué quiere saber en primer lugar y qué en segundo lugar, qué es lo que considera más importante y qué en cambio en su percepción un particular. Cabe recordar que escribir o adaptar páginas web no significa solamente estudiar atentamente al público y la información que hay que proporcionar, sino también ocuparse de cómo presentar gráficamente el sitio a fin de que sea atractivo. Como sostiene Grasso (2002: 32), el texto y el diseño gráfico deben concebirse siempre juntos.

Mediante una investigación quinquenal basada en las acciones y opiniones de usuarios reales, Morkes y Nielsen (1997: 2) han identificado tres características principales para la escritura en la Web, afirmando que una página adquiere un nivel mucho más alto de *usability* cuando se presenta como concisa, escaneable y objetiva:

«Users do not read on the Web; instead they scan the pages, trying to pick out a few sentences or even parts of sentences to get the information they want.

Users do not like long, scrolling pages: they prefer the text to be short and to the point.

Users detest anything that seems like marketing fluff or overly hyped language ("marketese") and prefer factual information».

Vamos a entrar en los detalles al fin de entender mejor estas palabras. Como ya hemos visto, el usuario medio, al encontrarse con textos muy extensos, densos y mal organizados, donde es difícil encontrar específicamente lo buscado, se estresa y frustra pronto, por lo que tiende a renunciar a la búsqueda abandonando rápidamente la página. Efectivamente, los usuarios de la web asocian el concepto de

legibilidad con el esfuerzo requerido para completar la tarea y son por esto más propensos a empeñarse en textos que requieren menos esfuerzos. Según los estudiosos, es por este motivo fundamental que en las páginas web hay una combinación equilibrada de claridad y cantidad: la concisión. Este rasgo se puede conseguir mediante una cuidadosa organización de la información, el uso de oraciones temáticas, la limitación de cada párrafo a una idea principal y, por supuesto, una correcta cantidad de información. A nivel estilístico, cabe mencionar también que sería mejor evitar o por lo menos limitar el empleo de una excesiva adjetivación, de las subordinadas o de las frases pasivas, elementos que contribuirían a una menor fluidez de lectura. De todos modos, para que un texto en pantalla sea legible no es suficiente que sea conciso, sino que tiene que facilitar el camino visual de los usuarios mediante una precisa disposición espacial, de ahí que tenga que ser fácilmente “escaneable”. Por lo que concierne a esta característica, los estudiosos Morkes y Nielsen han analizado el comportamiento y los movimientos oculares de un grupo de participantes frente a un texto en la web con el que no estaban familiarizados. De los datos recopilados se desprende que la mayoría, unos quince, abordó el contenido de una manera peculiar, es decir, intentando escanearlo antes de adentrarse en la lectura completa y que solamente tres usuarios empezaron directamente leyéndolo palabra por palabra, desde arriba hacia abajo (Morkes y Nielsen, 1997: 8). Al fin de incrementar dicha característica, y junto con ella la usabilidad del texto, existen numerosos elementos que un diseñador puede incluir en una página web para destacar determinados contenidos. Entre las diversas técnicas están el marcar los títulos, el poner la letra grande, el poner en negrita, resaltado o subrayado determinadas palabras clave y el incluir gráficos, imágenes con pie de foto, tablas de contenido o listas. Obviamente, estos aspectos tendrán que ser respetados también en la traducción ya que son tan importantes como el mismo contenido. En apoyo de los hallazgos de Morkes y Nielsen existen numerosos estudios; en particular, me gustaría hacer hincapié sobre la investigación llevada a cabo por el profesor Ziming Liu, de la Universidad Estatal de San José. Analizando los hábitos de lectura de ciento trece usuarios con un grado de educación elevado, Liu ha comprobado cómo el avance del tiempo y de las tecnologías han hecho que surgiera un nuevo tipo de lectura en pantalla, caracterizado por «navigazione, ricerca di parole chiave, lettura di segmenti di testo non continui, singole letture invece che letture ripetute del testo, e in generale lettura meno approfondita e concentrata» (Liu, 2005: 700). Una lectura por lo tanto hecha de *scanning* y *skimming*, o sea, de escansión y selección rápida de la información, con visitas repentinas a otras páginas o enlaces.

Acerca de la objetividad, Morkes y Nielsen sugieren utilizar un lenguaje con cierto nivel de neutralidad, que presente la información sin exageraciones, afirmaciones subjetivas ni alardes. Según ellos, adjetivos como “genial” o “abrumador” tendrían que eliminarse, a menos que no estén respaldados por datos y pruebas reales. De hecho, su opinión es que, al encontrarse con un lenguaje

promocional demasiado persuasivo denominado *marketese*, los usuarios gastan recursos extra para filtrar las hipérboles, entender cuál es la realidad y llegar a los hechos. Sin embargo, los estudiosos reconocen la existencia de una gran variedad de ámbitos y tipologías de páginas web, por lo que recomiendan evaluar el propósito de cada una al fin de encontrar un equilibrio razonable entre objetividad y persuasión.

En el caso concreto de las páginas turísticas es inevitable y esencial que se produzca un lenguaje persuasivo, orientado a convencer a los lectores-turistas a convertirse en clientes reales, ya que un producto se hace turístico justo cuando se empieza a valorizar. En Internet, este proceso de valorización ocurre a través de fotografías, videos atractivos, diseños y formatos cuidadosamente estudiados, pero especialmente a través de un lenguaje persuasivo, cuyo objetivo es influenciar positivamente a los lectores. En términos generales, el lenguaje constituye el medio privilegiado para simpatizar con el público y se demuestra determinante en la función de atracción y anclaje del turista: cuanto más se cuiden los aspectos lingüísticos, mayor será la eficacia comunicativa del texto turístico. Los adjetivos, adverbios y sustantivos persuasivos son precisamente lo que contribuye mayormente a atribuirle ese valor a los productos y servicios ofrecidos a los ojos de los turistas potenciales. Efectivamente, los movimientos turísticos encuentran su fundamento precisamente en esas valorizaciones: el turista necesita la promoción para informarse, decidir, modificar y tal vez integrar su viaje. Sin embargo, huelga decir que no debe haber una superabundancia de positividad, de lo contrario el texto podría resultar poco sincero.

A raíz de las tres características básicas identificadas por Morkes y Nielsen, esto es, concisión, escaneabilidad y objetividad, es posible definir otros elementos de primera importancia para la escritura en la Web.

Hablamos, por ejemplo, del método de la pirámide invertida, que consiste en presentar la información más importante al principio (puede ser incluso lo que normalmente se considera la conclusión), seguida solamente en un segundo momento por los detalles y las informaciones de fondo. Esta tipología de escritura se opone una vez más totalmente a la escritura tradicional en papel, de estructura piramidal. Efectivamente, los textos tradicionales suelen empezar por los detalles menores, respaldados por una idea de fondo que de manera gradual dirige hacia lo que es la conclusión lógica. La información aumenta poco a poco y la pirámide va construyéndose por partes hasta llegar a su punta, el núcleo informativo o meollo del asunto. Como acabo de mencionar, en la Web esta pirámide se voltea completamente y el estilo de escritura contempla ir directamente al meollo de la cuestión según las exigencias de los usuarios modernos:

«Usability studies show that users are impatient to reach the information they want. Useful information needs to be pushed upwards, towards the users from the huge information cauldron. This needs a design effort in logical breaking of the hierarchy and suggesting a new navigation system that lets the users make choices and be in control of the parameters they need to define for reaching a piece of information» (Joshi, A., Mathur, G., 2004: 1).

Mediante el empleo de esta técnica, hasta los usuarios que se limiten a leer un solo párrafo serán capaces de conocer cuál es el paso dominante de todo el texto. Habida cuenta de que los usuarios modernos suelen ser bastante impacientes con respecto a los contenidos que no les llaman la atención, el modelo de pirámide invertida aborda este aspecto de su comportamiento aportando diversas ventajas, señaladas por Schade en su artículo *Inverted Pyramid: Writing for Comprehension* (2018: 2-3). Ante todo, la estudiosa identifica una sustancial mejora de la comprensión puesto que gracias a esta estructura los usuarios pueden formarse rápidamente un modelo mental que les ayudará a entender de modo general el artículo y los detalles contenidos en el mismo. Asimismo, el modelo invertido disminuye el coste de interacción de los usuarios ya que consiguen entender el punto principal de la página sin tener que dedicar demasiado tiempo a la lectura en sí. Por otro lado, se fomenta el *scrolling*, es decir, el fenómeno de desplazamiento o deslizamiento de texto, imágenes o vídeo a través de un monitor o pantalla, que ocurre vertical u horizontalmente. En efecto, la estructura de la pirámide invertida invita a los usuarios a que deslicen ya que despierta su interés por la cuestión principal atrayéndolos hacia los detalles que figuran posteriormente. Además, utilizar el estilo de pirámide invertida puede estructurar el contenido de forma lógica; de hecho, empezar brindando información amplia sienta las bases para todo lo que sigue, por lo que elementos como los enlaces ancla o de salto (enlaces internos que llevan al contenido de una misma página dentro de un sitio web) pueden resultar innecesarios cuando el contenido ya está estructurado para atraer a los usuarios hacia abajo en la página. Por último, pero no por ello menos importante, puede facilitar a los lectores que hacen *skimming* ya que pueden dejar de leer en cualquier punto de la página quedándose de todas formas con lo principal. Como resultado, utilizar el modelo de pirámide invertida antes que el tradicional en el mundo de la escritura del web ayuda a involucrar e informar a los usuarios con mayor eficacia, haciendo coincidir mayormente la estructuración de la página con el enfoque real del usuario medio. Las personas que leen en línea tienen según los estudios menor capacidad de atención, poco tiempo y, sobre todo, poca paciencia, por lo que presentar el asunto principal de inmediato ayuda a generar más interés y a mantener alta la atención.

Junto con la estructura de pirámide invertida, otra cuestión muy importante en el proceso de diseño y escritura de una página web es el formato del texto. Con formato nos referimos a las cuestiones que tienen que ver con el aspecto y la forma de presentar un texto, esto es, todo cuanto se marca para

añadirle datos de estilo: los colores, el tipo de letra, el estilo de la letra, el tamaño y las características especiales como los hipervínculos. Estos elementos son los que definen el carácter y la personalidad de una página y adquieren un gran protagonismo a la hora de diferenciar el sitio web de aquello de los competidores dado que contribuyen a hacerlo más impactante. Debido al gran número de páginas existentes, los diseñadores y los proveedores de productos y servicios deben esmerarse en crear un sitio con una experiencia de usuario óptima que consiga que quieran volver a visitarla. Elegir una tipografía adecuada hará que los contenidos sean más agradables y fáciles de leer, por el contrario, equivocarse en la elección hará que los usuarios abandonen la página en aras de algo que se acomode mayormente a sus gustos y necesidades.

Los aspectos básicos a tener en cuenta para no perder los accesos en línea conciernen la legibilidad, la jerarquía y la consistencia. Para que un contenido sea claramente legible es necesario ante todo elegir una fuente con caracteres que sean estéticamente más lineales y sencillos frente a fuentes con líneas sinuosas y más elegantes que son en cambio menos funcionales en el sentido de que tienden a cansar los ojos rápidamente. En aras de una mayor legibilidad, también es importante maximizar el espaciado de las letras, de las palabras y de los párrafos para que cada uno de ellos pueda vivir en su propio espacio. Asimismo, hay que prestar atención al interlineado ya que demasiado o muy poco espacio entre las líneas puede dificultar la comprensión y hacer que los lectores pierdan el hilo del discurso. Además, es aconsejable que el color del texto y el del fondo sean lo suficientemente diferentes para ser distinguidos. En lo relativo a la jerarquía, es fundamental que se utilicen diversos formatos de una misma fuente al fin de identificar o, mejor dicho, jerarquizar la información de un texto. En concreto, cuerpo, título, subtítulos y leyendas de imágenes deberán tener tamaños diversos que los clasifiquen. Es cierto también que el tamaño no es el único elemento útil para jerarquizar, de hecho, a su lado encontramos la personalización o marcado de los elementos. Concretamente, para marcar la importancia de una palabra o de una parte del texto es posible poner la letra en cursiva, en negrita o en subrayado. En consonancia con las recomendaciones de la escritura en la web, es aconsejable utilizar esta herramienta con prudencia ya que un exceso crearía confusión en los lectores resultando contraproducente. Respecto a la manera correcta de destacar elementos en el texto, Pulcini (2011: 75) también recomienda evitar el uso de las mayúsculas, ya que pueden ser vistas por los usuarios como una expresión de agresividad y de hostilidad además de que su uso en Internet suele simular un tono de voz muy alto o hasta grito: las reglas implícitas de los internautas autorizan el uso de las mayúsculas solamente en los títulos. Finalmente, en cuanto a consistencia es conveniente que el diseñador y quien le encarga la creación del sitio web definan un manual de estilo que contenga las normas establecidas para todos los elementos tipográficos como el tipo de letra, el color y el tamaño para garantizar coherencia y uniformidad a lo largo de toda la página web.

Para concluir este apartado, me parece oportuno resumir en algunos puntos las características distintivas que las páginas web de destinos turísticos deberían tener para aprovechar al máximo su potencial de promoción turística:

a) Compatibilidad con dispositivos móviles

Estar presentes en línea resulta ser un dato imprescindible para cualquier tipo de actividad comercial y aunque hoy en día no es suficiente limitarse a esto, una buena estrategia de marketing digital debe tener como punto de partida una página web. Efectivamente, para que resulte realmente eficaz en términos de visibilidad, hace falta que la página web tenga determinadas características, de acuerdo con las necesidades de la época. En el día de hoy, podemos afirmar a ciencia cierta que la mayoría de las personas utiliza internet para buscar información y, aún más importante, suele hacerlo desde un dispositivo móvil tal como un teléfono inteligente o una tableta. Para tener bajos porcentajes de rebote, la página tendrá que ser totalmente adaptada y compatible con los dispositivos móviles: de hecho, cuanto más bajo sea el porcentaje, menor será el número de visitantes que abandonen el sitio después de haber visto solamente una página en unos cuantos segundos.

b) Detección de la demanda

Una buena estrategia de web marketing permite interceptar a los turistas potenciales de manera rápida y directa, identificando además por completo sus hábitos de viaje, sus solicitudes usuales y sus expectativas. Las estadísticas y las encuestas ayudan a las administraciones turísticas a conocer la demanda y a desarrollar tácticas para moldearla que consigan la optimización de los recursos. En efecto, tener estos datos es un elemento valioso ya que permite construir y diseñar un sitio web que se adapte perfectamente a la demanda en lo que concierne a la gestión de las promociones, a los incentivos de marketing, al lanzamiento de nuevos servicios y mucho más.

c) *Usability*

Como ya he dicho anteriormente, la facilidad de acceso y de uso de una página web es un elemento clave, con mayor razón en el caso de los portales turísticos. Es muy importante que los usuarios encuentren fácilmente la información y que esta aparezca de forma ordenada y coherente, sobre todo cuando tengan que reservar o comprar los servicios ofrecidos. En este sentido, el texto, claro y legible, deberá contener toda la información pertinente acerca del

servicio o del producto ofrecido: tipo de servicio, horarios, fechas, tiempo de duración, precio, etc. Además, el tiempo de carga de la página deberá ser muy breve para que los lectores no se pongan nerviosos y, obviamente, deberán poder identificar rápidamente los datos de contacto y, en el caso de que existan, los iconos y enlaces útiles para la compra de entradas a museos, galerías, teatros, viajes en barco, pases de transportes y servicios de todo tipo. Otro recurso que se debe ofrecer en una página web para que pueda contar con un buen nivel *usability* son las *Frequently Asked Questions*, es decir, las preguntas más frecuentes: al fin de aclarar las dudas más comunes entre los usuarios, es imprescindible predecir y luego ofrecer preguntas relacionadas con cuantos más temas posibles.

d) *Storytelling*

A las características que ya se han descrito, cabe añadir otro elemento que puede aportar un valor añadido a la página de un destino turístico, es decir, el saber comunicar a la perfección, también llamado *storytelling*. En concreto, se trata del arte de contar una historia y es una técnica que consiste en la creación, a través del relato, de una atmosfera mágica que conecte de forma singular a los usuarios con el mensaje que se quiere transmitir. En el caso de un destino turístico, implica conectar emocionalmente el turista directamente con la meta, narrándole qué es lo que la hace única y mejor que todas las demás, apelando a sus emociones y generando de esta manera una relación de fidelidad y confianza con él. Para conseguir un *storytelling* de calidad, los dirigentes de las administraciones de turismo que se encargan de escribir los apartados del sitio deberán trabajar mucho con la imaginación al fin de despertar emociones inolvidables en los lectores. Por otra parte, esta característica mantendrá a los usuarios con los ojos pegados a la pantalla, despertando sus ganas de seguir leyendo y explorando el sitio web.

e) *Capacidad de involucrar al usuario*

La interacción entre el turista potencial y la administración turística es parte de un proceso ineludible para poder conseguir que los usuarios se sientan realmente parte del viaje en primera persona, incluso antes de haberlo planeado en todos los detalles. Para que los portales turísticos no se configuren como una especie de discurso unilateral, es absolutamente necesario adoptar algunas herramientas que sirvan para establecer una relación directa con los lectores. Entre las más comunes, se recomienda dar la posibilidad a los usuarios de abonarse a un boletín de noticias actualizado y la de poder contactar directamente a los encargados de la página para recabar información adicional a través una sección dedicada. Por lo que

concierna al texto en sí mismo, en aras de un mejor *engagement* se aconseja estimular a los lectores haciéndoles algunas preguntas directas.

f) Incentivar la compartición en línea

Un turista satisfecho constituye desde siempre la mejor forma de publicidad existente. En la época de mayor auge de las redes sociales, este fenómeno se ha intensificado aún más y lo primero que hace un turista cuando está satisfecho con su experiencia es justamente publicar fotos, videos y comentarios para comunicarle tanto a su red de amigos como a los demás usuarios interesados en el destino lo positiva que ha sido su estancia. De lo contrario, tampoco dudará mucho en poner comentarios negativos y críticas en caso de experiencia negativa. Alimentar este intercambio digital puede ayudar a incrementar la visibilidad de la página web y como resultado del destino mismo, por lo que es fundamental incentivar a los turistas para que compartan sus experiencias dejando comentarios y valoraciones. Del mismo modo, es importante que el destino no se promueva solamente mediante la página web, sino también mediante una red de medios sociales entrelazados entre ellos. Los hipervínculos presentes harán que los turistas se animen a ver la realidad del destino desde diversos puntos de vista, como pueden ser los vídeos del canal de YouTube, las publicaciones y los comentarios ajenos en Facebook, las fotos y los videos subidos a la página de Instagram, los comunicados oficiales en Twitter y mucho más.

g) Importancia de tener una página web multilingüe

La pandemia de COVID-19 de los últimos años ha evidenciado de manera sustancial como nunca antes la importancia del turismo internacional, marcando el papel protagónico de este sector decisivo para la economía global. Cada día más y más personas eligen destinos que están en el extranjero para pasar sus vacaciones, frente a las metas de sus propios países, empujados por el deseo de explorar nuevos horizontes y culturas diferentes de la propia. De aquí surge la necesidad de internacionalizar las páginas web, tanto desde una perspectiva lingüística como intercultural. Poder ofrecer los contenidos en diversos idiomas amplía notablemente los datos de visibilidad de una página. En efecto, según una encuesta de la Comisión Europea (2011: 29) sobre las preferencias lingüísticas de los usuarios en la UE:

«Although 9 in 10 Internet users in the EU said that, when they had a choice of languages, they always visited a website in their own language, a slim majority (53%) would accept using an English version of a website if it was not available in their own language.

Slightly less than 9 in 10 (88%) interviewees agreed that all websites produced in their country should be available in their country's official languages. At the same time, about 8 in 10 (81%) interviewees thought that all websites produced in their country should also have versions available in other languages.

Finally, more than 4 in 10 (44%) respondents in total agreed – about a fifth (19%) strongly agreed – that they missed interesting information because websites were not available in a language they understood».

De estos datos deducimos que incluso los consumidores extranjeros que dominan el inglés, o que tienen un conocimiento básico del mismo, son más propensos a tomar una decisión de compra y de viaje en confianza solamente si pueden leer los contenidos de la página en su lengua materna. Es allí, entonces, donde se hace necesaria la traducción, y en el momento en el que se decide tener un portal turístico multilingüe es fundamental decidir en qué idiomas traducirlo. Como se puede imaginar, la opción más obvia y frecuente es la de traducirlo a la lengua franca de la actualidad, es decir, el inglés, aunque no siempre es suficiente. Para decidir cuales idiomas proporcionar hay que pensar en los que se usan más en el mercado destinatario, o sea, en aquellos con los que ya se trabaja, o, en alternativa, en aquellos con los que se pretende empezar a interactuar. Al respecto, puede ser útil el análisis de los datos de tráfico de la página web para identificar los países desde los cuales se producen más accesos y navegaciones. En definitiva, agregar la posibilidad de elegir el idioma constituye indudablemente un valor añadido de una página web, con mayor motivo cuando se trata del sector turístico, basado precisamente en los movimientos de las personas.

1.4 LA TRADUCCIÓN DE PÁGINAS WEB

La traducción, al igual que la interpretación, es una práctica que tiene raíces muy antiguas y que ha ido cambiando sustancialmente durante los siglos y los milenios. Si pensamos en las primeras traducciones de la historia, seguramente nos venga a la mente la piedra de Rosetta, fragmento de una antigua estela egipcia de granodiorita inscrita con un decreto del año 196 a.C. El grabado, que contenía el mismo mensaje transcrito en tres idiomas diferentes, jeroglíficos egipcios, escritura demótica y griego antiguo, es el primer texto plurilingüe antiguo descubierto en tiempos modernos. Pensar en este artefacto seguramente nos ayude a reflexionar también sobre la diferencia abismal entre pasado y presente y en el hecho de que a día de hoy una traducción se puede hacer cómodamente desde un ordenador sin tener que tardar días y días para grabarla en tablas de piedra. Actualmente, la traducción forma parte de nuestro día a día y hasta ha llegado a ser un acto que cumplimos a menudo sin darnos cuenta. Encontramos y hacemos traducciones en los ámbitos más dispares: trabajo, escuela, Internet, televisión e incluso por la calle y esto lamentablemente ha dado lugar a una subestimación del trabajo que esta práctica conlleva. En efecto, traducir no significa solamente transponer palabras y frases de un idioma a otro como muchos creen erróneamente, por el contrario, tal y como indica la traductora y académica española Amparo Hurtado Albir (2001: 25), traducir es una verdadera «habilidad, un saber hacer que consiste en saber recorrer el proceso traductor, sabiendo resolver los problemas de traducción que se plantean en cada caso». La traducción es un desafío, es humildad y requiere respeto hacia la alteridad tanto lingüística como cultural. No es por lo tanto suficiente el mero conocimiento gramatical de dos idiomas, sino que para ser un buen traductor se requieren estudios y competencias específicas. Estoy hablando en particular de lo que distingue a un traductor de un individuo no traductor, o sea, la competencia traductora, sobre la que Hurtado Albir ha realizado diversos estudios. Según ella (Hurtado Albir, 1996: 141), como se acaba de mencionar, la competencia traductora representa la habilidad de saber traducir y requiere una serie de subcompetencias. La primera es la competencia lingüística, que consiste en saber comprender en la lengua de partida y en saberse expresar en la lengua de llegada. En segundo lugar, se encuentra la competencia extralingüística, es decir, los conocimientos culturales, temáticos y enciclopédicos poseídos. Luego está la competencia “traslatoria” o de “transferencia”, que significa saber comprender el texto original y volver a expresarlo en la lengua de llegada según las características del destinatario y según la finalidad de la traducción, el saber distinguir y separar dos lenguas y culturas, así como el ser capaces de enfrentarse a diferentes tipos de textos. Por último, otra competencia identificada por Hurtado Albir es la profesional, que incluye el saberse documentar y el conocer y ser capaces de utilizar las nuevas tecnologías, además del conocimiento del mercado

laboral. Sobra decir que estas son las competencias generales que un traductor debe tener para ser tal, pero que cada uno deberá adquirir competencias suplementarias según su propia especialización y los ámbitos con los que trabaja.

Este breve recorrido ha sido necesario para sentar las premisas que deben tomarse en consideración con el fin de entender realmente qué es y qué comporta la traducción de páginas web turísticas. Al respecto, cabe decir que, aunque esta práctica es cada vez más extendida y frecuente, todavía no disponemos de una extensa base de estudios teóricos sobre el tema. Como apunta Cappelli (2007: 2):

«Despite the fact that the web has indeed expanded and that the number of non-English-speaking users is steadily growing, web content translation has not as yet received a systematic treatment. Translators for the web cannot rely on the amount of theoretical support on which translators of literary or technical texts can rely. Nor does there seem to be any clear criteria to assess the quality of web translations, and yet, in a world where some businesses depend predominantly upon their presence on the World Wide Web, a good translation of the content of their websites is often responsible for their successes and failures. Tourism-related businesses certainly fall into this category of industries, but nevertheless many websites are badly translated».

Las palabras de la estudiosa se remontan a hace catorce años y aunque a día de hoy existen claramente muchos más estudios que en el pasado, los criterios necesarios para evaluar y generar una buena traducción en línea todavía no se han definido y acordado a nivel comunitario. Lo que está claro para todos es que la traducción de hipertextos requiere un conocimiento suplementario con respecto a la traducción tradicional. Mientras en esta última el traductor debe conocer la teoría de la traducción y estar especializado en el ámbito sectorial del texto, en la primera, más allá de estas, es necesario también tener una sólida especialización en lo digital. Este tipo de traducción requiere de hecho una triple especialización del traductor, debido a una multiplicidad de factores a tener en cuenta. Entre estos, los dos mayores son la especificidad del lenguaje del turismo y las características técnicas de los medios de comunicación. En otras palabras, en el plano lingüístico los traductores tienen que lidiar tanto con los tecnicismos (en el sentido más amplio posible) del lenguaje del turismo como con las estrategias que exige el objetivo promocional del texto. En el plano técnico, en cambio, los traductores deben tener en cuenta los requisitos impuestos por la necesidad de optimizar el contenido de la web para su clasificación en los motores de búsqueda (Cappelli, 2007: 8). De ahí que el traductor de páginas web no solo debe tener todas las subcompetencias de la competencia traductora y ser experto en el sector del texto, sino que también debe poseer destrezas y habilidades relativas al mundo de la promoción digital multimedia, lo que exige una actualización constante debido al carácter siempre cambiante de Internet. Dicho de otra manera, los textos digitales cuentan con enlaces y contenidos

multimedia que pueden potencialmente transformar la página en un ciclo sin fin de navegación y están por esto abiertos a continuas modificaciones, correcciones y actualizaciones, de ahí que se puedan definir absolutamente dinámicos. Su apertura a estar constantemente sujetos a cambios según las necesidades del mercado y de los clientes impide obtener un producto final acabado. El traductor “digital” deberá por esto estar preparado para asumir el reto que imponen actualmente la red y la traducción de páginas web que, como afirma Peter Sandrini (2006: 1), consiste en:

- 1- la producción de un nuevo sitio web
- 2- dirigido a otra comunidad lingüística y cultural
- 3- y basado en un sitio web ya existente,
- 4- de acuerdo con la finalidad predefinida.

Me encuentro totalmente de acuerdo con lo que afirma el investigador, o sea que traducir un sitio web significa crear un producto nuevo que varias veces llega a ser muy diferente de cómo se presentaba el original. Efectivamente, no solo hace falta prestar atención a las diferencias lingüísticas y sintácticas relacionadas con el factor cultura, sino que también es fundamental considerar los elementos extralingüísticos relacionados con la cuestión digital. El traductor, naturalmente, deberá conocer y modificar, cuando necesario, las unidades de medida, los métodos de pago, el formato de datos de contacto y las direcciones; sin embargo, al mismo tiempo deberá conocer las diferencias de uso de las páginas entre usuarios de culturas diversas, la variación de la demanda del mercado destinatario, así como las eventuales disparidades y exigencias estilísticas y gráficas. Por citar solo un ejemplo, muchos países en el mundo atribuyen diferentes significados, o incluso opuestos, a los mismos colores, por lo que mantenerlos erróneamente en el fondo, en los títulos o en el cuerpo del texto de llegada puede provocar de inmediato el abandono de los usuarios que los interpreten según su cultura. Obviamente, no es el traductor el encargado de cambiar en términos prácticos los colores, los bloques de texto o las imágenes, pero, en cuanto experto de la cultura, deberá señalarlo a quien corresponda a fin de que su traducción y el nuevo producto estén contextualizados con respecto a la cultura meta.

Otro aspecto que merece atención hablando de traducción son las razones por las cuales una página web se debería traducir a diversos idiomas. En primer lugar, cabe decir que, aunque la mayoría de los usuarios entienda la lengua extranjera en la que está escrita la página, a los lectores en línea siempre les resulta más agradable y fácil trabajar en su lengua materna. Ante todo, los usuarios experimentarán un sentimiento de total confianza hacia la administración que se haya encargado de hacer el sitio disponible en su idioma y esto llevará indudablemente a un incremento de viajes hacia el destino y

de venta de servicios. En efecto, cuanto más un usuario pueda entender, más se sentirá en armonía con quien lo acoge y más seguro estará a la hora de finalizar una reserva o directamente una compra. Del mismo modo, tener una página web multilingüe puede diferenciar a un destino de los destinos de la competencia y entrar en un nuevo mercado antes que los competidores potenciales ayuda a ganar terreno más rápidamente, permitiendo adjudicarse un mayor número de turistas. Por lo contrario, es posible que la competencia ya esté atendiendo a los turistas-usuarios en sus lenguas madre, y en ese caso habrá que traducir cuanto antes la página para llegar a ser igualmente relevantes en dichos mercados. Además, mediante la traducción de la página hacia varios idiomas, la imagen del destino turístico será reforzada; efectivamente, en Internet, tal y como en la vida real, la primera impresión es la que cuenta y adaptar el sitio a las preferencias de los usuarios extranjeros y a las complejidades culturales mediante la localización, de la que hablaré en el próximo párrafo, hará que el destino se perciba mejor. A este respecto, es preciso decir que el dinero que se invierte en los proyectos de traducción y de localización es una inversión en la experiencia de los usuarios y sobre todo en la creación de relaciones con los futuros turistas. Sobre esto, hay que decir que muchas personas consideran inútil tener que pagar a un traductor mientras existen aplicaciones y programas de traducción automática que lo hacen de forma gratuita e instantánea. Lo que hay que destacar es que por mucho que se hayan mejorado en los últimos años, siguen siendo el resultado del trabajo de un ordenador que carece de matices culturales y que no es capaz de modelar el texto al contexto como puede hacer en cambio un traductor profesional. Adicionalmente, los programas de traducción automática se basan únicamente en bases de datos continuamente actualizadas existentes en línea y cuando muchas personas acceden al servicio introduciendo en el sistema textos o traducciones incorrectas, el mismo sistema producirá soluciones de dudosa corrección, o al menos confusas. La traducción automática, carente de humanidad y sensibilidad, no puede por lo tanto sustituir a los traductores humanos con sus precisión, creatividad y elecciones estilísticas. Los costes son inevitablemente más elevados, pero no hay comparación ninguna en cuanto a la calidad. En definitiva, el comitente de la traducción que quiera obtener un producto válido y potencialmente enriquecedor en términos de clientes deberá tener en cuenta que la inversión del presente es mínima en comparación con la rentabilidad y el interés económico que adquirirá en el futuro.

Hablando de los hipertextos, no puedo dejar de definir e ilustrar el proceso GILT, acrónimo que reúne los términos globalización, internacionalización, localización y traducción. Estos cuatro conceptos pertenecen a un mismo proceso cuyo objetivo es el de expandir un negocio a un público más amplio en uno o más países extranjeros. Hoy en día, gracias a Internet y a la velocidad de las comunicaciones,

los productos y los servicios pueden ser globalizados rápidamente, pero deben seguir este procedimiento de manera ordenada para que la globalización tenga éxito.

Antes de entrar en la aplicación práctica del GILT, parece oportuno presentar las definiciones de los primeros tres conceptos según la Asociación de Estándares de la Industria de la Localización, conocida como LISA, quien ha estado ayudando a las empresas a hacer posible el negocio global:

«**Globalization:** the general process of worldwide economic, political, technological and social integration; the process of making all the necessary technical, financial, managerial, personnel, marketing, and other enterprise decisions necessary to facilitate localization.

Internationalization: the process of ensuring at a technical/design level that a product can be easily localized.

Localization: the process of modifying products or services to account for differences in distinct market» (Fry, 2003: 42-43).

Al fin de entender el proceso GILT, veámoslo entonces aplicado a una página web para la promoción turística de una ciudad con su oferta de servicios. Para empezar, el personal de ventas y el personal de marketing se encargan de la etapa de globalización y su tarea es la de recoger comentarios y sugerencias de turistas de todo el mundo al fin de crear el mejor sitio web posible, teniendo en cuenta los varios mercados y las demandas mundiales. A esa altura, los desarrolladores de software, los productores y los autores de contenidos digitales trabajan en la internacionalización de la página. Su tarea sería la de diseñar y desarrollar una página adecuada a todos los mercados, que permita una adaptación al público de llegada desde un punto de vista lingüístico, cultural y regional. La página web debe tener características de neutralidad y generalidad y debe además ser expresamente diseñada para facilitar las operaciones de modificación sucesivas. Para permitir la siguiente etapa, los encargados también deben indicar las secciones y los elementos que habrá que adaptar o localizar a un mercado específico. La visualización gráfica, las fotografías y los videos, los audios, el diseño, las descripciones, los tags y las palabras clave, entre otros, son todos elementos que no hay que descuidar en la traducción y localización de una página web. En esta fase de selección, por lo dicho antes, podemos incluir también a los traductores, ya que los desarrolladores y productores de páginas casi nunca poseen un conocimiento de la cultura meta tan profundo como el que tienen ellos. Siguiendo con la descripción del proceso GILT, los traductores, junto con los correctores, los ingenieros de software, los probadores de las páginas y los editores, se encargarán del proceso de localización, modificando todas las partes que deban ser adaptadas según el mercado objetivo. Esto comprende la adaptación del texto, de las convenciones culturales y de la interfaz de usuario. Más concretamente, las personas encargadas deberán incluir cambios para cerciorarse de que ningún elemento de la página (entre otros los colores y las gráficas) ofende al público de llegada, de que el texto pueda por ejemplo

leerse de izquierda a derecha o de derecha a izquierda según las normas lingüísticas de la cultura meta y de que los cuadros de texto sean lo suficientemente grandes como para poder manejar una eventual expansión del idioma. Claramente, cuanto menor sea el proceso de internacionalización del contenido original sufrido previamente, mayor y más larga tendrá que ser la intervención de los localizadores sobre dichos elementos. Efectivamente, el esfuerzo necesario para la localización de un sitio depende en gran medida del proyecto de internacionalización que se haya considerado durante la construcción de la página web. El último eslabón de la cadena es el proceso de traducción que el traductor llevará a cabo al fin de reproducir el sitio web a cualquier idioma necesario para el proyecto de promoción turística. A este respecto no hay que olvidar que, si está hecha bien, la traducción representa el testimonio del respeto que la administración del turismo tiene por sus turistas extranjeros.

En cuanto a la relación que tienen estos dos últimos procesos, la traducción y la localización, ha habido y sigue habiendo cierta confusión. De hecho, como señala Jiménez-Crespo (2013: 15), las primeras definiciones y metáforas apuntaban simplemente a destacar el valor añadido de los servicios ofrecidos por los proveedores de la localización, indicándola como un proceso mucho más sofisticado que la traducción. Según estas teorías, la traducción era simplemente un problema de lenguaje y quedaba relegada a las cuestiones textuales, mientras que, por otro lado, la localización iba más allá de las cuestiones lingüísticas abordando también cuestiones de contenido, aspecto y transculturalidad. Hoy en día, en gran medida gracias a los *Translation Studies*, podemos afirmar con seguridad que traducir no significa solamente transponer un texto palabra por palabra de una lengua a otra, sino que hay que estudiar y recuperar el mensaje del texto original para transmitirlo a los lectores de la lengua meta de manera que su reacción sea la misma que la de los lectores del texto original. Esto comprende claramente un buen trabajo de adaptación que se solapa de alguna forma con el propósito de la localización. Aunque sigue habiendo un debate en torno a la relación existente entre estas disciplinas, algo de que podemos estar seguros es que son procesos distintos que están en todo caso inextricablemente unidos. Tratando los procesos que interesan directamente a los traductores, actualmente la necesidad del conjunto traducción + localización es enorme desde todas las perspectivas y es igual de importante para los usuarios y para los vendedores. Por un lado, los turistas serán más propensos a elegir el destino y a comprar o reservar servicios si la página web estará en su propio idioma, por lo que los sitios no solo deben ser multilingüe, sino que deben ser atractivos e interesantes. Para cumplir este objetivo, deberán ser personalizados y adaptados a las preferencias del público del texto meta bajo todos los aspectos. Por el otro lado, en cambio, los responsables de la página tendrán la necesidad de localizarla para poder promover el destino y vender sus servicios en todo el mundo. Por supuesto, cuanto más se adapte la página a la cultura meta, mayor será el beneficio.

Como norma general, conviene reconocer que la cooperación de todas las cuatro fases es vital para conseguir que una página web turística sea promocionalmente óptima. Un buen equilibrio del proceso GILT, llevado a cabo mediante la colaboración entre todos los protagonistas de las diversas fases, permitirá ofrecer a los usuarios un producto completamente apetitoso sin que se den ni cuenta de que originalmente el sitio había sido creado y pensado para otro público con idioma y cultura diversos.

Es preciso señalar que todos estos procesos, si bien están estrechamente relacionados y cooperan entre sí, siguen estando divididos por una línea sutil que diferencia sus propósitos y misiones. A este respecto, he presentado los procesos GILT según su dependencia los unos de los otros y su importancia en el espectro económico, donde la globalización, con la búsqueda de nuevos mercados, ocupa el primer lugar y la traducción, que apunta a llegar al público, cierra el ciclo:

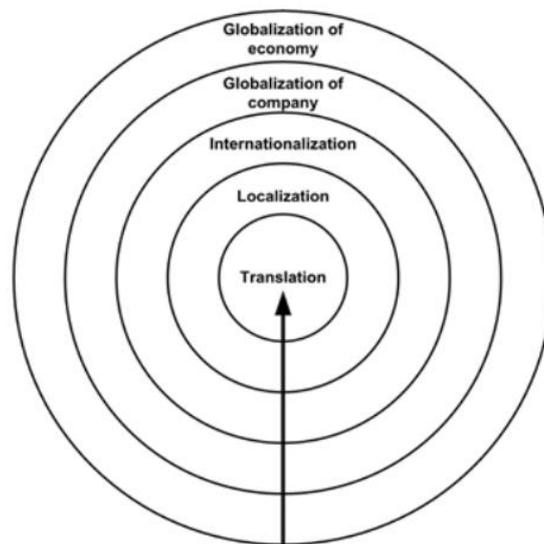


Figura 1: *The interdependence of GILT processes.* (Dunne, 2006: 5)

El modelo GILT señala el orden de los componentes según su dependencia los unos de los otros.

Es interesante también analizar la perspectiva del estudioso Dunne (2006: 4), quien, al contrario, sostiene que sería más lógico invertir el acrónimo, convirtiéndolo en TLIG. Según él, este reflejaría con mayor precisión la evolución histórica de la industria y la manera secuencial en la que los profesionales y los estrategas de las empresas han tomado conciencia de la importancia relativa de los varios procesos:

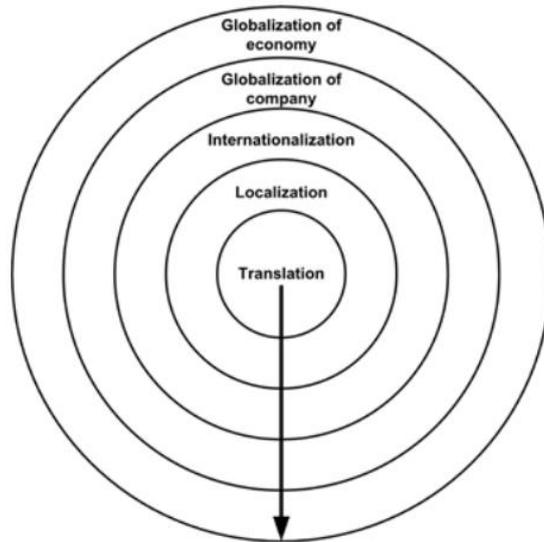


Figura 2: *Path to awareness of GILT dependencies.* (Dunne, 2006: 5)

El modelo TLIG ordena los componentes según su conciencia cronológica e importancia histórica.

Tal y como se presenta en la ilustración, Dunne pone en primer lugar la traducción, que ha existido durante miles de años y solamente en segunda posición la localización, término surgido a finales de los años 80 cuando las empresas de software empezaron con los primeros intentos de traducción de sus productos. Según el orden que propone el profesor, encontramos seguidamente la internacionalización, cuyo desarrollo fue impulsado por la llegada de la localización misma. En efecto, con esta los profesionales se dieron cuenta de que era posible realizar algunos pasos por adelantado al fin de facilitar el proceso de localización. En último lugar estaría la globalización, o sea, la meta final que se refiere al proceso de vender productos y servicios a nivel global, es decir, en los mercados internacionales.

Para Dunne (2006: 5), considerar el proceso en cuanto TLIG significaría entender la importancia de sus implicaciones en las fases de organización, práctica y conclusión de la realización de un servicio o producto. En efecto, pensarlos y diseñarlos a partir de una perspectiva más grande ya desde las etapas iniciales significaría ser capaces de encontrar el equilibrio para que funcionen eficazmente de manera conjunta. Empezar a pensar en una página web en términos de localización desde el principio significa crear un producto que facilita todo el mecanismo que lo precede:

«The need to rationalize the entire development life cycle to support the simultaneous shipment of numerous target-language versions of products in turn led larger software publishers to adopt global strategies designed to facilitate all aspects of the entire process. [...] Driving the progressive strategic shift of planning and effort upstream from translation and localization to internationalization is the larger process of international economic,

technological and financial integration, coupled with falling trade barriers, known as globalization» (*ibid*).

En conclusión, el modelo GILT o TLIG, según cualquier perspectiva se adopte, resulta ser fundamental en un mundo en el cual las barreras económicas, geográficas, políticas, tecnológicas, sociales, culturales y comunicacionales se han reducido o hasta derribado completamente. En definitiva, el carácter global de los mercados actuales impone una interdependencia entre los países de todo el mundo, por lo que no aprovechar de este modelo en la traducción de páginas web significaría ante todo no estar al tanto de los avances mundiales y, además de esto, perder la ocasión de captar a nuevos turistas con un producto personalizado que esté en sintonía con los tiempos.

Mientras los métodos de traducción que acabamos de ver se refieren al texto de una página web en su conjunto, entraremos ahora en detalles para estudiar las técnicas de traducción útiles en el caso de unidades lingüísticas más pequeñas como palabras, locuciones o frases. Durante el proceso de traducción, un traductor puede tener problemas tanto a causa de unidades complicadas como a causa de deficiencia personal en alguna habilidad o conocimiento y será justamente en ese momento cuando deberá considerar poner en juego técnicas de traducción que faciliten la resolución del asunto. Me gustaría introducir dichas técnicas mencionando la definición propuesta por Hurtado Albir (2001: 268):

«Definimos la técnica de traducción como un procedimiento, generalmente verbal, visible en el resultado de la traducción, que se utiliza para conseguir la equivalencia traductora, con cinco características básicas:

- 1) afectan al resultado de la traducción;
- 2) se catalogan en comparación con el original;
- 3) se refieren a microunidades textuales;
- 4) tienen un carácter discursivo y contextual;
- 5) son funcionales».

De acuerdo con la propuesta de Hurtado Albir, las técnicas son dieciocho: a continuación, voy a presentarlas y a explicar en qué consiste cada una. Donde sea posible, también proporcionaré algunos ejemplos prácticos procedentes de la propuesta de traducción objeto de este trabajo de fin de máster que se presentará en el capítulo sucesivo.

Adaptación	También conocida como sustitución cultural o equivalente cultural, consiste en reemplazar elementos culturales del idioma de origen por
-------------------	---

	<p>otros que se adapten a la cultura del idioma de destino.</p> <p>ST: Fiore all'occhiello</p> <p>TT: Joya de la corona</p>
Ampliación lingüística	<p>Consiste en añadir elementos lingüísticos por razones estructurales o en caso de que sea necesario solucionar una ambigüedad producida por elementos del texto original.</p> <p>ST: Aperta tutti i giorni dalle 8.00 alle 18.00.</p> <p>TT: La iglesia está abierta todos los días de 8:00 a 18:00.</p>
Amplificación	<p>Consiste en introducir precisiones no formuladas en el texto original como aclaraciones, notas del traductor, paráfrasis explicativas y notas al pie entre otros.</p> <p>ST: La Laguna di Caorle con le sue Valli di pesca ed i suoi casoni fa parte di un sistema fluviale detto Idrovia Litoranea Veneta [...]</p> <p>TT: La Laguna de Caorle con sus Valles de pesca y sus <i>casoni</i>, cabañas típicas donde solían vivir los pescadores, forma parte de un sistema fluvial llamado Idrovia Litoranea Veneta [...]</p>
Calco	<p>Es aplicada cuando un traductor recurre, crea o utiliza un neologismo en el idioma de destino mediante la adopción de la estructura de la lengua de origen. Puede ser léxico o estructural.</p>

	<p>ST: Si inizia con “La Duecento”, il secondo weekend di maggio con partenza il venerdì mattina e termine la domenica entro le 20 con un beach party finale [...]</p> <p>TT: Se celebra el segundo fin de semana de mayo con salida el viernes por la mañana y vuelta el domingo antes de las 20, con una gran fiesta en la playa [...]</p>
Compensación	<p>Consiste en introducir en otra ubicación del texto traducido un elemento de información o un efecto estilístico que no podía conservarse en el mismo lugar en que aparece situado en el texto original.</p> <p><i>No utilizada en mi propuesta de traducción.</i></p>
Compresión lingüística	<p>Consiste en sintetizar los elementos lingüísticos del texto original ya sea por falta de espacio o por falta de necesidad en compartir la información en el texto de destino.</p> <p>ST: Durante tutto l’anno si susseguono a Caorle e nei dintorni varie feste dal sapore popolare, come solo le sagre paesane sanno essere.</p> <p>TT: Durante todo el año Caorle y los alrededores organizan inolvidables fiestas populares de todo tipo.</p>
Creación discursiva	<p>Se produce cuando el traductor se toma la libertad de inventar una traducción sin ninguna equivalencia formal entre las dos lenguas.</p>

	<p><i>No utilizada en mi propuesta de traducción.</i></p> <p>Constituye un buen ejemplo la traducción de la película inglesa <i>Rumble fish</i> (Hurtado Albir, 2001: 270):</p> <p>ST: Rumble fish</p> <p>TT: La ley de la calle</p>
Descripción	<p>Consiste en reemplazar una expresión o una palabra por la descripción de su forma y/o de su función.</p> <p>ST: [...] magari assaporando gelato artigianale o “calamari da passeggio” (dipende dai vostri gusti!).</p> <p>TT: [...] quizás saboreando (cada uno según su propio gusto) un helado artesanal o los típicos calamares a la romana preparados y fritos en el momento para disfrutar mientras caminas.</p>
Elisión	<p>Consiste en eliminar elementos de información del texto original en el texto de llegada.</p> <p>ST: Poi si sa, arriva l’Epifania e tutte le feste porta via...</p> <p>TT: Elisión.</p>
Equivalente acuñado	<p>Se produce cuando se utiliza un término o expresión reconocido por el diccionario o por el uso lingüístico de la lengua meta.</p> <p>ST: Tender</p> <p>TT: Zódiac</p>

<p>Generalización</p>	<p>Consiste en utilizar un hiperónimo o un término más general o neutro para designar un elemento presente en el texto original.</p>
	<p>ST: Le escursioni in motonave alla Laguna di Caorle sono tra le attrazioni del nostro territorio da non perdere!</p> <p>TT: ¡Las excursiones en barco en la Laguna de Caorle están entre las atracciones de nuestro territorio que no te puedes perder!</p>
<p>Modulación</p>	<p>Se produce cuando el traductor quiere cambiar el foco de atención o de categoría de pensamiento del texto original y lo reexpresa desde otro punto de vista en el texto meta al fin de hacer que la lectura resulte más natural.</p>
	<p>ST: All'entrata di Caorle, all'interno del Parco del Pescatore, è stato allestito un modello di casone ricostruito secondo le regole dettate dalla tradizione lo cale perché non se ne perda la memoria.</p> <p>TT: En la entrada de Caorle, dentro del Parco del Pescatore, o sea el Parque del Pescador, podremos encontrar el modelo de un <i>casone</i> reconstruido según las reglas de la tradición local y allí montado para que estas antiguas construcciones no caigan en el olvido.</p>
<p>Particularización</p>	<p>Es la técnica opuesta a la generalización y se produce cuando se traduce un término por otro más preciso o concreto.</p>
	<p>ST: Terra rossa</p> <p>TT: Arcilla roja</p>

Préstamo	Consiste en utilizar una palabra o una expresión procedente de otra lengua tal cual en el texto de llegada.
	<p>ST: Risotto con canestrelli</p> <p>TT: Risotto con volandeiras</p>
Sustitución	Es una técnica propia de la interpretación y se produce cuando el intérprete sustituye elementos lingüísticos por paralingüísticos (entonación, gestos), o viceversa.
	<p><i>No utilizada en mi propuesta de traducción.</i></p> <p>Hurtado Albir (2001: 271) presenta el siguiente ejemplo:</p> <p>ST: Gesto árabe de llevarse la mano al corazón.</p> <p>TT: Gracias.</p>
Traducción literal	Consiste en traducir una expresión del texto original palabra por palabra.
	<p>ST: Comunità Monastica “Piccola Famiglia della Risurrezione”.</p> <p>TT: Comunidad Monástica de la Pequeña Familia de la Resurrección.</p>
Transposición	Se produce cuando el traductor cambia de categoría gramatical una parte de la oración sin que se altere su significado general.

	<p>ST: [...] con partenza l'ultima domenica di maggio e termine il sabato successivo: una competizione che attira i più famosi navigatori oceanici come i semplici appassionati [...]</p> <p>TT: La regata, que comienza el último domingo de mayo y termina el sábado siguiente, atrae tanto a los navegantes oceánicos más famosos como a muchos aficionados [...]</p>
<p>Variación</p>	<p>Consiste en cambiar elementos lingüísticos o paralingüísticos que afectan a aspectos de la variación lingüística. Hablamos por ejemplo de cambios de tono textual, dialecto y estilo.</p> <p>Cambio de las formas verbales y pronominales, de la segunda persona plural a la segunda persona singular.</p> <p>ST: Vi suggeriamo un itinerario “adatto a tutte le gambe”, perché si può percorrere nella sua interezza (14 km) o solo in parte senza nulla togliere alla bellezza della passeggiata.</p> <p>TT: Te aconsejamos un itinerario “para todas las piernas”, ya que podrás recorrerlo tanto por entero (14 km) como parcialmente, sin desmerecer la belleza del paseo.</p>

1.5 EL LENGUAJE DEL TURISMO: MARCO TEÓRICO GENERAL

En el sector turístico, la comunicación representa con toda seguridad una de las claves más importantes para el éxito. Como ya hemos visto, las elecciones lingüísticas y la manera en que se presenta la información influyen de manera evidente en las sensaciones y sentimientos de los turistas potenciales, que para llegar a convertirse en turistas efectivos necesitan ser estimulados y seducidos con las palabras. De acuerdo con el profesor Dann (1996: 2) «the language of tourism attempts to persuade, lure, woo and seduce millions of human beings, and, in doing so, convert them from potential into actual clients». Efectivamente, podríamos definir el lenguaje del turismo como un instrumento de marketing que, si utilizado correctamente, contribuye de pleno derecho a incrementar considerablemente las ventas y las reservas. Al contrario, el incumplimiento de las principales características técnicas y específicas del lenguaje del turismo podría provocar una significativa disminución. Por tal razón, en la fase de redacción de un texto para la promoción de productos y servicios turísticos es necesario recurrir a técnicas comunicativas que apunten al involucramiento y a la satisfacción de los clientes. A continuación, voy a enumerarlas y a ilustrarlas brevemente:

- **Formas participativas:** se trata de estrategias, tanto lingüísticas como extralingüísticas, necesarias para proyectar a los usuarios directamente en el destino descrito, involucrándolos en la experiencia de la manera más completa posible. Una de las estrategias más útiles para hacer que los interlocutores se sientan más cercanos al destino comprende el empleo de formas coloquiales y de formas directas (lo pasarás muy bien, ¿te gusta nadar?, etc.). Otra estrategia realmente valiosa es el plural participativo, término utilizado por Calvi (2011: 39) para indicar el uso de la primera persona plural (*nuestro* itinerario, *nos* dirigimos, etc.) al fin de implicar tanto al emisor como al destinatario. Su uso tiene un evidente valor inclusivo ya que implica precisamente tanto a la comunidad del destino como a los turistas.
- **Extranjerismos:** actualmente, la interferencia de la lengua inglesa en la sintaxis y estructura lingüística del español y del italiano es bastante escasa, pero no se puede afirmar lo mismo con respecto a su influencia en el léxico de ambas. En efecto, en los últimos años se han importado miles de palabras inglesas que violan los respectivos sistemas fonéticos y ortográficos, tendencia que no se ha reflejado solamente en el léxico cotidiano sino también en el léxico de lenguas de especialidad como la lengua del turismo. Según algunos estudios, la razón de esta tendencia reside en que los anglicismos, y más generalmente los extranjerismos, atraen con más facilidad a los destinatarios debido a su forma: efectivamente, en un texto redactado enteramente en un único idioma los extranjerismos saltan

inmediatamente a los ojos de modo particular. En el ámbito de los textos turísticos, se suelen emplear para capturar la atención de los lectores, dándoles además la percepción de encontrarse frente a un texto culturalmente más elevado debido a la presencia de un léxico múltiple. Esta técnica innovadora tiene una gran potencialidad comunicativa por las asociaciones positivas que puede despertar en los turistas, sin embargo, debería limitarse a pocas unidades y a términos que todavía no tengan un correspondiente acreditado en la lengua del texto para no acabar empobreciendo nuestros idiomas, condenándolos en el largo plazo a quedarse obsoletos.

- **Adjetivación frecuente:** este rasgo también se debe a la necesidad de atraer a los lectores y de persuadirlos para que elijan ese mismo destino y para que compren por lo tanto los servicios y los productos ofrecidos. Claramente, la adjetivación preferida es aquella de tipo evaluativo, que ponga de relieve todas las peculiaridades del destino también mediante formas superlativas. Entre los más utilizados se encuentran los adjetivos que realzan la belleza de un lugar (maravilloso, hermoso, etc.), los que exaltan la antigüedad de la historia (antiguo, milenario, etc.) y los que tienen la capacidad de sorprender (impresionante, peculiar, etc.).
- **Empatía:** de forma más general, los textos turísticos suelen contar con una buena carga empática, empleada para hacer que los turistas potenciales sientan que los emisores se están esforzando lo más posible para comprender sus diversas expectativas y perspectivas. Claramente, la implicación emocional conseguida mediante el empleo de palabras cargadas de emoción debe destacar las ofertas de manera moderada para que los clientes no se sientan de ningún modo engañados.
- **Enunciados imperativos:** el imperativo suele ser uno de los modos verbales más presentes en los textos turísticos: puede servir para anticipar a los destinatarios las emociones y sensaciones que experimentarán durante el viaje (encontrarás, podrás disfrutar, etc.) o para exhortar al turista a que haga algo (disfruta, gira, etc.). Cabe recordar que el imperativo utilizado en esta última forma no pretende en absoluto dar órdenes, sino más bien consejos o pautas, como en el caso de las rutas ciclísticas.
- **Pacing:** es una técnica que consiste en emplear un ritmo bien elaborado y elegante en el texto al fin de dejar a los lectores intrigados durante todo el tiempo de lectura. La lentitud o velocidad de la narración deben depender de la cantidad de información que se quiera facilitar,

del objetivo de cada sección textual y de las expectativas, emociones y tensiones que se quieran despertar en los turistas potenciales. Algunas técnicas útiles para aumentar el ritmo de un texto incluyen la utilización frecuente de párrafos, el empleo de frases cortas y concisas, la voz activa y la eliminación de palabras o frases superfluas. Por el contrario, para reducir el ritmo se pueden emplear la introspección, los incisos y las descripciones.

Antes de adentrarnos en la categorización de la lengua del turismo, cabe hacer un breve análisis previo sobre el concepto de “lengua de especialidad” para entender concretamente de qué se trata. En primer lugar, cabe decir que las denominaciones de los lenguajes que se emplean en ámbitos profesionales específicos son numerosas y variadas; entre estas destacan lenguajes sectoriales, micro lenguas, lenguajes especializados, subcódigos, lenguajes técnicos, jergas y lenguas con fines específicos. No existiendo una terminología unánime, resulta bastante complicado trazar una definición unívoca. A pesar de esto, en su estudio *Nel linguaggio specialistico*, Scelzi (2009: 119-120) ha intentado recorrer y analizar las diversas fases evolutivas al fin de comprender mejor los matices que determinan el uso de la definición “lenguaje de especialidad/especializado”. Mientras en el pasado estos lenguajes se concebían como separados de la lengua común, en los años 20 y 30 se empezaron a concebir como pertenecientes al “estilo funcional”, es decir, un estilo destinado a contextos determinados, como el ámbito técnico o científico, que requieren un vocabulario especializado y formas morfológicas y léxicas diferentes de aquellas del lenguaje cotidiano. Estas primeras investigaciones sobre el asunto permitieron identificar dichas disparidades y contribuyeron asimismo a trazar una línea bien distinta entre lengua general y lengua especial. Esta última se consideraba en efecto como un subsistema de la primera, donde el vocabulario especializado venía a sumarse al léxico fundamental. Años más tarde, en los 50, se empezó a investigar sobre el léxico y las variedades situacionales de este tipo de lenguaje, con particular atención a los registros para identificar los elementos estilísticos que lo distinguían de la lengua común. Pero no fue hasta los 60- 70 cuando se empezó a adoptar una nueva perspectiva sociolingüística de este sistema. La denominada “perspectiva vertical” ponía finalmente la atención en el contexto comunicativo y permitía por consiguiente considerar tanto las situaciones y funciones implicadas en el acto comunicativo como a los destinatarios. En los años ‘80, el análisis de las lenguas especiales se empezó a realizar en cambio bajo una pragmalingüística, donde el foco de atención se situaba en el uso profesional y finalizado de las lenguas especializadas, en los elementos extralingüísticos y en la atención a las exigencias de los destinatarios, eso es, en la función que este tipo de lenguaje pretendía cumplir. Su denominación pasó entonces de ser “lenguas especiales” a ser “lenguas para fines específicos”, donde el fin específico al que las lenguas apuntaban adquiriría una importancia fundamental. En los años 90, Sobrero (1993: 241) propuso otra

categorización distinguiendo las “lenguas especializadas”, utilizadas según él para referirse a lenguajes propios de disciplinas con un alto nivel de especialización, de las “lenguas sectoriales” o pertenecientes a sectores de trabajo no especializados. Un año más tarde, Cortelazzo (1994: 8) decidió en cambio retomar el concepto de “lengua especial”, proponiendo su propia definición:

«Per lingua speciale si intende una varietà funzionale di una lingua naturale, dipendente da un settore di conoscenze o da una sfera di attività specialistici, utilizzata, nella sua interezza, da un gruppo di parlanti più ristretto della totalità dei parlanti la lingua di cui quella speciale è una varietà, per soddisfare i bisogni comunicativi (in primo luogo quelli referenziali) di quel settore specialistico; la lingua speciale è costituita a livello lessicale da una serie di corrispondenze aggiuntive rispetto a quelle generali e comuni della lingua e a quello morfosintattico da un insieme di selezioni, ricorrenti con regolarità, all'interno dell'inventario di forme disponibili nella lingua».

Por su parte, para describir las producciones comunicativas realizadas en los sectores científico-profesionales con el objetivo de comunicar de la manera menos ambigua posible, Balboni (2000: 9) decidió adoptar el término “micro lenguas científico-profesionales”, donde con el prefijo -micro no quería indicar inferioridad, sino simplemente limitación en cantidad. No estaba de acuerdo con esta elección Gotti (1991: 7), quien sostenía que la terminología propuesta por Balboni resultaba inapropiada debido al hecho de que encerraba las variedades de la lengua en microcosmos limitados que no poseían todas las potencialidades expresivas de la lengua común. Al contrario, los lenguajes especializados o *linguaggi specialistici*, tal y como decidió denominarlos, constituían sistemas autónomos y abiertos al cambio y al intercambio recíproco tanto entre ellos como con la lengua común. Poseían además todas las potencialidades de natura fonética, léxica, morfosintáctica y textual típicas de la lengua estándar. Con el fin de reafirmar su elección, Gotti rechazó también otras denominaciones comunes como por ejemplo *linguaggi settoriali* que consideraba demasiado genérica habida cuenta de que la variación de la lengua se debe de acuerdo con él al contexto de uso específico. En efecto, si tomamos en consideración ámbitos sectoriales heterogéneos notaremos en seguida como algunos hacen referencia al tema (médico/deportivo) mientras otros al canal utilizado (televisivo/periodístico). Otra posición más a tener en cuenta para tener un panorama general de esta confusión terminológica es la de Cabré, según la cual la expresión más adecuada en contraposición a “lengua general” sería “lenguaje de especialidad”. En sus palabras, mientras la primera se utiliza en situaciones “no marcadas”, la segunda es la que se utiliza en situaciones “marcadas” y que hace referencia a un conjunto de subcódigos (que se solapan en parte con los subcódigos de la lengua general) que se caracterizan por elementos específicos como la temática, el tipo de interlocutores y su intención, la situación y el contexto comunicativo (Cabré, 1999: 59).

A pesar de las significativas diferencias terminológicas que acabamos de analizar, todos los estudiosos parecen coincidir en que se trata de un mismo objeto de estudio, simplemente visto desde perspectivas diferentes. Efectivamente, aunque falta conformidad en el uso de un único concepto terminológico, cuando se habla de lenguajes especializados (sea cual sea el término utilizado) todos parecen convenir en que se trata de producciones comunicativas concernientes temas o conocimientos específicos. Al respecto, es preciso mencionar la teoría de Cabré (2004: 28-29), según la cual el adjetivo “especializado” puede obedecer a criterios distintos:

a) por un lado a la especialización por la temática: de acuerdo con este criterio y aplicando a los textos la misma etiqueta que Sager, Dungworth & McDonald utilizan para los lenguajes (*subject specialized language*), se hablará por tanto de *textos temáticamente especializados*.

b) por otro lado, a la especialización por las características ‘especiales’ en que se desarrolla el intercambio de información.

Teniendo en cuenta sus consideraciones, entendemos que “especializado” no se refiere solamente a la temática sino también al ámbito, o, en otras palabras, al contexto en el que el lenguaje actúa. A la vista de esto, podemos deducir que los rasgos fundamentales del lenguaje especial no se limitan solamente al intercambio de un conocimiento especializado, sino que, más allá de esto, comprenden entre otras cosas el uso de un léxico especial, una tendencia a la monosemia, la concisión expresiva y el empleo de fórmulas y estructuras lingüísticas y morfológicas fijas. De todos, uno de los aspectos más característico es seguramente la especificidad del léxico. Efectivamente, el léxico del lenguaje especializado está compuesto por signos adicionales a los que forman parte de la lengua común ya que debe responder a las exigencias de denominación del sector de actividad al que se refiere, que son más amplias o refinadas que las representadas, para aquel sector, por la lengua común (Cortelazzo, 1994: 9).

Al respecto, como señala Trovato en su artículo (2014: 6), cabe recordar también que la comunicación que se realiza en el ámbito de los lenguajes especializados puede adquirir varios niveles de especialización y de profesionalización. En otras palabras, la comunicación de un congreso médico y la de una revista científica pueden tener rasgos muy divergentes según los interlocutores del discurso. Esta reflexión resulta imprescindible no solo para entender las lenguas especiales en general, sino también para entender la clasificación del lenguaje del turismo, cuyo nivel de especialización puede variar notablemente dependiendo del contexto y del género textual. Con respecto a la clasificación general de la que hablamos, Calvi (en Trovato, *ibid*) ha identificado tres diversos niveles de especialidad. El primero comprende la comunicación entre especialistas, es decir, entre interlocutores

que comparten los mismos conocimientos especializados y la misma terminología específica. Forma en cambio parte del segundo nivel la comunicación entre especialistas por un lado y semiespecialistas por el otro, cuyo objetivo usual es, como se puede imaginar, el de formar a futuros especialistas. Aunque la comunicación en cuestión resulta ser menos densa en términos de especificidad terminológica debido a que suele tener un carácter pedagógico, sigue conservando plenamente un carácter especializado. El último nivel concebido por la estudiosa contempla finalmente la comunicación entre especialistas y un público no especializado. El objetivo principal de esta categoría es el de hacer que el saber científico llegue a un público más amplio, algo que naturalmente se puede lograr solo mediante un proceso de reformulación y simplificación de los contenidos especializados.

Hablando específicamente de la lengua del turismo, solemos generalmente colocarla en este último nivel, ya que estamos acostumbrados a una comunicación con una dimensión muy amplia, orientada hacia un público interesado en los servicios descritos. Esto tiene una validez en cuanto a páginas web para la promoción turística, guías para viajeros o textos por el estilo, pero no se aplica a otros tipos de texto como los informes o los textos turísticos legislativos que suelen ser escritos y dirigidos por y a especialistas. Pero aparte de esto, debe subrayarse ante todo que la pertenencia de la lengua del turismo a los lenguajes especializados ha sido objeto de intensos debates y discusiones durante los años por varios motivos. Resulta sorprendente que, a pesar de la importancia estratégica del lenguaje en el sector del turismo como medio de promoción y de información, este tema haya sido descuidado durante muchos años y haya salido a la luz solamente en tiempos recientes. A principios de los años noventa, con su escrito *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*, Dann fue uno de los primeros estudiosos en observar que el lenguaje del turismo todavía no se había analizado como un fenómeno propio. Dann intentó, por tanto, demostrar su autonomía identificando las características, funcionalidades y modos lingüísticos peculiares que la distinguían de los demás lenguajes. En efecto, argumentaba que cada ámbito y sector tenía una manera propia de comunicar, caracterizada por determinadas normas gramaticales y morfosintácticas y, sobre todo, por un léxico especializado. Como dije antes, de las alegaciones de Dann surgió pronto un debate relativo a la clasificación de la lengua del turismo y mientras muchos la consideraban como una lengua de especialidad en toda regla, otros defendían que formaba más bien parte de las lenguas comunes debido a que no se especializaba en concreto en un solo ámbito sino en múltiples disciplinas. De acuerdo con Gotti (en Calvi 2016: 189):

«En cuanto a la *lengua del turismo* [...] los lingüistas se han mostrado reacios a incluirla en el marco de las lenguas especializadas: se trata, en efecto, de un lenguaje heterogéneo, en el que

se mezclan componentes distintos (economía, geografía, historia del arte, gastronomía, etc.) y que, por lo tanto, rehúye todo intento de clasificación rigurosa. Se ha observado, además, una presencia consistente de vocabulario de la lengua general, que no justificaría su adscripción a las LE: una visión excluyente que tenía vigencia, sobre todo, cuando el estudio de las LE estaba dominado por una atención casi exclusiva por el vocabulario; sin embargo, el del turismo es con toda evidencia un sector profesional en continua expansión, dotado de fisonomía propia, que, como tal, ha desarrollado un lenguaje apto para sus finalidades».

Teniendo en cuenta las consideraciones del estudioso, uno de los motivos principales que han provocado este escepticismo es que el turismo, al contrario de otros lenguajes especializados como el médico o el deportivo, no cuenta con una uniformidad temática. En efecto, mientras estos últimos suelen tener un único objeto de estudio, el lenguaje del turismo ofrece una mezcla de contenidos pertenecientes a ámbitos y disciplinas muy variados, reunidos por Calvi (2008: 182) en dos categorías fundamentales. El primer grupo identificado correspondería a la gestión de las empresas turísticas y de las actividades relacionadas y es el núcleo de saberes más específicos como la hostelería, la restauración, las agencias de viajes y los transportes entre otros. El segundo grupo, en cambio, comprendería los contenidos procedentes de otras disciplinas y actividades relacionadas con la descripción de productos y servicios turísticos en sus distintas manifestaciones, es decir, arte, paisaje, cultura, deporte y espectáculos.

El otro elemento que, como comenta Gotti, ha sido objeto de críticas es una significativa presencia de vocabulario general en la lengua del turismo. Efectivamente, su carácter comunicativo orientado hacia un público no especializado hace que se utilice una gran cantidad de términos comunes justamente al fin de garantizar una mejor comprensión. A pesar de ello, la heterogeneidad temática hace que su léxico venga a ser un punto de intersección entre turismo y otros ámbitos especializados como el arte, la economía, la historia o la gastronomía, lo que aporta al texto una serie de características tanto léxicas como semánticas que lo diferencian de todos los demás escritos y que convierten la lengua del turismo en un lenguaje especializado en toda regla. Citando a Trovato (2018: 112):

«a pesar de que el fenómeno turístico abordado según un paradigma lingüístico pueda carecer del suficiente nivel de especialización, resulta pertinente incorporarlo en el marco de las lenguas especializadas, pues “la variedad temática y el perfil léxico y morfosintáctico de los textos turísticos afectan inevitablemente a la actividad traductora. Los textos turísticos se pueden considerar a todos los efectos como textos sectoriales, lo cual lleva consecuentemente a abordar la traducción especializada (Trovato 2016: 5)”».

Al hilo de esta afirmación, podemos entender el lenguaje del turismo como un auténtico lenguaje especializado, con rasgos propios en comparación con otros tipos de lenguajes especializados, como por ejemplo el científico o el político, y sobre todo en comparación con la lengua general. Puede por lo tanto considerarse perfectamente como un lenguaje especial de un determinado sector profesional, subdividido a su vez en sectores más pequeños, cuyo componente temático proviene de la mezcla de diferentes disciplinas y tecnicismos. Finalmente, cabe decir que, aunque la complejidad de los textos promocionales turísticos suele ser subestimada, este género sigue representando un discurso especializado con rasgos lingüísticos y culturales específicos. Por esta razón, los traductores deberán recibir una formación específica que les permita conocer todas las convenciones, funciones y características léxicas y sintácticas de la lengua del turismo, así como deberán tener la capacidad de buscar información y de utilizar determinados instrumentos, programas informáticos y recursos que les permitan traducir de manera adecuada dichos textos especializados.

2. PROPUESTA DE TRADUCCIÓN

TESTO DE PARTIDA	TRADUCCIÓN
<p>VIVI CAORLE</p> <p>> ESCURSIONI E VISITE</p> <p>● Itinerari</p> <p>> A Piedi</p> <p>Dopo aver visitato il <u>centro storico</u> con la suggestiva Piazza Vescovado, il <u>Duomo e il Campanile</u> o aver passeggiato per Rio Terrà delle Botteghe alla scoperta dei suoi bei negozi, c'è molto altro da vedere esplorando a piedi i dintorni di Caorle.</p> <p>Vi suggeriamo un itinerario “adatto a tutte le gambe”, perchè si può percorrere nella sua interezza (14 km) o solo in parte senza nulla togliere alla bellezza della passeggiata: un tratto costeggia il fiume Livenza e si snoda per 7,6 km; l'altro vi accompagna alla scoperta della <u>Laguna di Caorle</u> con un percorso di 8 km.</p> <p>Allo scoperta della foce del fiume Livenza (Km 7,6)</p> <p>Da Piazza Veneto (a cui si arriva percorrendo Via Pretoriana se partite dal grande parcheggio di Viale Aldo Moro che il sabato mattina ospita il <u>mercato settimanale</u>) girate a destra per Viale Pompei, raggiungete la banchina del <u>Porto peschereccio</u> e costeggiatela, percorrendo prima Fondamenta Pescheria poi, girando subito a destra, Via dei Bragozzi; quindi proseguite</p>	<p>VIVE CAORLE</p> <p>> EXCURSIONES Y VISITAS</p> <p>● Itinerarios</p> <p>> A pie</p> <p>Tras haber visitado el <u>casco antiguo</u> con su encantadora Piazza Vescovado, el Duomo, o sea la <u>Catedral</u>, y su <u>Campanario</u> o tras haber dado un paseo por la famosa calle Rio Terrà delle Botteghe con sus numerosas tiendas, aún queda mucho más por ver y explorar de los alrededores de Caorle a pie.</p> <p>Te aconsejamos un itinerario “para todas las piernas”, ya que podrás recorrerlo tanto por entero (14 km) como parcialmente, sin desmerecer la belleza del paseo: un tramo se extiende por 7,6 km a lo largo del Río Livenza, mientras el otro te acompaña hacia el descubrimiento de la <u>Laguna de Caorle</u> con un recorrido de 8 km.</p> <p>Descubre la desembocadura del Río Livenza (Km 7,6)</p> <p>De Piazza Veneto (a la que puedes llegar recorriendo Via Pretoriana si vienes del gran aparcamiento en Viale Aldo Moro, que cada sábado por la mañana acoge el <u>mercado semanal</u>) gira a la derecha en Viale Pompei, alcanza el muelle del <u>Porto peschereccio</u>, el pintoresco puerto pesquero de Caorle, y continúa recorriendo antes Fondamenta</p>

dritti e prendete Viale dei Tropicci.

Continuando potete gustarvi sulla destra la **darsena dell’Orologio**. Poi proseguite verso il pattinodromo; sulla destra una pista ciclabile vi accompagna fino all'argine del canale dell’Orologio che potrete costeggiare, percorrendo una strada sterrata, fino alla sua confluenza con il fiume Livenza per continuare poi fino alla foce di quest’ultimo. La stradina termina sul piazzale dove approda il traghetto che d’estate collega Caorle a **Porto Santa Margherita**.

Da qui potete rientrare verso Caorle percorrendo Via Livenza, Via Tagliamento e tutto il lunghissimo Viale S. Margherita, ricco di negozi. Dopo due chilometri vi troverete in Piazza Vescovado, la bella piazza davanti al millenario **Duomo e al campanile cilindrico**, simbolo della città.

Verso la Laguna di Caorle (Km 8)

Si parte dal **Santuario della Madonna dell’Angelo** e si imbecca il Lungomare Trieste, la bella litoranea che conduce al rione Falconera.

Al termine girate a sinistra e dopo un centinaio di metri a destra su Viale dei Cacciatori, altro lungo rettilineo nella zona dei campeggi che porta a Falconera.

Girate ancora a destra e poi ancora a sinistra e vi

Pescheria y luego girando a la derecha en Via dei Bragozzi. De ahí, sigue recto y coge Viale dei Tropicci.

Prosiguiendo, podrás admirar a tu derecha el puerto turístico de Caorle llamado **darsena dell’Orologio**. Continúa hasta el patinadero: a la derecha un carril bici te acompañará hasta el margen del canal de l’Orologio que podrás recorrer, mediante un camino de tierra, hasta su confluencia con el Río Livenza. Siguiendo, podrás llegar hasta la desembocadura de este último. El camino de tierra desemboca en la plaza donde en verano suele arribar el transbordador que conecta Caorle con la localidad de **Porto Santa Margherita**.

A partir de aquí, podrás regresar a Caorle recorriendo Via Livenza, Via Tagliamento y el larguísimo Viale S. Margherita, con sus numerosas tiendas. En unos dos kilómetros te encontrarás en Piazza Vescovado, la monumental plaza de la milenaria Catedral, llamada **Duomo, y de su campanario cilíndrico**, símbolo de la ciudad.

Hacia la Laguna de Caorle (Km 8)

Nuestro recorrido comienza en el **Santuario della Madonna dell’Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel que se levanta a orillas del mar Adriático. De ahí, toma hasta su final Lungomare Trieste, la bonita carretera costera que conduce al Barrio Falconera. Gira a la izquierda y tras unos cien metros a la derecha en Viale dei Cacciatori, una larga recta en la zona de los campings que lleva a Falconera.

ritrovate davanti al canale Nicesolo, in una delle aree più caratteristiche di Caorle, al di là del quale c'è l'**oasi naturale della Brussa** con la sua pineta, le sue dune e la sua spiaggia.

Continuate sulla strada di asfalto, fino a che sulla destra parte una pista sterrata ciclabile-pedonale che permette di ammirare in tutta la sua bellezza **la Laguna di Caorle** tanto amata da **Ernest Hemingway**.

Alla fine della pista, continuate sulla destra lungo l'argine. Vi ritroverete all'**Isola dei Pescatori**, luogo di sosta per una piacevole visita ai **casoni**, tipiche costruzioni in legno e canna palustre che costituiscono la testimonianza diretta dell'antico rapporto che noi caorlotti abbiamo sempre intrattenuto con la laguna. Oggi queste costruzioni sono adibite per lo più a magazzini per gli attrezzi da pesca.

Lasciata l'Isola dei Pescatori per la strada sterrata che segue il canale Saetta, dopo 500 metri arrivate alla sua confluenza con il canale Riello. Ancora qualche centinaio di metri e si giunge allo **stadio comunale**. Subito prima dello stadio, all'altezza dei piccoli orti comunali che vengono dati in gestione ai residenti in pensione, girate a sinistra per arrivare al Parco del Pescatore, grande polmone verde della città con aree pic-nic e servizi igienici.

Vuelve a girar a la derecha y luego a la izquierda hasta que te encuentres frente al canal Nicesolo, en una de las áreas más características de Caorle, más allá de la cual hay una apacible **reserva natural de la localidad Brussa** con su pinar, sus dunas y su playa.

Sigue por la carretera asfaltada hasta que veas a tu derecha una pista ciclo-peatonal que permite admirar la belleza de la **Laguna de Caorle** tan querida por **Ernest Hemingway**.

Al final de la pista, continúa a la derecha por la orilla. Acabarás en la **Isola dei Pescatori**, la Isla de los Pescadores, donde podrás detenerte para realizar una agradable visita a los **casoni**, típicas construcciones de madera y caña donde los pescadores solían vivir con sus familias. Los **casoni** representan un testimonio directo de la antigua relación que los *caorlotti*, así se les llama a los habitantes de Caorle, han tenido y todavía tienen con la laguna. Estas construcciones se utilizan hoy principalmente como almacenes de equipos de pesca.

Saliendo de la Isla de los Pescadores por el camino de tierra que está tras el canal Saetta, en 500 metros llegarás a su confluenza con el canal Riello. Unos cien metros de más y alcanzarás el **estadio municipal**. Justo antes del estadio, a la altura de los pequeños huertos municipales que gestionan los residentes jubilados, gira a la izquierda para llegar al Parco del Pescatore o Parque del Pescador: el gran pulmón verde de la ciudad con zonas de picnic y aseos.

> In Barca

La **Laguna di Caorle** con le sue **Valli di pesca** ed i suoi **casoni** fa parte di **un sistema fluviale** detto **Idrovia Litoranea Veneta** che attraverso un sistema di vie navigabili mette in comunicazione città d'arte come Chioggia, **Venezia**, Grado, Trieste, centri di altissimo valore storico come **Concordia Sagittaria** e centri storici turistico balneari come la stessa Caorle ma anche il Lido di Venezia, Cavallino, Sottomarina, Jesolo, Eraclea e Bibione.

Non è solo una via d'acqua ma permette lo sviluppo di chilometri di alzaie e argini e quindi la possibilità, se preferite, **di esplorarla in bicicletta**.

La litoranea propriamente detta si snoda lungo un percorso di 109 chilometri, parte dalla Conca del Cavallino e termina presso l'Isonzo: si tratta di un complesso sistema di canali che connette fra loro i fiumi Sile, Piave, Livenza, Lemene, Tagliamento, Stella e Isonzo e gli specchi d'acqua delle lagune di Venezia, Caorle e Bibione, Marano e Grado. Di fatto la litoranea permette il collegamento fra la Laguna di Venezia e quella di Marano e Grado attraverso un percorso di 134 km e fra la Laguna di Venezia e il Po per altri 60 km.

Le **escursioni in motonave** alla **Laguna di Caorle** sono tra le attrazioni del nostro territorio da non perdere!

> En Barco

La **Laguna de Caorle** con sus **Valles de pesca** y sus **casoni**, cabañas típicas donde solían vivir los pescadores , forma parte de **un sistema fluvial** llamado **Idrovia Litoranea Veneta** que a través de un sistema de vías navegables pone en comunicación ciudades de arte como Chioggia, **Venecia**, Grado, Trieste y centros de alto valor histórico como **Concordia Sagittaria** con ciudades históricas turístico-balnearias así como Caorle mismo o como el Lido de Venecia, Cavallino, Sottomarina, Jesolo, Eraclea y Bibione.

La Idrovia Litoranea Veneta **no es simplemente una vía fluvial**, sino que permite el desarrollo de kilómetros de caminos de sirga y márgenes y por lo tanto la posibilidad, si prefieres, **de recorrerla en bicicleta**.

La carretera costera que serpentea por un recorrido de 109 kilómetros parte de la esclusa llamada Conca del Cavallino y termina en el río Isonzo: se trata de un complejo sistema de canales que conecta los ríos Sile, Piave, Livenza, Lemene, Tagliamento, Stella e Isonzo con los estanques de las lagunas de Venecia, Caorle y Bibione, Marano y Grado. De hecho, esta carretera costera permite que la Laguna de Venecia y la de Marano y Grado estén conectadas mediante un recorrido de 134 km y que la Laguna de Venecia y la del Po lo estén por otros 60 km. ¡Las **excursiones en barco** en la **Laguna de Caorle** están entre las atracciones de nuestro territorio que no te puedes perder!

> In bici

Gli appassionati delle due ruote a Caorle trovano pane per i loro denti perchè sono davvero tante le **proposte di itinerari ciclabili** che spaziano dalla campagna alla laguna fino al mare oppure toccano siti storici e archeologici. In questo **PDF** trovate un'utile mappa e diverse proposte tra cui scegliere in base alla durata del percorso, al grado di difficoltà e alla destinazione:

- Itinerario **Caorle e la sua Laguna**; 14 km; tempo di percorrenza 2 ore; difficoltà facile; terreno asfaltato, sterrato, ghiaia, ciclabile;
- itinerario **Brian e Tezzon**: 17 km; tempo di percorrenza 2-3 ore; difficoltà facile; terreno asfaltato, sterrato;
- itinerario **Eraclea Mare e Cortellazzo**: 35 km; tempo di percorrenza 3 ore; difficoltà facile; terreno asfaltato, sterrato, ghiaia, ciclabile;
- itinerario **Brussa** (64 km), **Concordia Sagittaria** e **Portogruaro** (50km): tempo di percorrenza 4-5 ore; difficoltà: facile; terreno asfaltato, sterrato, ghiaia, ciclabile;
- Itinerario **San Gaetano**: 20 km; tempo di percorrenza 2 ore; difficoltà facile; terreno asfaltato, sterrato e ghiaia;
- Itinerario **Ca' Corniani e il Livenza**; 38 km; tempo di percorrenza 3 ore; difficoltà facile; terreno asfaltato, sterrato e ghiaia.

> In auto

La **Strada dei Vini Lison-Pramaggiore** (parliamo di vini DOC prodotti localmente

> En bici

Los amantes de las dos ruedas en Caorle encontrarán la horma de su zapato ya que hay muchísimas **propuestas de rutas para bicicletas** para pedalear del campo a la laguna y hasta el mar o en importantes sitios históricos y arqueológicos. En este **PDF** encontrarás un mapa con diferentes propuestas entre las que elegir, según la duración del recorrido, el nivel de dificultad y el destino:

- Ruta **Caorle y su Laguna**; 14 km; duración 2 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista, grava, carril bici;
- Ruta **Brian y Tezzon**: 17 km; duración entre 2 y 3 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista;
- Ruta **Eraclea Mare y Cortellazzo**: 35 km; duración 3 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista, grava, carril bici;
- Ruta **Brussa** (64 km), **Concordia Sagittaria** y **Portogruaro** (50km): duración entre 4 y 5 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista, grava, carril bici;
- Ruta **San Gaetano**: 20 km; duración 2 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista y grava;
- Ruta **Ca' Corniani y el Livenza**; 38 km; duración 3 h; dificultad baja; terreno asfalto, pista y grava.

> En coche

La **Strada dei Vini Lison-Pramaggiore** es una ruta de vinos (hablamos de blancos y tintos con

come Lison, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Pinot Grigio, Pinot Bianco, Pinot Nero, Refosco dal Peduncolo Rosso, Merlot, Chardonnay) esercita sui viaggiatori un grande potere di attrazione quanto la scoperta di centri storici artistici e culturali come **Concordia Sagittaria** o **Portogruaro**: i dintorni di Caorle vi stupiranno per il loro fascino e sono tante le destinazioni limitrofe che valgono una visita! Scaricate questo **PDF** con un'utile cartina e tanti suggerimenti per esplorare il territorio di Caorle!

- **Cosa fare a Caorle in un WE**

Di solito i viaggiatori che raggiungono Caorle per un fine settimana, magari anche “lungo”, dedicano una giornata a scoprire **Venezia**, raggiungibile comodamente sia in auto che con i mezzi pubblici. In estate poi, durante i giorni feriali, dal **Porto Peschereccio** parte una motonave che porta direttamente a Piazza San Marco!

Dallo stesso imbarcadero, da maggio a settembre, si può anche prendere un'altra motonave che consente di fare un suggestivo giro nella **Laguna di Caorle**, per ammirarne le bellezze naturali, scorgere da lontano la casa di caccia cara ad **Hemingway** e perfino visitare internamente un **casone**!

Una giornata va poi dedicata interamente al **centro storico** del nostro Borgo marinaro alternando lo **shopping** e la degustazione delle

denominación de origen y de producción local como el Lison, el Cabernet Sauvignon, el Cabernet Franc, el Pinot Gris, el Pinot Blanc, el Pinot Noir, el Refosco dal Peduncolo Rosso, el Merlot, el Chardonnay) que atrae a muchísimos viajeros, ya que permite descubrir centros histórico-artísticos y culturales como **Concordia Sagittaria** o **Portogruaro**. Los alrededores de Caorle te sorprenderán por su atractivo: ¡son muchos los destinos cercanos que merece la pena visitar!

Descarga este **PDF** para obtener un mapa y muchos consejos para explorar el territorio de Caorle.

- **Qué hacer en Caorle en un finde**

Los viajeros que llegan a Caorle para un fin de semana (o para unos días más) suelen dedicar al menos un día a descubrir **Venecia**, donde se puede llegar cómodamente en coche o mediante el transporte público. En verano, en los días laborales, del **Porto Peschereccio**, o puerto pesquero, parte un barco que conduce directamente a la Plaza de San Marcos.

Del mismo embarcadero, de mayo a septiembre, también es posible tomar otro barco para dar una vuelta en la **Laguna de Caorle** para contemplar sus bellezas naturales, vislumbrar de lejos la cabaña de caza a la que **Hemingway** tenía especial apego y hasta visitar el interior de un **casone**, típica construcción de madera y caña donde solían vivir los pescadores. También te aconsejamos dedicar un día entero a perderte en el **casco antiguo** de nuestro pueblo de

eccellenze della nostra **enogastronomia** tra i tanti locali di **Rio Terrà delle Botteghe** a passeggiate tra **calli e campielli in stile veneziano**, magari assaporando gelato artigianale o “calamari da passeggio” (dipende dai vostri gusti!).

Finirete col ritrovarvi in Piazza Vescovado per ammirare **il Duomo e il Campanile**, simbolo del nostro Borgo!

Se avete ancora voglia di camminare salite sulla diga da cui si vedono il mare e la scogliera con **i massi trasformati in sculture**. La camminata non può che avere come meta il **Santuario della Madonna dell'Angelo**, luogo di devozione per noi caorlotti.

D'obbligo sono anche una sosta in uno dei rinomati **ristoranti** che servono le **specialità della gastronomia tipica caorlotta** e una bella passeggiata all'aperto in mezzo alla **natura**.

● Escursioni in motonave

Scoprire **la Laguna di Caorle** a bordo di una motonave, con un giro che dura circa **due ore e mezza**, è un'esperienza che vi rimarrà nel cuore. Questa escursione è senz'altro l'attrazione

pescadores. Entre los numerosos locales que están en la calle **Rio Terrà delle Botteghe** podrás alternar las **compras** a la degustación de las maravillas de nuestra **enogastronomía** y a los paseos entre **calles y plazoletas en pleno estilo veneciano**... quizás saboreando (cada uno según su propio gusto) un helado artesanal o los típicos calamares a la romana preparados y fritos en el momento para disfrutar mientras caminas. No olvides pasar por Piazza Vescovado para contemplar el Duomo, o sea la **Catedral con su Campanario**, símbolo de nuestro pueblo de pescadores.

Si sigues teniendo ganas de andar, súbete al dique desde el que podrás ver el mar y la escollera con **rocas transformadas en esculturas**. La meta de nuestro paseo solo puede ser una: el **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel, lugar de devoción para los habitantes de Caorle.

También te recomendamos detenerte en uno de los **restaurantes** de renombre que sirven **especialidades de la gastronomía típica de Caorle** y un buen paseo al aire libre en plena **naturaleza**.

● Excursiones en barco

Descubre **la Laguna de Caorle** a bordo de una motonave con un viaje de unas **dos horas y media**. ¡Será una experiencia que no te olvidarás en la vida!

<p>turistica più caratteristica della nostra zona dal punto di vista ambientale e prevede una sosta al Villaggio dei Pescatori con i suoi <u>casoni</u>, le tipiche costruzioni in legno e canna di palude in cui i pescatori un tempo custodivano le loro attrezzature e per alcuni periodi vivevano. Le escursioni vengono effettuate da diversi operatori e con diversi mezzi.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Da maggio a settembre, imbarco dal Porto Peschereccio di Caorle (per gruppi su prenotazione): Motonave “Arcobaleno” +39 340 7700052; per ulteriori informazioni e per acquistare i biglietti potete contattare il nostro Ufficio Informazioni IAT di Caorle +39 0421 81085. ● Da maggio a settembre, imbarco dal canale Saetta (dietro lo stadio comunale); solo su prenotazione: Escursioni in laguna Bragozzo “Serenissima” +39 348 3236801; +39 349 2172417 ● Escursioni a Venezia o su richiesta per gruppi: Motonave “Caorle” +39 338 9160151; +39 347 4820912; per ulteriori informazioni e per acquistare i biglietti potete contattare il nostro Ufficio Informazioni IAT di Caorle: +39 0421 81085. ● Escursioni per gruppi: Motonave “la Fenice” +39 329 8421124 Motonave “Grazia” Società Bluverderame +39 333 7409574 	<p>Esta excursión es sin duda la atracción turística más característica de nuestra zona desde el punto de vista medioambiental. Prevé una parada en el Villaggio dei Pescatori, es decir el Pueblo de los Pescadores, con sus <u>casoni</u>, típicas construcciones de madera y caña donde los pescadores solían guardar los equipos y donde solían vivir durante determinados períodos del año.</p> <p>Para hacer una excursión podrás elegir entre diferentes operadores y medios de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● De mayo a septiembre, embarque desde el Porto Peschereccio o puerto pesquero de Caorle (con reserva previa para grupos): Motonave “Arcobaleno” +39 340 7700052; para obtener más información y para comprar los billetes puedes contactar con nuestra Oficina de Información Turística IAT de Caorle: +39 0421 81085. ● De mayo a septiembre, embarque desde el canal Saetta (detrás del estadio municipal); únicamente con reserva previa: Excursiones en la laguna con el Bragozzo “Serenissima”, barco de pesca de dos mástiles típico del mar Adriático +39 348 3236801; +39 349 2172417 ● Excursiones a Venecia (reservas para grupos solo bajo petición) Motonave “Caorle” +39 338 9160151; +39 347 4820912; para obtener más información y para comprar las entradas puedes contactar con nuestra Oficina de Información Turística IAT de Caorle: +39 0421 81085.
---	---

<p>● Visita il Mercato ittico</p> <p>Al Mercato Ittico Comunale, in Riva delle Caorline, si va per acquistare o semplicemente per godere dello spettacolo della vendita del pesce a km zero. Si tratta di pescato freschissimo, proveniente dal mare o da acque interne che, quando rientrano i pescatori, viene sistemato in casse subito scaricate sulla banchina e portate nella sala del mercato per <u>l'immediata vendita all'asta</u>. Seguendo un rituale tipico della tradizione caorlotta, i compratori sussurrano all'orecchio dell'astatore la propria offerta per la partita di pesce desiderata; ricevute varie offerte dai compratori, l'astatore aggiudica l'asta e invita chi ha fatto l'offerta più vantaggiosa a ripeterla a voce alta in modo che il procedimento sia trasparente per tutti.</p> <p>Sono davvero tante le <u>varietà di pesce, crostacei e molluschi</u> che i nostri pescatori espongono al Mercato Ittico Comunale dopo aver fatto ritorno dal Mare Adriatico, in particolare dalla zona tra Punta Tagliamento e Chioggia, ma anche dalle acque della <u>Laguna di Caorle</u>.</p>	<p>● Excursiones para grupos:</p> <p>Motonave “la Fenice” +39 329 8421124</p> <p>Motonave “Grazia” Società Bluverderame +39 333 7409574</p> <p>● Visita el Mercado de Pescado</p> <p>Acércate al Mercado de Pescado Municipal, en Riva delle Caorline, para comprar o simplemente para disfrutar del espectáculo que representa la venta de pescado de kilómetro cero. Estamos hablando de pescado fresquísimo del mar o de aguas interiores que los pescadores, al regresar, colocan en cajas, descargan en el muelle y llevan al salón del mercado para <u>ponerlo inmediatamente a subasta</u>.</p> <p>Siguiendo un ritual propio de la tradición de Caorle, los compradores susurran a la oreja del subastador su propia puja para el lote de pescado deseado. Una vez que los compradores hayan hecho sus pujas, el subastador adjudica la subasta e invita a quien ha hecho la puja más ventajosa a que la repita en voz alta para que el procedimiento le resulte transparente a todo el mundo.</p> <p>Son realmente muchísimas las <u>variedades de pescado, crustáceos y moluscos</u> que nuestros pescadores exponen en el Mercado de Pescado Municipal tras haber regresado del mar Adriático y en particular modo del área que se extiende entre Bibione y Chioggia, pero también de la <u>Laguna de Caorle</u>.</p>
--	---

DAL PESCATORE AL CONSUMATORE

Il Mercato Ittico vende anche al dettaglio!

Ogni giorno **dal lunedì al sabato**, dalle ore 8.00 alle ore 11.00, è possibile acquistare il pescato freschissimo di Caorle!

Naturalmente se i pescatori non escono a pesca... niente pesce!

Per saperne di più: + 39 0421 212029, mercatoittico@comune.caorle.ve.it

● Il Casone Didattico

Il **casone** della **Laguna di Caorle** è davvero unico nel suo genere ed è in qualche modo il **simbolo del legame strettissimo che noi caorlotti abbiamo sempre avuto con il contesto naturale che caratterizza il nostro territorio.**

È la costruzione tipica che veniva utilizzata come **rifugio, deposito di reti ed attrezzi da pesca** nonché **abitazione dei pescatori**. In alcuni periodi dell'anno infatti i pescatori vi si trasferivano con tutta la famiglia, per esempio da maggio a settembre durante il periodo della "fraima" quando tutti i caorlotti si spostavano in laguna per intercettare il pesce che in autunno dai bacini lagunari nuota verso il mare.

È un ambiente unico con il tetto in canna palustre, di solito con una porta d'ingresso, due finestre, un pavimento povero spesso anche in terra battuta e il focolare al centro.

All'entrata di Caorle, all'interno del Parco del Pescatore, è stato allestito un modello di

DEL PESCADOR AL CONSUMIDOR

¡El Mercado de Pescado también vende al detalle!

Todos los días de lunes a sábado, de 8:00 a 11:00, podrás comprar el pescado más fresco de Caorle.

Por cierto, si los pescadores no salen a pescar... ¡no habrá pescado!

Para saber más: + 39 0421 212029, mercatoittico@comune.caorle.ve.it

● El Casone Didáctico

El **casone** de la **Laguna de Caorle** es realmente único en su género y es, en cierto sentido, el **símbolo del estrecho vínculo que los habitantes de Caorle siempre hemos tenido con el entorno natural que caracteriza a nuestro territorio.**

El **casone** es una construcción típica que los **pescadores** utilizaban como **refugio, almacén de artes y equipos de pesca** e incluso como **vivienda** en determinados períodos del año cuando solían mudarse aquí con sus familias. Por ejemplo, entre mayo y septiembre, el peculiar período llamado "fraima" en dialecto véneto, todos los habitantes de Caorle se mudaban a la laguna para interceptar los peces que en otoño migraban de las cuencas laguneras hacia el mar.

Se trata de un ambiente único que suele tener un tejado en caña, una puerta de entrada, dos ventanas, un suelo pobre (a menudo en tierra

casone ricostruito secondo le regole dettate dalla tradizione locale perchè non se ne perda la memoria.

La Laguna di Caorle ne ospita tutt'ora diversi, spesso isolati per meglio dominare i tratti in cui si svolgeva la pesca, ma anche raggruppati, come a Falconera o all'**Isola dei Pescatori**, alla confluenza tra i canali Palangon e Nicesolo (detto anche Canalon).

Volete saperne di più? Ecco il **PDF** che ne descrive i caratteri originari e le regole costruttive.

● **Il mercato del sabato mattina**

Il mercato del sabato mattina si svolge tutto l'anno presso il piazzale adiacente alla stazione degli autobus, in Via Aldo Moro (dalle 8 alle 13 circa).

È un appuntamento irrinunciabile per noi caorlotti ma anche per tanti viaggiatori perchè se il pesce fresco si compra al **Mercato Ittico Comunale**, qui troverete **banchi di tutti i tipi** e non solo prodotti freschi o di gastronomia!

Anche per questo è un appuntamento da non perdere, oltre che un'occasione di socialità, per fare qualche buon acquisto o semplicemente una passeggiata e curiosare tra i banchi di abbigliamento, prodotti tipici, giocattoli, scarpe

apisonada) y un hogar en el centro.

En la entrada de Caorle, dentro del Parco del Pescatore, o sea el Parque del Pescador, podremos encontrar el modelo de un casone reconstruido según las reglas de la tradición local y allí montado para que estas antiguas construcciones no caigan en el olvido.

En la Laguna de Caorle sigue habiendo varios *casoni*. Muchos de ellos están aislados para dominar mejor las zonas de pesca, pero en Falconera y en la **Isla de los Pescadores**, donde confluyen los canales Palangon y Nicesolo (también llamado Canalon), también hay algunas agrupaciones.

¿Quieres saber más? Descarga aquí el **PDF** con la descripción de sus características originales y con las normas de construcción.

● **El mercado del sábado por la mañana**

El mercado del sábado por la mañana se celebra durante todo el año en la plaza contigua a la estación de autobuses, en Via Aldo Moro (aproximadamente de 8:00 a 13:00).

Es una cita irrenunciable tanto para los habitantes de Caorle como para muchos viajeros. De hecho, mientras el pescado fresco hay que comprarlo en el **Mercado de Pescado Municipal**, aquí podrás encontrar productos frescos, de gastronomía ¡y **muchísimo más!**

¡No te lo puedes perder! Además de ser una ocasión perfecta para socializar, aquí podrás hacer unas buenas compras o simplemente dar un paseo y curiosear entre las tiendas de ropa,

<p>e utensili vari: ce n'è davvero per tutti i gusti!</p> <p>● Le Chiese</p> <p>Il <u>Duomo</u> e il <u>Santuario della Madonna dell'Angelo</u> sono senz'altro tra i luoghi di culto di Caorle che suscitano un grande potere di attrazione tra i viaggiatori, ma non sono i soli.</p> <p>A Caorle centro:</p> <p>Chiesa della Madonna del Rosario di Pompei</p> <p>La Chiesa o Oratorio della Madonna di Pompei è stata eretta nel 1878, si trova nel centro del paese ed è sempre aperta. Dopo esser stata gravemente danneggiata durante la seconda guerra mondiale, è stata ricostruita nel 1954. La pietra sacra dell'altare e la pala di marmo dell'acqua santa provengono da chiese caorlesi scomparse.</p> <p>A Santa Margherita:</p> <p>Chiesa di Maria Immacolata</p> <p>La chiesa di Santa Margherita è opera dell'architetto Guido Impallomeni di Portogruaro, autore anche del Villaggio dell'Orologio e della Darsena adiacente. L'opera più significativa che custodisce è senz'altro il trittico pittorico del pittore e iconografo Fabio Nones di Trento; si fa ammirare anche il crocifisso in bronzo opera dello scultore Angelo Zoggia.</p>	<p>productos típicos, juguetes, zapatos y utensilios variados... ¡Hay algo para todos los gustos!</p> <p>● Las Iglesias</p> <p>El <u>Duomo</u>, es decir la catedral, y el <u>Santuario della Madonna dell'Angelo</u>, la iglesia de la Santísima Virgen del Ángel, son sin duda los lugares de culto de Caorle que los viajeros aprecian más, aunque no son los únicos que merece la pena visitar.</p> <p>En el centro de Caorle:</p> <p>Iglesia de la Madonna del Rosario di Pompei</p> <p>La Iglesia u Oratorio de la Virgen de Pompeya fue erigida en 1878, se encuentra en el casco antiguo de la ciudad y está siempre abierta. Tras haber sufrido daños considerables durante la Segunda Guerra Mundial, volvió a ser construida en 1954. La piedra sagrada del altar y el retablo de mármol del agua bendita proceden de iglesias de Caorle ya desaparecidas.</p> <p>En Santa Margherita:</p> <p>Iglesia de Maria Immacolata</p> <p>La iglesia del Barrio de Santa Margherita fue diseñada por el arquitecto véneto Guido Impallomeni, quien también proyectó el Barrio del Villaggio dell'Orologio y la Dársena contigua. La obra más importante de la iglesia es sin lugar a dudas el tríptico pictórico del pintor e iconógrafo Fabio Nones, de la ciudad de Trento, aunque también es digno de mención el crucifijo de bronce del escultor véneto Angelo</p>
---	---

<p>La chiesa è sempre aperta.</p> <p>A Porto Santa Margherita Chiesa di San Giovanni XXIII È una delle chiese più recenti del territorio (consacrata nel 2009), ha vetrate colorate con episodi del Vecchio e Nuovo Testamento ed è sempre aperta.</p> <p>A Duna Verde Chiesa di Santa Maria delle Dune La chiesa, consacrata nel 1984, è aperta da giugno ad agosto e la statua della Vergine col Bambino che ospita proviene dalla prua di una barca.</p> <p>Ca' Corniani Chiesa di San Giovanni Battista È strutturata su una sola navata e ospita una bella statua di legno di San Giovanni Battista. È sempre aperta.</p> <p>Ca' Cottoni Chiesa della Resurrezione Il nucleo originario risale al 1720 e verso la metà del XVIII secolo venne ingrandita con l'aggiunta delle navate laterali. Sull'altare maggiore si fa notare la pala seicentesca della Resurrezione; molto belli anche gli altari lignei e intagliati delle due navate. La chiesa è aperta solo nel periodo estivo di domenica.</p>	<p>Zoggia. La iglesia está siempre abierta.</p> <p>En Porto Santa Margherita Iglesia de San Giovanni XXIII Es una de las iglesias más recientes del territorio (consagrada en 2009), tiene vidrieras de colores con episodios del Antiguo y Nuevo Testamento y está siempre abierta.</p> <p>En Duna Verde Iglesia de Santa Maria delle Dune La iglesia de la localidad de Duna Verde, que fue consagrada en 1984, acoge una estatua de la Virgen con el Niño procedente de la proa de un barco. Está abierta de junio a agosto.</p> <p>En Ca' Corniani Iglesia de San Giovanni Battista Es una iglesia de una sola nave y acoge una preciosa estatua de madera de San Juan Bautista. Está siempre abierta.</p> <p>En Ca' Cottoni Iglesia de la Resurrezione El núcleo originario, que data de 1720, fue ampliado a mediados del siglo XVIII con la añadidura de naves laterales. En el altar mayor cabe notar el retablo de la Resurrección del siglo XVII. También son dignos de mención los altares de madera tallada en las dos naves. La iglesia está abierta solamente los domingos en la temporada de verano.</p>
--	--

San Giorgio di Livenza

Chiesa di Santa Maria degli Angeli

Suggestiva chiesetta immersa nel verde accanto al canale Brian, in località Valle Tagli. Aperta per le celebrazioni liturgiche del Natale e della Pasqua.

Chiesa di San Giorgio di Livenza

Questa chiesa appartiene al Comune di Caorle, ma è annessa alla diocesi di Ceneda, l'antico nome di Vittorio Veneto.

Marango

Chiesa del SS Nome di Maria

La chiesa è sede della Comunità Monastica "Piccola Famiglia della Risurrezione" che accoglie chi desidera condividere qualche giorno di preghiera.

San Gaetano (Via Riello)

Chiesa di San Gaetano da Thiene

Ospita una statua lignea di San Gaetano proveniente dalla Val Gardena.

La chiesa è aperta di domenica e in occasione di festività religiose.

Ottava Presa

Chiesa della Madonna di Lourdes

Aperta tutti i giorni dalle 8.00 alle 18.00.

San Giorgio di Livenza

Iglesia de Santa Maria degli Angeli

Una hermosa iglesia rodeada de vegetación al lado del canal Brian, en la localidad de Valle Tagli. Está abierta para las celebraciones litúrgicas de Navidad y Pascua

Iglesia de San Giorgio di Livenza

Esta iglesia pertenece al Municipio de Caorle, pero forma parte de la diócesis de Ceneda, antiguo nombre de la ciudad de Vittorio Veneto que se encuentra en la provincia de Treviso (¡y no en la de Venecia como Caorle!).

Marango

Iglesia del SS Nome di Maria

Esta iglesia es la sede de la Comunidad Monástica de la Pequeña Familia de la Resurrección para todas aquellas personas que deseen compartir unos días de oración.

San Gaetano (Via Riello)

Iglesia de San Gaetano da Thiene

Acoge una estatua de madera de San Cayetano, procedente del famoso valle de Gardena en las Dolomitas.

La iglesia está abierta los domingos y durante las festividades religiosas.

Ottava Presa

Iglesia de la Madonna di Lourdes

La iglesia está abierta todos los días de 8:00 a 18:00.

<p>Castello di Caorle</p> <p>Chiesa Regina Pacis</p> <p>È aperta solo il sabato pomeriggio durante la celebrazione.</p> <p>Nelle vicinanze, a Lugugnana di Portogruaro, si trova la Chiesa di S. Maria del Carmelo risalente al 1500 e tutelata dalle Belle Arti.</p> <p>Brussa</p> <p>Chiesa di San Bartolomeo</p> <p>Aperta nel periodo estivo.</p> <p>● I Musei</p> <p>Il Museo Liturgico</p> <p>Da Piazza Vescovado, attraverso i giardini della canonica del Duomo di Santo Stefano si accede al Museo Liturgico che un tempo era la cappella privata dei vescovi.</p> <p>Al suo interno paramenti sacri e reliquie antiche, numerosi argenti e pezzi pregiati in rame.</p> <p>Tra i reperti di maggior interesse e suggestione sono senz'altro i resti di Santo Santo Stefano Protomartire a cui è dedicata la Cattedrale, i reliquiari, e l'anello dei vescovi di Caorle.</p> <p>Una curiosità: la seconda saletta è quasi interamente dedicata a Papa San Giovanni XXIII e mostra oggetti e paramenti a lui appartenuti e donati al Museo da Guido e Giampaolo Gusso, che per anni furono i suoi aiutanti in Vaticano.</p>	<p>Castello di Caorle</p> <p>Iglesia Regina Pacis</p> <p>Está abierta únicamente los sábados por la tarde durante la celebración.</p> <p>En las cercanías, en Lugugnana de Portogruaro, se encuentra la Iglesia de S. Maria del Carmelo, que data a 1500 y está protegida como patrimonio histórico por la Superintendencia de Bellas Artes.</p> <p>Brussa</p> <p>Iglesia de San Bartolomeo</p> <p>Abierta en la temporada de verano.</p> <p>● Los Museos</p> <p>El Museo Litúrgico</p> <p>De Piazza Vescovado, pasando por los jardines de la canóniga de la Catedral de San Esteban, llamada Duomo di Santo Stefano, accedemos al Museo Litúrgico que antiguamente era la capilla privada de los obispos.</p> <p>En su interior, podremos contemplar paramentos y reliquias antiguas, así como numerosas piezas de valor tanto en plata como en cobre.</p> <p>Entre los hallazgos de mayor interés y sugestión están sin ninguna duda los restos de San Esteban Mártir, a quien está dedicada la catedral, los relicarios y el anillo de los obispos de Caorle.</p> <p>¿Quieres saber algo curioso? La segunda sala está dedicada casi exclusivamente al Papa Juan XXIII. Aquí podremos ver objetos y paramentos</p>
---	---

<p>Entrata gratuita su prenotazione: +39 3281316714 signora Annabella Pavan.</p> <p>Durante l'estate il Museo è aperto il sabato e la domenica.</p> <p>Il Museo Nazionale di Archeologia del Mare Presso l'ex Azienda Agricola Chiggiato in Via Strada Nuova, 80 trova spazio il nuovissimo Museo Nazionale di Archeologia del Mare.</p> <p>Orario invernale dal 16 settembre al 14 giugno: venerdì, sabato e domenica: 10.00 - 18.00 (ultimo ingresso ore 17.00)</p> <p>Orario estivo dal 15 giugno al 15 settembre: venerdì, sabato, domenica: 15.00 - 23.00 (ultimo ingresso ore 22.00)</p> <p>Il museo è articolato in due sezioni. Al primo piano sono esposti i reperti più significativi rinvenuti a Caorle e nei siti limitrofi, databili dall'età del Bronzo recente (XIII sec – prima metà del XII sec a.C.) all'epoca moderna. Potrai scoprire quindi come il nostro borgo si è trasformato nella località che conosciamo oggi, passando per la protostoria e l'epoca romana.</p> <p>Al piano terra potrai rivivere la storia del brick Mercurio, vascello da guerra di età napoleonica, affondato durante la battaglia di Grado il 22 febbraio 1812. Un video ti racconterà la sua storia, mentre una postazione dedicata alla realtà virtuale ti farà provare l'emozione di un'immersione subacquea nell'area dello scavo</p>	<p>que pertenecieron al Papa mismo y que donaron al Museo sus ayudantes en el Vaticano durante años: los hermanos de Caorle Guido y Giampaolo Gusso.</p> <p>Entrada gratuita con reserva previa: +39 3281316714 doña Annabella Pavan.</p> <p>En la temporada de verano el Museo está abierto los sábados y los domingos.</p> <p>El Museo Nacional de Arqueología del Mar En la antigua Empresa Agrícola Chiggiato en Via Strada Nuova n° 80 encontramos ahora el nuevísimo Museo Nacional de Arqueología del Mar.</p> <p>Horario de invierno del 16 de septiembre al 14 de junio: viernes, sábado y domingo: 10:00 – 18:00 (última entrada 17:00)</p> <p>Horario de verano del 15 de junio al 15 de septiembre: viernes, sábado y domingo: 15:00 – 23:00 (última entrada 22:00)</p> <p>El museo está dividido en dos secciones. En la primera planta podrás observar los objetos más significativos hallados en Caorle y en las zonas adyacentes, que datan de entre la Edad del Bronce Reciente (siglo XIII- primera mitad del siglo XII a.C.) y la época moderna. Además, podrás descubrir cómo nuestro pueblo se ha convertido en la localidad que conocemos hoy, pasando por la protohistoria y por la época romana.</p> <p>En la planta baja, en cambio, podrás vivir en primera persona la historia del bergantín Mercurio, buque de guerra de la época napoleónica, que se hundió durante la batalla de</p>
---	--

del relitto; potrai toccare con mano la poppa, ricostruita in scala reale, un cannone... e molto altro.

Come arrivare

L'ingresso pedonale è situato presso la piccola rotonda adiacente al ponte Saetta (ponte mobile situato all'ingresso di Caorle).

È possibile parcheggiare l'auto presso l'Ecopark (via Gallini): il percorso pedonale vi guiderà direttamente all'accesso della struttura.

Preferisci goderti la visita con la guida di una persona esperta? Per gruppi e scolaresche possibilità di visite guidate su richiesta anche in giorni diversi, con preavviso di almeno 5 giorni.

Info e prenotazioni

+39 042183149 - +39 3483832395
pm-ve.museocaorle@beniculturali.it
www.polomusealeveneto.beniculturali.it

Biglietto d'ingresso

Intero: 6 euro

Ridotto: 2 euro (cittadini UE tra i 18 e i 25 anni)

Biglietto speciale eventi: 4 euro

Gratuito: personale docenti, persone sotto i 18 anni, nelle giornate ticket free elencate di seguito e nei casi previsti.

BIGLIETTO CUMULATIVO DI INGRESSO :

Grado el 22 de febrero de 1812. Un video te contará su historia, mientras una estación de realidad aumentada te permitirá experimentar la emoción del buceo en el área de excavación de los restos del buque. ¿Listo para tocar la popa (una reconstrucción a escala real), el cañón... y mucho más?

Cómo llegar

La entrada peatonal está en la pequeña rotonda contigua al puente Saetta (puente levadizo en la entrada de Caorle).

Podrás aparcar tu coche en el Ecopark en Via Gallini: el camino peatonal te llevará directamente hasta la entrada del edificio.

¿Prefieres disfrutar de la vista bajo la guía de un experto? Grupos y escuelas pueden reservar visitas guiadas también en otros días, con un preaviso mínimo de 5 días.

Información y reservas

+39 042183149 - +39 3483832395
pm-ve.museocaorle@beniculturali.it
www.polomusealeveneto.beniculturali.it

(disponible sólo en italiano)

Entradas

Entrada general: 6 euros

Entrada reducida: 2 euros (ciudadanos de la UE entre 18 y 25 años de edad)

Entrada especial eventos: 4 euros

Entrada gratuita: personal docente, menores de 18 años, días enumerados a continuación y casos previstos.

[Museo nazionale di archeologia del Mare di Caorle] + [Museo nazionale Concordiese di Portogruaro] + [Area archeologica di piazza Costantini in Concordia Sagittaria] + [Museo archeologico nazionale di Altino]

Intero: € 15,00

Ridotto: € 7,50 (cittadini dell'UE di età compresa tra i 18 e i 25 anni)

fb: @museomarecaorle

instagram: @museoarcheologicodelmare

● **Visite Guidate per gruppi**

Tramite il nostro Ufficio IAT (+39 0421 81085; info@caorle.eu) è possibile prenotare **visite guidate** per gruppi **con guide turistiche autorizzate**. Ecco i tour guidati più richiesti:

Centro Storico di Caorle (durata 1' e 30 minuti)

- il **Duomo (entrata gratuita) e il caratteristico Campanile**
- la diga e **Scogliera Viva**
- il **Santuario della Madonna dell'Angelo** (entrata gratuita)
- passeggiata tra le **calli e i campielli in stile veneziano**
- **Porto Peschereccio**

ENTRADA COMBINADA:

[Museo nacional de arqueología del Mar de Caorle] + [Museo nacional Concordiese de Portogruaro] + [Área arqueológica de Piazza Costantini en Concordia Sagittaria] + [Museo arqueológico nacional de Altinum]

Entero: € 15,00

Reducido: € 7,50 (ciudadanos de la UE entre 18 y 25 años de edad)

fb: @museomarecaorle

instagram: @museoarcheologicodelmare

● **Visitas Guías para grupos**

Mediante nuestra Oficina de Información Turística IAT (+39 0421 81085; info@caorle.eu) podrás reservar **visitas guiadas** para grupos **con guías turísticos autorizados**.

A continuación, te enumeramos las excursiones más populares:

Casco Antiguo de Caorle (duración 1h 30 min)

- la Catedral, llamada **Duomo, (entrada gratuita) y su característico Campanario**
- el dique y **Scogliera Viva**, uno de los paseos más hermosos del Alto Adriático con rocas esculpidas por artistas internacionales
- el **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel (entrada gratuita)
- paseo entre **calles y plazoletas en pleno estilo veneciano**

<p>Concordia Sagittaria e Portogruaro (durata 3 ore circa)</p> <p><u>Concordia Sagittaria</u>: visita agli scavi archeologici sotto Piazza C. Costantini e al Battistero;</p> <p><u>Portogruaro</u>: passeggiata all'aperto per il centro storico; municipio in stile gotico; porte medievali; palazzi in stile gotico-veneziano e rinascimentale; Oratorio della Pescheria e Mulini; percorso lungo il fiume Lemene.</p> <p><u>Qui</u> le tariffe per le visite guidate</p> <p>> EVENTI</p> <p>● Top Events</p> <p>> La Luna nel pozzo</p> <p>Quando: fine agosto - primi di settembre</p> <p>La Luna nel Pozzo è la manifestazione più suggestiva organizzata dal Comune di Caorle: a fine estate <u>per le calli e i campielli di Caorle</u> va in scena lo storico festival internazionale del teatro di strada.</p> <p>Tra acrobazie, clownerie, teatro di figura, circo contemporaneo e giocoleria, gli artisti si esibiscono in performance e spettacoli che sorprendono adulti e bambini in un'atmosfera fatta di luci, magia, musica e colori.</p> <p>La partecipazione agli spettacoli e agli eventi del festival è libera.</p>	<p>- <u>Porto Peschereccio</u>, el pintoresco puerto pesquero de Caorle</p> <p>Concordia Sagittaria y Portogruaro (duración aproximadamente 3h)</p> <p><u>Concordia Sagittaria</u>: visita a las excavaciones arqueológicas bajo Piazza C. Costantini y el Baptisterio</p> <p><u>Portogruaro</u>: paseo al aire libre en el casco antiguo; ayuntamiento en estilo gótico; puertas medievales; palacios en estilo gótico-veneciano y renacentista; Oratorio della Pescheria; Molines; recorrido a lo largo del río Lemene.</p> <p><u>Descarga aquí</u> las tarifas de las visitas guiadas.</p> <p>> EVENTOS</p> <p>● Los Mejores Eventos</p> <p>> La Luna nel pozzo</p> <p>Quando: finales de agosto - principios de septiembre</p> <p>La Luna nel Pozzo, es decir, la luna en el pozo, es el evento más sugestivo organizado por el Ayuntamiento de Caorle: a finales de verano en <u>las calles y plazuelas de Caorle</u> podrás asistir al histórico festival internacional del teatro de calle.</p> <p>Entre acrobacias, payasos, teatro de títeres, circo contemporáneo y malabarismo, los artistas realizan actuaciones y espectáculos que sorprenden a todo el mundo en una atmósfera llena de luces, magia, música y colores.</p> <p>La participación en los espectáculos y en los eventos del festival es libre.</p>
--	--

>Processione della Madonna dell'Angelo

Quando: la seconda domenica di settembre (ogni cinque anni)

È una vera e propria processione...in mare con imbarcazioni di pescatori addobbate a festa, **bragozzi** e barche da tutto il circondario che seguono la **statua della Madonna dell'Angelo**.

Ogni cinque anni, la seconda domenica di settembre, la statua custodita nella chiesetta omonima viene portata in processione sulla **caorlina**, barca a remi tipica della laguna di Venezia, nelle varie chiese del Comune per rientrare, infine, nel suo Santuario.

L'itinerario della processione si snoda dal **Porto peschereccio**, percorre il Rio interno e il canale dell'Orologio, per poi costeggiare il mare fino ad arrivare nuovamente alla chiesetta.

>ScoglieraViva

Quando: a giugno (ogni due anni)

Si tratta di un **concorso internazionale di scultura**, istituito dal Comune nel 1993, che si tiene ogni due anni nel mese di **giugno** e arricchisce continuamente **la scogliera che separa il Borgo dal mare** di opere d'arte scolpite sotto gli occhi dei passanti, con artisti che arrivano da tutto il mondo per l'occasione.

ScoglieraViva infatti è ormai un'attrazione

>Procesión de la Madonna dell'Angelo

Cuando: el segundo domingo de septiembre (cada cinco años)

Es una auténtica procesión... en el mar, con embarcaciones de pescadores decoradas para la ocasión. Los **bragozzi**, barcos de pesca de dos mástiles típicos del mar Adriático, y otros barcos proceden de todos los alrededores para seguir la **estatua de la Santísima Virgen del Ángel** por vía marítima.

Se celebra cada cinco años, el segundo domingo de septiembre, cuando veinticuatro remeros llevan la estatua, que se conserva en la homónima iglesia, en procesión en las varias iglesias del Municipio con la **caorlina**, un barco de remos típico de la laguna de Venecia. Finalmente, la estatua regresa a su Santuario.

La procesión parte desde el **Porto peschereccio**, el pintoresco puerto pesquero de Caorle, sigue a lo largo del Rio interno y del canal de l'Orologio y finalmente continúa por el mar hasta llegar de nuevo a la pequeña iglesia.

>ScoglieraViva

Cuando: en junio (cada dos años)

Estamos hablando de un **concurso internacional de escultura**, que fue instituido por el Ayuntamiento en 1993 y que se celebra cada dos años en el mes de **junio**. **ScoglieraViva**, literalmente escollera viva, enriquece continuamente **la escollera que separa la localidad de Caorle del mar** con obras de arte esculpidas ante la mirada curiosa

imprescindibile per i viaggiatori che visitano Caorle e questa passeggiata è diventata un museo a cielo aperto visitabile tutto l'anno.

>FluSSidiverSi

Quando: agosto

A testimoniare il fervore culturale che contraddistingue il nostro Borgo c'è anche il **meeting di poesia fluSSidiverSi**, manifestazione che attraverso incontri, reading, seminari, eventi e laboratori per bambini, consente un incontro informale tra i poeti e il pubblico.

A fungere da palcoscenico è l'intero **centro storico** di Caorle con le sue **calli, campi e piazze in stile veneziano**, tra lo splendido **Campanile** cilindrico in stile romanico e il suggestivo **Santuario in riva al mare della Madonna dell'Angelo**.

La manifestazione fluSSidiverSi si conclude con l'incisione di una poesia in lingua originale del poeta annualmente premiato sul parapetto della diga all'altezza di Piazza Vescovado.

>La Festa del Pesce

Quando: ogni anno a fine settembre

La "Festa del pesce" (o "Pesse" in caorlotta) è per eccellenza la **manifestazione più tipica della tradizione caorlotta**.

Ne è protagonista il nostro **pesce fresco che gli**

de los transeúntes por artistas llegados de todo el mundo para la ocasión. La escollera es, en efecto, una atracción imprescindible para los viajeros que visitan Caorle. Podrás recorrer este paseo, que se ha convertido en un museo a cielo abierto, durante todo el año.

>FluSSidiverSi

Cuando: agosto

FluSSidiverSi es un encuentro de poesía que atestigua el fervor cultural que caracteriza nuestra localidad costera, Caorle. Es una manifestación que, mediante encuentros, *reading*, seminarios, eventos y talleres para niños, permite que poetas y público se reúnan de manera informal.

No hay palco escénico: el escenario es todo el **casco antiguo** de Caorle con sus **calles, plazoletas y plazas en estilo veneciano**, entre el espléndido **Campanario** cilíndrico en estilo románico y el suggestivo **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la iglesia de la Santísima Virgen del Ángel, **a orillas del mar**.

La manifestación fluSSidiverSi termina con el grabado en la balaustrada del dique, a la altura de Piazza Vescovado, de una poesía en el idioma original del poeta anualmente premiado.

>La Feria del Pescado

Cuando: cada año a finales de septiembre

La "Festa del pesce", es decir la feria del pescado, es por excelencia la **manifestación más típica de la tradición de Caorle**.

El protagonista es nuestro pescado fresco, que

stessi pescatori cucinano e propongono in uno scenario fronte mare particolarmente suggestivo, la spiaggia “Sacheta” a pochi passi dal **Santuario della Madonna dell’Angelo**, dove vengono allestiti stand enogastronomici, chioschi bar e tavoli per oltre cinquecento persone.

Per l’occasione vengono ricreati i **casoni**, i tipici capanni in canna palustre della **Laguna di Caorle** e la festa inizia con la regata di gondole a cui si può assistere dalla **scogliera** e dall’imbarcadero a pochi passi dal Santuario. Musica dal vivo, spettacoli teatrali e la “gara del bisato”, che consiste nel catturare un’anguilla dentro un recipiente senza usare le mani, arricchiscono questa festa amatissima anche da noi caorlotti.

>L’Incendio del Campanile

Quando: il secondo sabato e la seconda domenica di luglio
Ogni anno, il secondo sabato e la seconda domenica del mese di luglio, si svolge la **Processione della Madonna dell’Angelo**, che si snoda a piedi nel centro storico. Al termine, ha luogo in Piazza Vescovado il cosiddetto **Incendio del Campanile**, spettacolo di luci di grande suggestione.

los pescadores mismos cocinan y sirven en un hermoso escenario frente al mar: la playa “Sacheta”, a pocos pasos del **Santuario della Madonna dell’Angelo**, la iglesia de la Santísima Virgen del Ángel. Aquí encontrarás puestos enogastronómicos, quioscos, bares y mesas para más de quinientas personas.

Para la ocasión también se recrean los **casoni**, cabañas en caña típicas de la **Laguna de Caorle** donde solían vivir los pescadores. La fiesta empieza con la regata de góndolas, que podrás admirar desde la **escollera** y desde el embarcadero, a tiro de piedra del Santuario. En esta fiesta, amada tanto por los lugareños como por los turistas, podrás disfrutar de música en vivo y espectáculos teatrales y hasta participar en una divertida competición llamada “gara del bisato” que consiste en capturar una anguila dentro de un recipiente con agua sin usar las manos.

>La Quema del Campanario

Cuando: el segundo sábado y domingo de julio
Cada año, el segundo sábado y domingo del mes de julio, se celebra la **Procesión de la Santísima Virgen del Ángel** que recorre el casco antiguo a pie (cuidado, no la confundas con la procesión por vía marítima que se celebra en septiembre cada cinco años). Al final de la procesión, en Piazza Vescovado tiene lugar la **Quema del Campanario**, un espectáculo de luces que te sorprenderá.

>Spettacolo pirotecnico

Quando: la terza settimana di luglio e il 14 agosto

Gli spettacoli pirotecnici hanno luogo nello splendido scenario del lungomare, sia nella piccola baia della **spiaggia di Levante** accanto al **Santuario della Madonna dell'Angelo**, che alla fine della **spiaggia di Ponente**. Ormai fissi due appuntamenti: a metà luglio in spiaggia di Ponente e il 14 agosto in spiaggia di Levante.

>CaorleWonderland

Chi l'ha detto che Caorle è il posto giusto da vivere solo in estate? Grazie anche ai tanti eventi che organizziamo tutto l'anno **il nostro Borgo è sempre vivo e allegro**, con tante iniziative entusiasmanti anche per noi che qui ci viviamo! Come ad esempio "CaorleWonderland", un cartellone di manifestazioni che rendono ancora più magica l'atmosfera natalizia: il **villaggio di Babbo Natale** con i laboratori creativi per i più piccoli, il **mercatino natalizio** nel **centro storico**, la **pista di pattinaggio sul ghiaccio**, concerti e spettacoli di varia natura e poi ancora la maratonina di Natale "Spetame che rivo" (dal veneto, ovvero "aspettami che arrivo"), gara non competitiva a cui partecipano atleti e simpatizzanti di ogni età.

Da non perdere, la notte della vigilia poco prima di mezzanotte, la suggestiva fiaccolata **Natale sul Mare** con i sommozzatori che, giungendo

>Espectáculo pirotécnico

Cuando: la tercera semana de julio y el 14 de agosto

Los espectáculos pirotécnicos tienen lugar en un maravilloso escenario, el paseo marítimo, tanto al final de la **playa de Poniente** como en la pequeña bahía de la **playa de Levante**, al lado del **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la iglesia de la Santísima Virgen del Ángel. Se han convertido en dos citas fijas que no te puedes perder: a mediados de julio en la playa de Poniente y el 14 de agosto en la playa de Levante.

>CaorleWonderland

¿Quién dijo que merece la pena visitar Caorle solamente en verano? Gracias a los numerosos eventos que organizamos durante todo el año **nuestro pueblo siempre hierve bullicioso**, ¡con iniciativas apasionantes para turistas y hasta para los que vivimos aquí!

"CaorleWonderland", o el país de las maravillas, es solo uno de los numerosos ejemplos. La cartelera del evento hace que la atmósfera navideña sea aún más mágica: la **aldea de Papá Noel** con talleres creativos para niños, el **mercadillo de Navidad** en el **casco antiguo**, la **pista de hielo**, conciertos y espectáculos de diversos tipos y el mini-maratón de Navidad "Spetame che rivo" (del veneto "espérame, ya voy"), marcha no competitiva en la que participan atletas y simpatizantes de todas las edades.

En nochebuena, poco antes de la medianoche,

dal mare, portano la statuetta di Gesù Bambino fino all'altare maggiore del **Duomo**, dando così inizio ai festeggiamenti natalizi!

Festeggiamenti che vedono il loro culmine nel **concerto di Capodanno** in piazza, tra musica, intrattenimento e balli, e nei **fuochi di artificio accanto al Santuario della Madonna dell'Angelo**, per non parlare del tuffo in mare del primo gennaio senza il quale il nuovo anno sembra non poter cominciare!

Poi si sa, arriva l'Epifania e tutte le feste porta via...

>Festival Show

Quando: a luglio, ingresso libero, spiaggia di Levante

Dal 2017 Caorle ospita una tappa del **Festival Show, spettacolo musicale itinerante tra i più importanti in Italia**, che da giugno a settembre tocca le maggiori città del Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Lombardia, con finalissima all'Arena di Verona.

L'evento musicale con orchestra dal vivo e corpo di ballo di professionisti è ad ingresso libero, si svolge nella **spiaggia di Levante** e ha come cornice lo splendido **Santuario sul mare della Madonna dell'Angelo**.

Festival Show è anche un concorso per nuovi talenti che si avvicendano nelle piazze alla conquista del titolo finale. E proprio Caorle da alcuni anni ospita la Finale Nazionale di

déjate encantar por la sugestiva procesión de antorchas llamada **Natale sul Mare**, Navidad en el Mar. Los buzos, llegando del mar, llevan la estatua del Niño Jesús hasta el altar mayor del **Duomo**, la Catedral, dando comienzo a los festejos navideños. ¡Es un evento que no te puedes perder!

Los festejos culminan en la plaza con el **concerto de Nochevieja** entre música, diversión y bailes y con los **fulguros artificiales al lado del Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel. ¿Qué mejor manera de empezar el año nuevo con un salto en el mar? ¿Y tú, te atreves?

>Festival Show

Quando: en julio, entrada libre, playa de Levante Desde 2017 Caorle acoge una etapa del **Festival Show, uno de los espectáculos musicales itinerantes más importantes de Italia**, que de junio a septiembre llega a las principales ciudades de las regiones de Véneto, Friul-Venecia Julia, Emilia Romagna y Lombardía con su culminación en la Arena de Verona.

El evento musical con orquesta en vivo y cuerpo de baile de profesionales es de entrada libre, se celebra en la **playa de Levante** y tiene como escenario el maravilloso **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia dedicada a la Santísima Virgen del Ángel a orillas del mar.

Festival Show también es un concurso de nuevos talentos que se alternan en las plazas

<p>"Festival Show Casting".</p> <p>>Caorle Street Food & Sound Festival Quando: a settembre, in piazzale Olimpia (davanti allo Stadio Chiggiato) Il Caorle Street Food & Sound Festival è un apprezzatissimo connubio tra appuntamenti musicali live ed ottimo cibo di strada. Gli stand enogastronomici sono divisi per aree tematizzate (si spazia dal pesce locale e alla cucina tipica veneta a piatti indiani e dell'America del Sud), tra tecnologici food truck stile americano e i mitici veicoli a tre ruote "Ape" di produzione italiana.</p> <p>>Beach Soccer Quando: a luglio, spiaggia di Levante. Dal 2017 Caorle ospita una tappa apprezzatissima dagli stessi calciatori protagonisti e dal pubblico che accorre numeroso dell'Italian Beach Soccer Tour, in cui si sfidano importanti squadre nazionali a livello mondiale, Ospiti famosissimi partecipano alla manifestazione, tra cui vari campioni del passato.</p> <p>>Beach Volley Quando: luglio - agosto</p>	<p>para conquistar el último título. Desde hace algunos años Caorle acoge la Final Nacional de "Festival Show Casting".</p> <p>>Caorle Street Food & Sound Festival Quando: en septiembre, en piazzale Olimpia (frente al Estadio Chiggiato) El Caorle Street Food & Sound Festival es una combinación perfecta entre citas musicales en vivo y excelente comida callejera que te va a encantar. Los sitios enogastronómicos están divididos por áreas temáticas (del pescado local a la cocina véneta típica, pasando por platos indios y de Sudamérica), entre tecnológicos <i>food truck</i> en estilo norteamericano y míticos "Ape", motocarros de tres ruedas del famoso fabricante italiano Piaggio.</p> <p>>Fútbol playa Quando: en julio, playa de Levante. Desde 2017 Caorle acoge una etapa del Italian Beach Soccer Tour donde se desafían importantes equipos nacionales a nivel mundial. ¡Tanto a los futbolistas mismos como al público, que acude en masa, les encanta! A este evento asisten invitados famosísimos, entre ellos varios campeones del pasado.</p> <p>>Voleibol de playa Quando: julio - agosto</p>
--	--

In estate sui campi dell' **Arena Beach**, presso il lungomare Trieste di Caorle, in tre giorni di gare si affrontano 30 coppie maschili e 17 femminili nell'ambito di una tappa del Campionato Italiano Assoluto di Beach Volley, valida per l'assegnazione della Coppa Italia.

Il beach volley infatti è sempre più popolare e praticato a tutti i livelli e trova la sua collocazione ideale sulla spiaggia di Caorle, grazie alla sua ampiezza e alla sabbia fine che la caratterizza!

>Premio Giornalistico Papa Ernest Hemingway

Quando: a luglio

In occasione delle giornate denominate **Hemingway, il Nobel nella laguna di Caorle** che si svolgono annualmente a Caorle, il nostro Borgo si anima con manifestazioni, mostre, conferenze, presentazioni di libri e proiezioni di film tutte dedicate al giornalista e scrittore statunitense ospite per lunghi anni della nostra Laguna, un paradiso da lui descritto nel libro *Di là del fiume e tra gli alberi*.

Nel programma culturale di queste giornate rientra anche il **Premio Giornalistico Papa** che ha per oggetto l'intenso rapporto di Hemingway con il Veneto e con Caorle in particolare, nonché la valorizzazione dei suoi scritti ispirati da queste terre.

Il Premio Papa, ideato dall'Associazione Culturale Onlus Cinzia Vitale con il patrocinio dell'Ordine dei Giornalisti del Veneto, richiama

En verano, en los campos de la **Arena Beach** en Lungomare Trieste, en tres días de competiciones se enfrentan 30 parejas masculinas y 17 femeninas para ganar la etapa del Campeonato Italiano de Voleibol de playa, válida para el otorgamiento de la Copa Italia.

El voleibol de playa, de hecho, se está haciendo cada día más popular y se practica ya a todos los niveles. La playa de Caorle, gracias a su anchura y a la arena fina que la caracterizan, ¡es el lugar perfecto para este tipo de deporte!

>Premio Periodístico Papa Ernest Hemingway

Cuando: en julio

Con ocasión de las jornadas denominadas **Hemingway, el Nobel en la laguna de Caorle**, que se celebran anualmente en Caorle, nuestra localidad turística se llena de vida con eventos, exposiciones, conferencias, presentaciones de libros y proyecciones de películas todos dedicados al periodista y escritor estadounidense, a quien hemos acogido durante muchos años en nuestra Laguna, un paraíso que él mismo ha descrito en su libro *Al otro lado del río y entre los árboles*.

En la programación cultural de estas jornadas también está el **Premio Periodístico Papa**, centrado en la intensa relación que Hemingway mantenía con la región Véneto y especialmente con Caorle, así como en la valorización de sus escritos, inspirados en estas mismas tierras.

El Premio Papa, ideado por la Asociación Cultural Sin Ánimo de Lucro Cinzia Vitale, bajo

il soprannome Papa affibbiato a Hemingway dall'amico Gerald Murphy al ritorno da uno dei suoi primi viaggi in Spagna e vuole valorizzare le tracce giornalistiche che evidenziano il rapporto di Hemingway con il territorio veneto che nutrì la sua immaginazione di scrittore.

>Regate d'altura: "La 500" e "La 200"

Vedere il nostro mare solcato da barche a vela con equipaggi di professionisti che arrivano da tutto il mondo, e il nostro **Borgo** animarsi con migliaia di curiosi e appassionati di questa disciplina è una gioia che si rinnova **a maggio di ogni anno**.

Si inizia con "**La Duecento**", il **secondo weekend di maggio** con partenza il venerdì mattina e termine la domenica entro le 20 con un beach party finale, per duecento miglia da percorrere, andata e ritorno, sull'itinerario **Caorle, boa foranea di Grado, isola di Sansego**. All'iniziale versione **200X2**, ovvero con **due soli skipper**, si è aggiunta nel tempo la **200XTutti**, con equipaggio completo, per una **regata internazionale** prevista dal calendario World Sailing e che concorre all'assegnazione del titolo di "**Campione Italiano Offshore**", come del resto "**La Cinquecento**".

Quest'ultima è detta la regina delle regate d'altura, la prima ideata nel Mediterraneo nel 1974 destinata a due skipper (**500X2**) e dal 1995 aperta anche agli equipaggi completi

el patrocinio del Colegio de Periodistas de la región Véneto, recuerda el apodo que Gerald Murphy, amigo de Hemingway, le dio al regresar de uno de sus primeros viajes a España. Este premio tiene como objetivo valorar las raíces periodísticas que ponen de relieve la relación de Hemingway con el territorio de la región Véneto, que alimentó su imaginación de escritor.

>Regatas en alta mar: "La 500" y "La 200"

Cada año, en mayo, nuestro **pueblo** cobra vida con miles de curiosos y aficionados que acuden para admirar los barcos de vela que surcan nuestro mar con tripulaciones de profesionales de todo el mundo. ¡Es un verdadero encanto!

El evento empieza con "**La Duecento**", doscientas millas para recorrer ida y vuelta siguiendo el itinerario **Caorle, boya foránea de Grado (Friul-Venecia Julia), isla de Susak (Croacia)**. Se celebra el **segundo fin de semana de mayo** con salida el viernes por la mañana y vuelta el domingo antes de las 20, con una gran fiesta en la playa. Con el paso del tiempo, a la versión original **200X2**, es decir, con solamente dos patrones, se ha añadido la **200XTutti**, con tripulación completa, para una **regata internacional** programada en el calendario World Sailing que vale para la adjudicación del título de "**Campeón Italiano Offshore**" (tal como "**La Cinquecento**").

"**La Cinquecento**" se considera la reina de las regatas en alta mar. Fue la primera destinada a dos patrones (**500X2**) en disputarse en el

(500XTutti).

Cinquecento miglia di percorso da compiere a vela e senza scalo, da Caorle alle Isole Tremiti passando per Sansego, con **partenza l'ultima domenica di maggio e termine il sabato successivo**: una competizione che attira i più famosi navigatori oceanici come i semplici appassionati e che si conclude anch'essa con un beach party!

Alla **Cinquecento** dalla stagione 2018 è stato abbinato un evento dedicato agli amanti delle specialità gastronomiche della nostra terra, **Gusta la Cinquecento** animarsi, con show cooking, happy hour, menu dedicati nei **ristoranti** animarsi del Borgo mentre le imbarcazioni che partecipano alla regata, visibili nella splendida cornice del **Porto Peschereccio** animarsi, sfilano lungo il canale di Caorle per raggiungere la linea di partenza!

- **Feste e Sagre**

Durante tutto l'anno si susseguono a Caorle e nei dintorni varie feste dal sapore popolare, come solo le sagre paesane sanno essere. Stand gastronomici, musica, balli e giochi tradizionali animano le serate in cui caorlotti e turisti si divertono insieme.

- **Musica**

- **Sport**

Mediterráneo en 1947 y desde 1955 también está abierta a tripulaciones completas **(500XTutti).**

La competición consiste en recorrer quinientas millas a vela y sin escalas, desde Caorle hasta las Islas Tremiti, en la región de Apulia, pasando por la isla croata Susak. La regata, que **comienza el último domingo de mayo y termina el sábado siguiente**, atrae tanto a los navegantes oceánicos más famosos como a muchos aficionados. ¡Te encantará saber que también termina con una gran fiesta en la playa! La **Cinquecento** de la temporada 2018 se conectó con un evento dedicado a los amantes de las especialidades gastronómicas de nuestra tierra, **Gusta la Cinquecento**, concretamente saborea la quinientos. Entre *show cooking*, hora feliz y menús dedicados en los **restaurantes** las embarcaciones que participaban en la regata desfilaron en el canal de Caorle para alcanzar la línea de salida, enmarcadas en el hermoso puerto pesquero, también llamado **Porto Peschereccio**.

- **Fiestas y Ferias**

Durante todo el año Caorle y los alrededores organizan inolvidables fiestas populares de todo tipo. Sitios gastronómicos, música, bailes y juegos tradicionales animan las veladas en las que los lugareños y los turistas se divierten juntos.

- **Música**

- **Deportes**

- **Mostre**

>**CITTÀ DELLO SPORT**

- **Caorle Città dello Sport**

Una delle caratteristiche che tanto piacciono ai visitatori è che Caorle è davvero il posto ideale per chi voglia trascorrere un soggiorno non soltanto godendosi il sole, il mare ed un contesto naturale unico ma anche una **vacanza attiva che consenta a corpo e mente di rigenerarsi grazie all'attività fisica nelle sue più diverse forme.**

Non è un caso infatti che Caorle sia detta anche “**Città dello Sport**”, un appellativo dovuto visto il **numero ed il livello delle strutture e degli impianti** grazie a cui potrete cimentarvi in ogni genere di esercizio fisico: dall'atletica al tennis, dal windsurf alla vela, dal calcio al golf, dal basket al beachvolley e così via.

All'ingresso della città, di fronte al **Palazzetto dello Sport Palamare**, si trova il **Palaexpomar** che ospita manifestazioni sportive ma anche culturali e ricreative oltre ad eventi fieristici. Abbiamo poi lo **stadio comunale**, i campi da tennis, la **piscina comunale**, un **campo da golf** con 18 buche e due **darsene** con mille posti barca, “Marina 4” e “all'Orologio”, attrezzate per soddisfare le più esigenti richieste della nautica da diporto. Tutte le strutture sportive sono organizzate in modo tale da poter ospitare avvenimenti sportivi di livello internazionale.

Per maggiori informazioni: Ufficio Sport del Comune di Caorle +39 0421 219264;

- **Exhibiciones**

>**CIUDAD DEL DEPORTE**

- **Caorle, Ciudad del Deporte**

Una de las características que los turistas más valoran de Caorle es que se trata del lugar ideal para quienes deseen una estancia no solo de sol y playa, sino que quieran también disfrutar de un entorno natural único y realizar unas **vacaciones activas que permitan revitalizar cuerpo y mente gracias a una amplia oferta de actividades deportivas.**

De hecho, no es casualidad que a Caorle también se le llame “**Ciudad del Deporte**”, un apodo necesario en consideración del **número y el nivel de estructuras e instalaciones deportivas** gracias a las que podrás ponerte a prueba en cada tipo de actividad física: del atletismo al tenis, del windsurf a la vela, del futbol al golf, del baloncesto al voleibol de playa y mucho más.

Entrando en la ciudad, frente al **Palacio de Deportes Palamare**, está el **Palaexpomar** que acoge eventos deportivos, culturales y recreativos además de eventos feriales. Asimismo, en Caorle podrás disfrutar del **estadio municipal**, de las pistas de tenis, de la **piscina municipal**, de un **campo de golf** de 18 hoyos y de dos **dársenas** con mil amarres para barcos, “Marina 4” y “all'Orologio”, equipadas para satisfacer las exigencias de la navegación deportiva y de recreo. Todas las instalaciones están preparadas para acoger eventos deportivos

sport@comune.caorle.ve.it.

● **Strutture e Impianti**

Palestra “Enrico Fermi”

La Palestra “Enrico Fermi”, insieme al **Palazzetto dello Sport Palamare** e a **Palaexpomar**, rappresenta un ideale sistema strategico per ospitare grandi eventi sportivi nazionali ed internazionali. Grazie alla sua tribuna da circa 300 posti, viene spesso utilizzato per le più diverse manifestazioni sportive ed extrasportive che si svolgono durante tutto l'anno a Caorle.

Per informazioni: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it

Stadio comunale “Giovanni Chiggiato”

Capienza: 2000 persone

Il complesso sportivo dello Stadio Comunale è stato ristrutturato nel 2019 e comprende un campo da calcio principale in erba naturale (110x60) e due campi di allenamento sempre in erba naturale; una pista di atletica leggera a 8 corsie, con doppie pedane per i salti e i lanci, 4 corsie di riscaldamento da 60 m, così da rendere di fatto l'impianto di classe A secondo le regole Fidal. Esso viene spesso utilizzato da società sportive di calcio e atletica di primissimo livello per la preparazione dei propri atleti in vista della stagione agonistica. La tribuna principale dello

de nivel internacional.

Para más información: Oficina de Deportes del Ayuntamiento de Caorle +39 0421 219264; sport@comune.caorle.ve.it.

● **Estructuras e Instalaciones**

Gimnasio “Enrico Fermi”

El Gimnasio “Enrico Fermi”, junto con el **Palacio de Deportes Palamare** y con el **Palaexpomar**, representa un sistema estratégico ideal para acoger grandes eventos deportivos nacionales e internacionales. Gracias a su tribuna de 300 asientos, se utiliza a menudo durante todo el año para eventos deportivos y recreativos.

Para información: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it

Estadio municipal “Giovanni Chiggiato”

Aforo: 2000 personas

El complejo deportivo del Estadio Municipal fue completamente reformado en 2019. Comprende un campo de fútbol principal (110x60) y dos campos secundarios para los entrenamientos, todos de césped natural; una pista de atletismo de 8 calles, con dobles plataformas para saltos y lanzamientos y 4 calles de precalentamiento de 60 m (según las normas de la Federación Italiana de Atletismo estos requisitos la convierten en una instalación de clase A).

A menudo, sociedades deportivas de fútbol y de atletismo de primer nivel utilizan este moderno

stadio comunale ha una capienza di circa 2000 persone a dimostrazione della capacità dell'impianto di ospitare importanti eventi sportivi calcistici e di atletica leggera. Per informazioni: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it

Golf Pra' delle Torri

Anche il golf, come la **voga alla veneta**, è una di quelle discipline a cui sono dedicati progetti specifici nelle scuole di Caorle affinché anche i più giovani vi si avvicinino. E del resto un green di livello proprio non ci manca visto il campo a 18 buche (di cui una fronte mare!) al confine tra Altanea e Duna Verde: un contesto che intreccia la passione per il golf al desiderio di immergersi in uno scenario naturale unico.

L'impianto ospita regolarmente eventi nazionali e competizioni internazionali ed è gestito dal Golf Club Pra' delle Torri; +39 0421-299570 – info@golfcaorle.it

Piscina Comunale

La **piscina comunale** coperta è gestita dall'Associazione Caorle Nuoto ed è possibile praticarvi una serie di attività dedicate ad adulti e bambini.

Per info + 39 0421 260090 – caorlenuoto@gmail.com

complejo para preparar a los atletas en vista de la temporada de carreras. La tribuna principal del estadio tiene un aforo de 2000 personas, por lo que la instalación puede acoger importantes eventos de fútbol y atletismo.

Para información: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it

Golf Pra' delle Torri

El Ayuntamiento de Caorle organiza varios proyectos en las escuelas, cuyo objetivo es interesar a los jóvenes en disciplinas como la **voga alla veneta**, una técnica particular de remo tradicional de la Laguna de Venecia o como el más conocido golf. Al fin y al cabo, Caorle lo tiene todo y su campo de 18 hoyos (¡uno de estos frente al mar!), en los confines entre las localidades de Altanea y Duna Verde, es digno de los mejores jugadores. Un contexto perfecto para unir la pasión por el golf con el deseo de sumergirse en un entorno natural único.

La instalación, que está gestionada por el Club de Golf Pra' delle Torri, alberga regularmente eventos nacionales y competiciones internacionales; +39 0421-299570 – info@golfcaorle.it

Piscina Municipal

La **piscina municipal** cubierta está gestionada por la Asociación de Natación de Caorle y ofrece una amplia gama de actividades dedicadas a niños y adultos.

Para información + 39 0421 260090 – caorlenuoto@gmail.com

<p>Palaexpomar</p> <p>È un impianto polifunzionale di 5mila metri quadrati in grado di ospitare manifestazioni fieristiche, congressuali, esposizioni, spettacoli musicali, meeting sportivi e raduni. La sua ubicazione a pochi metri dal Palazzetto dello Sport e dallo stadio comunale, completano un'area sportiva di livello gestita dalla Venezia Expomar +39 0421-84269 – fieracaorle@expomar.it).</p>	<p>Palaexpomar</p> <p>Es un recinto polivalente de 5 mil metros cuadrados, preparado para acoger ferias, congresos, exhibiciones, espectáculos musicales, manifestaciones deportivas y reuniones. Se encuentra a tiro de piedra del Palacio de Deportes y del estadio municipal y forma parte de un área deportiva de nivel gestionada por Venezia Expomar +39 0421-84269 – fieracaorle@expomar.it.</p>
<p>Palazzetto dello Sport</p> <p>È omologato per ospitare incontri internazionali di diverse specialità tra cui basket, volley, pallamano, calcetto a cinque, karate e scherma. Ha una capienza di circa 2500 posti (suddivisi su 4 tribune in cemento e nel parterre con due tribune telescopiche) e ospita anche manifestazioni extra sportive quali concerti, rappresentazioni teatrali, fiere espositive e congressi.</p>	<p>Palacio de Deportes</p> <p>Está homologado para acoger encuentros internacionales de diferentes especialidades, entre estas el baloncesto, el voleibol, el balonmano, el fútbol sala, el kárate y la esgrima. Tiene un aforo de aproximadamente 2500 asientos (divididos en 4 tribunas de cemento y 2 tribunas telescópicas en la parte inferior) y acoge también manifestaciones recreativas como conciertos, representaciones teatrales, ferias comerciales y congresos.</p>
<p>Per informazioni: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it</p>	<p>Para información: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it</p>
<p>Stadio Romiati</p> <p>Lo stadio comunale “Riccardo Romiati” a San Giorgio di Livenza, frazione di Caorle, viene prevalentemente usato dall’Associazione locale A.S. Sangiorgese, ma anche dai giovani rugbisti per i loro allenamenti.</p> <p>Per informazioni: + 39 0421 219264 - sport@comune.caorle.ve.it</p>	<p>Estadio Romiati</p> <p>El Estadio Municipal “Riccardo Romiati”, en el anejo de Caorle, San Giorgio di Livenza, es usado prevalentemente por la Asociación deportiva local Sangiorgese, pero también lo utilizan los jóvenes jugadores de rugby para entrenarse.</p> <p>Para información: + 39 0421 219264 -</p>

<p>● L'Aviosuperficie di Caorle</p> <p>È lo scalo ideale per visitare il nostro Borgo, trascorrere una giornata al mare o raggiungere comodamente <u>Venezia</u> o le tante meraviglie che circondano Caorle. Grazie alla pista in erba lunga 800 metri e alla piazzola per elicotteri, la struttura ospita diverse categorie di velivoli che possono essere “parcheeggiati” all’aperto oppure in moderni hangar con accesso regolato da tessere magnetiche e controllati da un sistema di videosorveglianza. C’è anche la possibilità di seguire corsi di volo e di vivere l’emozione di esplorare il territorio dal cielo: avete mai immaginato di ammirare <u>Venezia</u> dall’alto, magari all’alba? Per informazioni +39 338 6999252, clubvoloalmare@libero.it ; www.clubvoloalmare.it/index.html.</p> <p>● Vacanza Attiva - Acqua</p> <p>>Nuoto</p> <p>A Caorle si può nuotare alla grande anche indoor grazie alla <u>piscina</u> semiolimpionica ad 8 corsie per allenamenti e competizioni della Caorle Nuoto, in Via delle Rondini in Località Porto Santa Margherita-Altanea.</p> <p>È il luogo adatto per perfezionare il proprio stile o apprendere nuove tecniche in sicurezza ma anche per mantenere la forma grazie ai corsi di</p>	<p>sport@comune.caorle.ve.it</p> <p>● El campo de aviación de Caorle</p> <p>No hay mejor escala que esta para visitar Caorle y todas las maravillas que la rodean, pasar un día en la playa o llegar cómodamente a <u>Venecia</u>. Con su pista de hierba de 800 metros y su plataforma para helicópteros, la estructura puede acoger diferentes categorías de velívolos. Podrás elegir entre “aparcar” el velívolo en el exterior o en los modernos hangares que disponen de control de acceso por tarjeta magnética y de un sistema de videovigilancia. También tendrás la oportunidad de tomar cursos de vuelo y de disfrutar de la emoción de explorar el territorio desde el cielo: ¿no has soñado alguna vez con admirar <u>Venecia</u> desde lo alto, quizás al amanecer?</p> <p>Para información: +39 338 6999252, clubvoloalmare@libero.it ; www.clubvoloalmare.it/index.html (disponible sólo en italiano).</p> <p>● Vacaciones Activas - Agua</p> <p>>Natación</p> <p>¿Te gusta nadar? En Caorle podrás hacerlo tanto en verano como en invierno gracias a su <u>piscina</u> semiolímpica cubierta de 8 calles, donde se entrena y compite el equipo Caorle Nuoto. La piscina, que se encuentra en Via delle Rondini en la localidad de Porto Santa Margherita-Altanea, es el lugar ideal para perfeccionar tu estilo, aprender nuevas técnicas de manera</p>
---	---

fitness acquatico e ginnastica funzionale in acqua.

L'impianto immerso nel verde di **Altanea** a pochi metri dal mare e con un comodo parcheggio esterno, è dotato anche di una piscina per bambini, una per le immersioni subacquee, palestra, spogliatoi e docce spaziose. Per info supplementari: + 39 0421 260090; www.caorlenuoto.com; caorlenuoto@gmail.com.

>Vela

Vivere il mare imparando a conoscerne aspetti che solo dall'acqua si possono cogliere, attraverso la vela è possibile. E sono infatti sempre di più le persone, dai bambini agli adulti, che si avvicinano alle **scuole di vela** proprio perché attratti dal **richiamo del mare** e della **barca a vela**. Qui a Caorle abbiamo diversi circoli affiliati alla **Federazione Italiana Vela** e quindi con **istruttori professionisti** che organizzano regate e manifestazioni per tutte le classi durante tutto l'anno.

Quale occasione migliore per avvicinarsi alla vela? Ecco qualche riferimento:

www.societavelicacaorle.com

www.cnsm.org/scuola-vela

www.skipperpoint.net

www.veladuemila.it/tag/caorle

www.alfa.it/surf-cat

segura o semplicemente para mantenerte en forma gracias a los cursos de fitness acuático y de gimnasia funcional en el agua.

La instalación de **Altanea**, a tiro de piedra del mar, está rodeada de naturaleza y dispone de un cómodo aparcamiento exterior, de una piscina para niños, una de buceo y de un gimnasio con vestuarios y amplias duchas.

Para más información: + 39 0421 260090; www.caorlenuoto.com (disponible sólo en italiano); caorlenuoto@gmail.com.

>Vela

¡No hay mejor manera de conocer el mar en todas sus facetas que con la vela! Cada día más y más personas, tanto niños como adultos, acuden a las **escuelas de vela** atraídos por la **llamada del mar** y por el **barco de vela**. Aquí en Caorle tenemos varios clubes afiliados a la **Federación Italiana de Vela** que cuentan con **instructores profesionales** que durante todo el año organizan regatas y manifestaciones para todas las categorías.

Si quieres acercarte al mundo de la vela, echa un vistazo a estas páginas web:

www.societavelicacaorle.com (disponible sólo en italiano)

www.cnsm.org/scuola-vela (disponible sólo en italiano)

www.skipperpoint.net (disponible sólo en italiano)

www.veladuemila.it/tag/caorle (disponible sólo en italiano)

www.alfa.it/surf-cat (disponible en italiano y

<p>>Windsurf</p> <p>I surfisti di Caorle sanno che anche quando il nostro mare sembra piatto come una tavola non è detto che non nasconda insidie e si possa abbassare la guardia. Caorle infatti è uno spot molto amato dagli appassionati di surf, soprattutto quando soffia lo scirocco, anche per la geografia particolare del suo fondale, per le secche che lo contraddistinguono e di cui è bene tener conto soprattutto in presenza di escursioni della marea. Se non siete proprio esperti sempre meglio affidarsi ad istruttori qualificati come quelli che trovate qui www.alfa.it/surf-cat (per info supplementari Alberto +39 328 8210398).</p> <p>>Stand up Paddle (SUP)</p> <p>Una pagaiata ludica su una SUP board con accompagnatore per ammirare dal mare la bellezza del nostro litorale e fare un po' di sano movimento: a Caorle anche questo è possibile. Per informazioni: Circolo Nautico Porto S. Margherita CNSM + 39 336 829581 – info@cnsm.org</p> <p>Con il SUP si può esplorare anche la <u>spiaggia incontaminata della Brussa</u> e fare un tour nella <u>Laguna di Caorle</u> per approdare all'Isola dei Pescatori. Per tutte le info www.cnsm.org/sup .</p>	<p>alemán)</p> <p>>Windsurf</p> <p>Los surfistas de Caorle saben que el mar no permite bajar la guardia en ningún momento, ni siquiera cuando parece plano como una tabla de surf, ya que puede estar plagado de peligros. Los aficionados al surf aprecian mucho Caorle, sobre todo cuando sopla el siroco, pero también por la peculiar geografía de su fondo marino y por los bajíos que la caracterizan y a los cuales hay que prestar atención especialmente durante las mareas bajas. Si no eres experto en surf, lo mejor es que confíes en un profesional: surfea con un instructor calificado, como los que encontrarás en esta página: www.alfa.it/surf-cat (disponible en italiano y alemán) (para más información contacta con: Alberto +39 328 8210398).</p> <p>>Surf de Remo (SUP)</p> <p>En Caorle todo es posible: mantente en forma con el surf de remo, acompañado por un instructor y disfruta de la belleza de nuestro litoral directamente desde el mar. Para más información: Club Náutico Porto S Margherita CNSM + 39 336 829581 – info@cnsm.org</p> <p>Con el SUP también podrás explorar la <u>playa incontaminada de la localidad Brussa</u> y realizar una excursión en la <u>Laguna de Caorle</u> hasta llegar a la Isla de los Pecadores. Para obtener más información visita la página web www.cnsm.org/sup (disponible sólo en</p>
--	--

<p>>Sub diving</p> <p>L'amore e la passione per il mare guidano il Gruppo Sommozzatori di Caorle affiliato alla FIPSAS (Federazione Italiana Pesca Sportiva e Attività Subacquee) che nel corso degli anni ha esplorato la fascia costiera dal Piave al Tagliamento e dalla riva al confine delle acque internazionali.</p> <p>È grazie al Gruppo Sommozzatori di Caorle che, esplorando nel dettaglio il fondale del litorale caorloto, si sono potute censire numerose "tegnùe" e maturare l'idea di proteggere questi ecosistemi con la realizzazione di un'Area Marina Protetta che si chiama oggi Oasi Marina Città di Caorle.</p> <p>Il Gruppo Sommozzatori di Caorle organizza anche corsi che prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lezioni pratiche in bacino delimitato; - lezioni in piscina; - lezioni teoriche; - prove d'esame in bacino delimitato durante il corso delle lezioni in piscina; - prove d'esame di teoria; - prove d'esame in acque libere. <p>Per tutte le info</p> <p>www.grupposommozzatoricaorle.com;</p> <p>grupposommozzatoricaorle@gmail.com.</p>	<p>italiano).</p> <p>>Buceo</p> <p>El amor y la pasión por el mar son los elementos que motivan al Grupo Buceadores de Caorle, afiliado a la FIPSAS (Federación Italiana de Pesca Deportiva y Actividades Subacuáticas). A lo largo de los años, el grupo ha explorado la franja costera que se extiende del río Piave al río Tagliamento y de la orilla hasta la frontera marítima internacional.</p> <p>Gracias al Grupo Buceadores de Caorle, que ha explorado en detalle el fondo marino del litoral, se han podido registrar numerosas formaciones rocosas llamadas "tegnùe" en dialecto véneto. Gracias a ellos, también ha surgido la idea de proteger estos ecosistemas mediante la realización de un Área Marina Protegida hoy llamada Reserva Marina Ciudad de Caorle.</p> <p>El Grupo Buceadores de Caorle también organiza cursos que incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - clases prácticas en aguas confinadas; - clases de piscina; - clases teóricas; - exámenes de aguas confinadas durante las clases de piscina; - exámenes de teoría; - exámenes de aguas abiertas. <p>Para más información visita la página www.grupposommozzatoricaorle.com (disponible sólo en italiano) o envía un correo a grupposommozzatoricaorle@gmail.com.</p>
--	---

>Parasailing

Volare con un paracadute che prende quota grazie al traino di una barca a motore e godersi uno scenario mozzafiato con il Borgo di Caorle incorniciato dalla **Laguna** e da una **spiaggia di diciotto km** è un'esperienza che non ha prezzo!

Una prospettiva di cui si può godere in piena sicurezza affidandosi ad **istruttori esperti** e qualificati dei diversi **centri specializzati** del nostro litorale.

Se volete provare l'esperienza: nelle spiagge di Levante e di Ponente contattate Marco e Andrea, +39 328 6065185; nella zona di Lido Altanea-Duna Verde giorgios.watersport@alice.it; +39 335 6694383; www.watersport-caorle.com.

>Canoa e Kajak

Anche la canoa o il kayak, come del resto il SUP, consentono di fare del sano esercizio fisico nutrendosi al tempo stesso di paesaggi mozzafiato. Già perché anche con questi scafi "alternativi" è possibile **esplorare gli angoli più nascosti** del litorale caorloto, dei nostri **fiumi** e della suggestiva **Laguna di Caorle!**

Se volete provare l'esperienza nella zona di Lido Altanea-Duna Verde : giorgio@watersport-caorle.com, +39 335 6694383, www.watersport-caorle.com.

>Pesca sportiva

>Parasailing

Vuela con un paracaídas que gana altura siendo remolcado por un barco de motor y disfruta de un paisaje que quita el hipo: la localidad de Caorle enmarcado en la **Laguna** y en una **playa de dieciocho km**... ¡es una experiencia que no tiene precio! ¿Por qué no confiar en los **instructores expertos** y calificados de los numerosos **centros especializados** de nuestro litoral para hacerlo con total seguridad?

Si quieres vivir esta experiencia, puedes contactar con Marco y Andrea para las playas de Levante y de Poniente: +39 328 6065185; para la zona de Lido Altanea-Duna verde: giorgios.watersport@alice.it; +39 335 6694383; www.watersport-caorle.com (disponible sólo en alemán).

Si quieres vivir esta experiencia, puedes contactar con Marco y Andrea para las playas de Levante y de Poniente: +39 328 6065185; para la zona de Lido Altanea-Duna verde: giorgios.watersport@alice.it; +39 335 6694383; www.watersport-caorle.com (disponible sólo en alemán).

>Canoa e Kajak

Tal y como el surf de remo, la canoa y el kayak te permitirán hacer ejercicio físico mientras disfrutas de paisajes que quitan el hipo. Sí, porque con estos barcos "alternativos" podrás **explorar los lugares más escondidos** de nuestro pintoresco litoral, de nuestros **ríos** y de la hermosa **Laguna de Caorle.**

¿Te apetece vivir esta experiencia en la zona de Lido Altanea-Duna Verde? Para más información: giorgio@watersport-caorle.com, +39 335 6694383, www.watersport-caorle.com (disponible sólo en alemán).

>Pesca deportiva

Da **Porto Santa Margherita** vengono organizzate escursioni a bordo dell'imbarcazione Santa Maria del Lauro. Durante la stagione estiva l'emozione di **pescare al largo** è una di quelle che difficilmente si possono dimenticare (tanto più che il pescato lo portate a casa!) come del resto quella di salire su un peschereccio per il **pescaturismo**, attività turistico-ricreativa che si svolge a bordo delle imbarcazioni della pesca professionale. Per info: Ufficio Informazioni IAT di Caorle +39 0421 81085.

>Voga alla veneta

A Caorle c'è ancora un grande attaccamento e rispetto nei confronti della tradizione e della pratica della **voga alla veneta**, tanto che questa disciplina viene promosso anche nelle scuole caorlotte attraverso progetti dedicati.

Si rema in piedi rivolti verso prua per scrutare il paesaggio circostante su imbarcazioni dal fondo basso, con una tecnica di navigazione particolare per monitorare il livello del fondale, basso e sabbioso, tipico della laguna, ambiente in cui questa specialità è nata.

A Caorle solitamente si voga sulle nostre imbarcazioni tipiche dette **caorline**, la cui caratteristica principale è nella forma della prua e della poppa, allungate verso l'alto ed esattamente uguali.

Avete mai immaginato di vogare in mare costeggiando il litorale o lungo i canali della Laguna? Veniteci a trovare e realizzerete il vostro sogno!

De la localidad de **Porto Santa Margherita** salen numerosas excursiones a bordo de la embarcación Santa Maria del Lauro. Durante la temporada de verano, vive la emoción de **pescar en alta mar: es una experiencia inolvidable** (además, ¡podrás llevarte el pescado!). También te encantará subir a un barco pesquero para una actividad turístico-recreativa que se realiza a bordo de embarcaciones pesqueras profesionales, llamada **pesca-turismo**.

Para más información: Oficina de Información Turística IAT de Caorle +39 0421 81085.

>Voga alla veneta

En Caorle sigue habiendo gran devoción y respeto hacia la tradición y la práctica de la **voga alla veneta**, una técnica particular de remo tradicional de la Laguna de Venecia. En efecto, el Ayuntamiento de Caorle organiza varios proyectos dedicados en las escuelas para promover esta disciplina.

En estas embarcaciones de bajo calado, **los bogadores reman de pie**, girados hacia la proa, para escudriñar el paisaje circundante con una técnica de navegación particular que permite monitorizar el nivel del fondo, bajo y arenoso, típico de la laguna donde ha nacido esta especialidad. Seguramente ya la conoces: ¿es la técnica utilizada en las góndolas!

En Caorle, normalmente remamos en nuestras embarcaciones tradicionales, llamadas **caorline**, cuya característica principal es la forma de la proa y de la popa, alargadas hacia arriba y exactamente iguales.

Informazioni presso Voga Caorle - Presidente:
Pier Manuele Bottosso + 39 328 3799889 -
vogacaorle@gmail.com .

● **Vacanza Attiva - Terra**

>**Bike**

Se siete appassionati delle due ruote a Caorle avete solo l'imbarazzo delle scelta e non resta che decidere se pedalare lungo gli **itinerari** che conducono alla scoperta della **Laguna**, del nostro entroterra oppure costeggiare il mare o i tanti corsi d'acqua di questa zona. La bicicletta è ideale per esplorare il Borgo e i dintorni da soli o con l'aiuto di guide esperte! Per info www.fromsandtorocks.com

>**Golf**

Pra' delle Torri Golf Caorle si trova a soli 5 minuti di auto dal centro di Caorle ed è immerso nel verde con un **green di 18 buche di cui una vista mare!** Grazie al clima mite della zona qui si può golfare tutto l'anno e sperimentare anche nuove discipline come il FootGolf!

Questo è infatti il primo Circolo del Veneto ad aver aperto un percorso 18 buche FootGolf, mix tra calcio e golf che si gioca sul percorso di un campo da golf tradizionale calciando un pallone!

Per informazioni: +39 0421 299570 –

¿Te gustaría remar en el mar a lo largo del litoral o de los canales de la Laguna? Ven a vernos y ¡haz realidad tu sueño!

Para más información contacta con Voga Caorle - Presidente: Pier Manuele Bottosso + 39 328 3799889 - vogacaorle@gmail.com .

● **Vacaciones Activas - Tierra**

>**Ciclismo**

Si eres un aficionado a las dos ruedas, Caorle es el lugar perfecto para ti. Lo único que tendrás que hacer será elegir entre los numerosos **itinerarios** presentes: podrás descubrir la **Laguna** de nuestro interior, pedalear junto al mar o incluso por los diferentes cursos de agua de esta zona. La bicicleta es el vehículo ideal para explorar nuestra localidad costera y sus alrededores, ya sea solos o con la ayuda de guías expertos.

>**Golf**

Pra' delle Torri Golf Caorle se encuentra a solo 5 minutos en coche del centro de Caorle y está rodeado de naturaleza con un **campo de 18 hoyos ¡de los cuales uno con vistas al mar!**

Gracias al clima templado de esta zona, aquí podrás jugar al golf durante todo el año y también experimentar nuevas disciplinas como el Futgolf, una fusión de fútbol y golf donde los jugadores golpean un balón de fútbol en el tradicional campo de golf.

Para más información: +39 0421 299570 –
info@golfcaorle.it; www.golfcaorle.it

info@golfcaorle.it; www.golfcaorle.it

>Nordic Walking

Quella di Caorle è una **spiaggia** talmente **attiva** e in cui ci si può divertire in mille modi che durante l'estate vengono organizzate anche passeggiate con istruttori qualificati **praticando il Nordic Walking!** Sì, avete capito bene, da noi è possibile passeggiare con i bastoncini in mano per allenare anche gli arti superiori anche in spiaggia.

Il Nordic walking è adatto a tutti e consente di esplorare il contesto naturale godendone appieno, sia se parliamo della **Laguna di Caorle** sia del nostro bellissimo litorale.

Per info: Ufficio Informazioni IAT di Caorle +39 0421 81085.

>Equitazione

Cavalcare sulla spiaggia all'alba o al tramonto oppure nell'entroterra alla scoperta della **Laguna** da una visuale inedita che solo montare a cavallo consente: non è un caso che a Caorle ci siano centri ippici con istruttori qualificati in grado di condurvi alla scoperta del nostro suggestivo territorio!

Provare per credere! Di seguito una serie di riferimenti:

+39 331 7448150 Maximiliano – Caorle località S. Gaetano

+43/676/7108282; +39/320/8582609

strandreiten.italien@hotmail.com Doris (madrelingua tedesca) - Caorle località Brussa

(disponibile in italiano, inglés y alemán).

>Caminata Nórdica

La **playa** de Caorle es realmente muy **activa...** ¡hay miles de cosas que puedes hacer! Durante el verano, podrás participar en paseos organizados para practicar la **Caminata Nórdica** con instructores calificados. Sí, has leído bien, podrás caminar con los bastones en nuestra playa para entrenar las extremidades superiores.

La Caminata Nórdica es un deporte para todos y te permitirá explorar el entorno natural disfrutando tanto de la **Laguna de Caorle** como de nuestro hermoso litoral.

Para más información: Oficina de Información Turística IAT de Caorle +39 0421 81085.

>Equitación

¿Te gustaría cabalgar en la playa al amanecer o al atardecer o tierra adentro para descubrir la **Laguna** desde una perspectiva única? ¡En Caorle puedes hacerlo! Tenemos centros ecuestres con instructores cualificados en condición de guiarte para descubrir nuestro sorprendente territorio.

¡Vívelo para creerlo! A continuación, todos los contactos útiles:

+39 331 7448150 Maximiliano – Caorle localidad de S. Gaetano

+43/676/7108282; +39/320/8582609

strandreiten.italien@hotmail.com Doris (nativa alemana) - Caorle localidad de Brussa

>Tennis

Giocare a pochi metri dalla riva del mare sulla terra rossa non ha prezzo e gli appassionati di tennis amano Caorle anche per questo. Qui avete la possibilità di mantenervi allenati anche mentre siete in vacanza grazie ai tanti **impianti sportivi** del nostro territorio che vi consentiranno di giocare a tennis indoor e all'aria aperta.

Ecco qualche riferimento:

www.tennisclubpsm.it

www.immobiliareorologio.com

www.facebook.com/tennisciko/

www.tennis-minigolf-adria.com

>Running

Correre nelle prime ore del mattino o all'imbrunire su uno dei tanti itinerari battuti e ben segnalati: è l'attività giusta per mantenervi in forma esplorando al tempo stesso il contesto naturale in cui siete immersi. E non basta: volete mettervi alla prova e provare il triathlon? Contattate **qui** gli istruttori qualificati.

- **Caorle Beach Arena**

>JBA

Caorle Beach Arena

La **JBA** è una realtà affermata che organizza corsi e tornei di beach volley durante tutta

>Tenis

Jugar en la arcilla roja a unos metros de la orilla del mar no tiene precio: es también por esto por lo que los aficionados al tenis aman Caorle. Aquí tendrás la oportunidad de entrenar mientras estás de vacaciones gracias a las numerosas **instalaciones deportivas** de nuestro territorio que te permitirán jugar al tenis, tanto en pista cubierta como al aire libre.

A continuación, todas las páginas web útiles:

www.tennisclubpsm.it (disponible en italiano y alemán)

www.immobiliareorologio.com (disponible en italiano, inglés y alemán)

www.facebook.com/caorletennis2021

(disponible sólo en italiano)

www.tennis-minigolf-adria.com (disponible en italiano y alemán)

>Running

Correr a primeras horas de la mañana o al atardecer en uno de los numerosos caminos trillados y bien señalizados. Es la actividad perfecta para mantenerte en forma explorando al mismo tiempo el entorno natural que te rodea. Pero hay más: ¿quieres ponerte a prueba con el triatlón? Haz clic **aquí** para contactar con instructores cualificados.

- **Caorle Beach Arena**

>JBA

Caorle Beach Arena

La **JBA** es una exitosa organización que realiza cursos y torneos de voleibol de playa durante

l'estate e affianca la Federazione Italiana Pallavolo nell'organizzazione dei più importanti eventi nazionali e ha tra i suoi obiettivi principali lo sviluppo e la promozione del beach volley giovanile. Il nostro fiore all'occhiello è la Scuola di Beach, la più grande d'Italia nel panorama giovanile, grazie agli oltre 300 atleti che nei nostri anni di attività hanno frequentano i nostri corsi.

Anche quest'anno saremo presenti nella città di Caorle permettendo agli appassionati di beach volley e di tutti gli sport sulla sabbia di avere un punto di riferimento ideale per fare sport in compagnia: le Arene **JBA** di Jesolo e Caorle sono infatti spazi unici dove migliaia di appassionati si incontrano giornalmente e dove il divertimento e la spensieratezza sono assicurati sia per i cittadini di Caorle che per i suoi turisti.

>INSPIRE ME

• **Vacanze in famiglia**

Cosa fare a Caorle con i bambini

Il contesto naturale in cui siamo immersi rende Caorle una **destinazione particolarmente amata dalle famiglie con bambini: mare pulito** animarsi, **natura** animarsi incontaminata da esplorare in bicicletta percorrendo una delle tante **piste ciclabili** animarsi magari alla scoperta dei **casoni** animarsi, dell'entroterra, acqua in abbondanza dai canali alla **Laguna** animarsi, grandi spazi, clima mitigato dal mare anche in estate, **strutture di prim'ordine**

todo el verano y cuyo objetivo principal es el desarrollo y la promoción del voleibol de playa juvenil. Además, apoya a la Federación Italiana de Voleibol en la organización de los eventos nacionales más importantes.

Nuestra joya de la corona es la Escuela de Beach, la más grande de Italia en el ámbito juvenil gracias a los más de 300 atletas que en nuestros años de actividad han asistido a los cursos.

Este año también estaremos presentes en la ciudad de Caorle, permitiendo a los aficionados al voleibol de playa y a los deportes de arena tener un punto de referencia ideal para hacer deporte en compañía. Las Beach Arenas JBA de Jesolo y Caorle son instalaciones únicas donde miles de aficionados se reúnen a diario. ¡Diversión y despreocupación aseguradas tanto para los lugareños como para los turistas!

>INSPIRE ME

• **Vacaciones en familia**

Qué hacer en Caorle con niños

El entorno natural que nos rodea convierte a Caorle en **un destino que las familias con niños adoran**. Os esperan un **mar limpio** y una **naturaleza** virgen para explorar en bicicleta mediante uno de los numerosos carriles bici para descubrir el interior o los **casoni**, cabañas típicas donde solían vivir los pescadores. ¡Entre canales y **Laguna** el agua sobra! Además, podrás disfrutar de amplios espacios, de un clima templado, suavizado por el mar incluso en

animarsi, servizi di ogni tipo. Insomma tutto quello che serve per trascorrere un soggiorno con i fiocchi e senza andare cercare altrove. Inoltre per i più piccoli abbiamo una serie di **attrazioni** che renderanno ancora più speciale la loro vacanza e si sa...**bambini felici, genitori felici!**

>1) Tutti in spiaggia

Qualsiasi sia la **spiaggia pulito** che sceglierete troverete **mare limpido e vivo pulito** (cosa c'è di più divertente per i più piccolini che catturare granchi e paguri per poi rilasciarli?), con un **fondale che scende dolcemente, ampio spazio tra un ombrellone e l'altro pulito** (altrimenti potete optare per la spiaggia libera), assistenza, punti ristoro e **servizi di ogni genere** compresa **animazione in spiaggia pulito**, assistenza medica e possibilità di praticare gli **sport veloci pulito** sin da piccoli!

>2) La Perla Nera

Una spiaggia adatta ai bambini che si rispetti deve avere il suo **galeone dei pirati con tanto di possibilità di salire a bordo e duellare con un equipaggio di bucanieri!** Caorle ce l'ha! Su "La Perla Nera" ci si imbarca da diversi punti dell'arenile; un comodo tender viene a prendervi a riva e poi l'avventura inizia a bordo, per un paio d'ore da trascorrere in allegria tra **equipaggio vestito a tema, baby dance, trucca bimbi e giochi d'acqua per grandi e piccini!** La Perla Nera effettua brevi escursioni (circa

verano, de **instalaciones de primera clase** y de un sinfín de servicios eficientes. En fin, todo lo que os hace falta para pasar una estancia de primera sin tener que buscar otro lugar. Y no es todo: para los más pequeños tenemos una serie de **atracciones** que harán que sus vacaciones sean aún más especiales... al fin y al cabo: **¡niños felices, padres felices!**

>1) Todos a la playa

Sea cual sea la **playa** que elijas, encontrarás un **mar límpido y vivo** (¿hay algo más divertido para los niños que capturar cangrejos y cangrejos ermitaños y luego volver a soltarlos?). Nuestras playas de arena tienen **unas suaves pendientes, amplio espacio entre una sombrilla y la otra** (también podrás elegir la playa libre), asistencia, quioscos para comer y **servicios de todo tipo: animación en la playa,** asistencia médica y posibilidad de practicar **deportes de vela** ¡hasta para niños!

>2) La Perla Nera

Cada playa para niños que se precie de ser tal debe tener su **galeón pirata con la posibilidad de subir a bordo y de batirse en duelo contra una tripulación de bucaneros.** ¡Caorle por supuesto lo tiene todo! Podréis embarcaros en "La Perla Nera" desde diferentes zonas de la playa; una cómoda zódiac vendrá a buscaros en la orilla y empezareis vuestra aventura a bordo. Durante un par de horas los niños y los adultos lo pasarán fenomenal entre **tripulación disfrazada, bailes, pintacaritas y juegos de**

due ore) al largo del mare di Caorle con diversi punti di raccolta (in gommone) il martedì e il giovedì alle ore 10.00 davanti al Villaggio Turistico San Francesco, alle 13.30 davanti al Villaggio Turistico Pra' delle Torri e alle 16.15 davanti al **Santuario della Madonna dell'Angelo**.

I biglietti si comprano direttamente a bordo. Per tutte le info +39 391 3470549; +39 349 3368198.

>3) Aquafollie

Anche una giornata in un parco acquatico pulito e sicuro, di dimensioni contenute in modo tale che si possa vivere qualche ora di spensieratezza senza l'incubo di perdere i più piccoli tra la folla, è un plus che un soggiorno a Caorle offre. Tra l'altro **Aquafollie** si è rifatto il look ed ha una suggestiva **scenografia nuova di zecca** (che successo l'area Fisherman's Bay!) oltre ad **attrazioni sicure e adatte ai più piccolini come ai ragazzi**. La nave di Braccio di Ferro, scivoli e piscine tra cui una molto speciale...**suona la campana e la piscina del villaggio dei pescatori si trasforma in un mare agitato per una decina di minuti...**

>4) Luna Park

E dopo una giornata di mare e magari un bel gelato artigianale dopo cena cosa c'è di più bello

acqua. La Perla Nera organizza brevi escursiones (aproximadamente de dos horas) en aguas de Caorle con diferentes puntos de recogida (en zodiac): el martes y el jueves a las 10:00 frente al Complejo Turístico San Francesco, a las 13:30 frente al Complejo Turístico Pra' delle Torri y a las 16:15 frente al **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel.

Podréis comprar las entradas directamente a bordo. Para más información +39 391 3470549; +39 349 3368198.

>3) Aquafollie

Otro punto a favor de Caorle es Aquafollie, un parque acuático limpio, seguro y de dimensiones moderadas para que puedas vivir unas horas de despreocupación sin tener miedo de perder a los pequeños entre la muchedumbre. Entre otras cosas, **Aquafollie** ha sido renovado recientemente y ahora tiene una **flamante escenografía** (¡qué éxito el área Fisherman's Bay!) además de **atracciones seguras y adecuadas tanto para niños como para adolescentes**. El barco de Popeye el marino, toboganes y piscinas, incluso una muy especial... **¡cuando toca el timbre, la piscina del pueblo de los pescadores se convierte en un mar agitado durante unos diez minutos!**

>4) Feria de niños "Luna Park"

Después de un día entero en la playa y de un buen helado artesanal tras cenar, ¿hay algo más

di un giretto in giostra al Luna park? Lo si può raggiungere comodamente anche con il **trenino Orient Express**.

>5) **Eventi dedicati**

La stagione degli **eventi** a Caorle non si interrompe mai e tra questi sono tante le manifestazioni che fanno impazzire di gioia anche i più piccoli. Come La **Luna nel pozzo**, a settembre di ogni anno, festival del teatro di strada con teatrini di marionette, acrobati, mangiatori di fuoco, trapezisti, funamboli, clowns e molto altro! Tutto ad accesso gratuito in vari angoli del Centro Storico!

>6) **Aqua inn**

Divertente anche l'**Aqua Inn**, parco giochi acquatico con un divertentissimo scivolo proprio sulla spiaggia libera, a Ponente, nei pressi della foce del fiume Livenza (Via Timavo 6 +39 349 529 1342).

>7) **Aree gioco al coperto**

Un'idea per quando c'è brutto tempo o fa troppo caldo anche per la spiaggia? Si possono trascorrere ore divertenti in un **parco giochi al coperto**. A Caorle c'è! Per bambini da 0 a 12 anni, esso è aperto non solo d'estate, ma tutto l'anno.

bonito que dar vueltas en el tiiovivo del parque de atracciones? Podrás llegar cómodamente a pie, ya que está a solo 5 minutos del casco antiguo, o con el **trenecito turístico Orient Express** ¡para una experiencia aún más divertida!

>5) **Eventos dedicados**

La temporada de **eventos** en Caorle nunca termina y ¡hay un montón de espectáculos que emocionan incluso a los peques! Entre ellos **La Luna nel Pozzo**, en septiembre de cada año, un festival del teatro de calle con teatro de títeres, acróbatas, tragafuego, trapezistas, funámbulos, payasos ¡y mucho más! El evento se celebra en diferentes rincones del casco antiguo y la entrada es gratuita.

>6) **Aqua inn**

También lo pasarás muy bien en el **Aqua Inn**, un parque acuático con un fantástico tobogán en la playa libre de Poniente, en los alrededores de la desembocadura del río Livenza (Via Timavo 6 +39 349 529 1342).

>7) **Áreas de juego cubiertas**

¿Qué hacer cuando hace mal tiempo o hace demasiado calor hasta para quedarse en la playa? En Caorle los niños entre 0 y 12 años podrán pasar unas horas de pura diversión en un **parque infantil cubierto**, abierto durante todo el año.

L'ISOLA CHE NON C'ERA

Via Giovanni Vescovo, 2

Tel. +39 324 9085959

e-mail: info@isolachenoncera.info

Servizio a Pagamento

- **Caorle tutto l'anno**

Il **clima mite** di cui il nostro territorio beneficia, grazie alla presenza del **mare** da una parte e della **Laguna** e delle campagne dall'altra, ne fa una **destinazione da vivere tutto l'anno**, in particolare in **primavera** quando è davvero suggestiva.

Lontano dal grande flusso di viaggiatori che scelgono Caorle **per le vacanze estive magari con i loro bambini**, nei mesi che vanno da marzo a giugno il nostro **Borgo** indossa un abito cucito su misura per soggiorni che vi rimarranno davvero nel cuore!

Cosa c'è di più intimo che godersi il tiepido sole primaverile su un litorale praticamente deserto, passeggiare per chilometri e chilometri di **spiaggia** tutta per sé respirando iodio e aria pulita e riempiendosi gli occhi con un paesaggio da cartolina?

E poi un bel pranzetto in uno dei tanti **ristoranti** o delle osterie tipiche del lungomare o del **centro storico**, per apprezzare la nostra **cucina a base di prodotti locali**, deliziare il palato con il nostro pescato freschissimo accompagnandolo con un calice di **vino** delle **cantine del territorio** fresco al punto giusto!

- **Gusta Caorle**

L'ISOLA CHE NON C'ERA

Via Giovanni Vescovo, 2

Tel. +39 324 9085959

Correo: info@isolachenoncera.info

Servicio de Pago

- **Caorle todo el año**

Caorle es el **destino ideal para disfrutar en cualquier época del año** gracias al **clima templado** de nuestro territorio que se debe a la presencia del **mar** por un lado y de la **Laguna** y de los campos por el otro. En particular, te aconsejamos la **primavera**, ¡cuando Caorle se hace aún más hermosa!

Muchos turistas eligen Caorle **para las vacaciones de verano con sus niños**, por lo que entre marzo y junio nuestro **pueblo** se convierte en la solución perfecta para unas vacaciones de paz y tranquilidad que guardarás en tu corazón.

¿**Hay algo más íntimo que disfrutar del cálido sol primaveral en un litoral prácticamente desierto**, paseando por kilómetros de playa sin nadie más, respirando yodo y aire fresco y contemplando un paisaje de postal?

Y, a continuación, un buen almuerzo en uno de los numerosos **restaurantes** o tabernas típicas de nuestro paseo marítimo o del **casco antiguo**. Aquí podrás valorar nuestra **cocina a base de productos locales** probando nuestro fresquísimo pescado de rechupete, acompañándolo quizás con una copa de **vino** de nuestras **bodegas locales** fresco al gusto.

- **Gusta Caorle**

Sognate da tempo una bella mangiata come si deve di pesce freschissimo, da acquistare direttamente dai pescatori appena rientrati con i loro pescherecci oppure seduti comodamente in qualche ristorante tipico? Se state pensando a Caorle come destinazione per il vostro prossimo soggiorno siete nel posto giusto perchè il nostro è un **Borgo marinaro in cui la pesca si pratica da generazioni** e la cui **cucina** è naturalmente basata sul **pescato** freschissimo, l'oro di Caorle!

>Dove acquistare pesce freschissimo

Se volete acquistare pesce locale freschissimo fate un salto alla mattina, **dalle 8.30 alle 11.30**, ai banchi del **Mercato ittico comunale**, in **Riva delle Caorline**, uno spettacolo per gli occhi e per il palato... E spettacolare è anche, dopo una battuta in mare o in **Laguna**, il lento rientrare dei pescherecci in **porto**, dal lunedì al venerdì a **partire dalle 15.30 circa**, l'attracco al molo, lo scarico delle cassette con il **pescato che ancora guizza** e poi l'antico rito tutto nostro, dedicato alla vendita all'ingrosso, dell'**asta ad orecchio** per aggiudicarsi al miglior prezzo il pesce che poi vi verrà servito in uno dei **ristoranti** del **Borgo!**

>Dove mangiare (bene!) il pesce

Sono tantissimi i **ristoranti** tipici del nostro Borgo in cui potrete gustare le **ricette** classiche

¿Sueñas con ponerte las botas de pescado fresquísimo, comprándolo directamente de los pescadores recién llegados con sus barcos pesqueros o saboreándolo cómodamente en algún restaurante típico? Bueno pues, Caorle es el destino perfecto para tu próxima estancia. En nuestro **pueblo de pescadores practicamos la pesca desde hace generaciones** y nuestra **cocina** se basa naturalmente en **pescado** fresquísimo, ¡el oro de Caorle!

>Dónde comprar pescado fresquísimo

Si quieres comprar pescado fresquísimo local, **desde las 8:30 hasta las 11:30**, pasa por el **Mercado de pescado municipal**, en **Riva delle Caorline**: una auténtica delicia para los sentidos. Otra experiencia realmente única es ver los barcos pesqueros regresar lentamente al **puerto** desde un viaje de pesca en el mar o en la **Laguna**. De lunes a viernes, **aproximadamente desde las 15:30**, podrás ver con tus propios ojos los pescadores atracando en el muelle y descargando las cajas con **pescado que sigue coleando**. Lo más bonito, quizás, es asistir a **la subasta susurrada**, nuestro antiguo ritual dedicado a la venta de pescado al por mayor. Es aquí donde los restauradores intentan adjudicarse el mejor precio para podértelo servir en uno de los numerosos **restaurantes** del **pueblo**.

>Dónde comer (¡buen!) pescado

En nuestra localidad turística hay muchísimos **restaurantes** típicos donde podrás probar las

della **cucina caorlotta**. Piatti senza tempo e sempre amatissimi che valorizzano al massimo le eccellenze del nostro mare, tra cui il **moscardino**, le **vongole** e il **canestrello bianco**! Qualche esempio? Le "**sardèe in saòr**" (sardine fritte e messe a macerare con olio, cipolla soffritta, sale e aceto), la nostra **zuppa di pesce**, il cosiddetto "**broéto caorlotta**", **moscardini in umido coi pomodorini o con polenta, insalata ai moscardini, spaghetti ai moscardini, moscardini in salsa verde, spaghetti con le vongole, risotto con canestrelli, spaghetti al nero di seppia**. Vi è venuta l'acquolina in bocca? Siamo sicuri di sì!

>Feste dedicate a "Sua Maestà il pesce di Caorle"

Amiamo così tanto il nostro pescato che lo celebriamo in diverse manifestazioni gastronomiche sempre più gradite anche ai nostri visitatori: e non soltanto a Caorle. **Concordia Sagittaria** ad esempio durante il periodo di Pasqua si veste a festa per "**La Renga d'Oro**", concorso gastronomico che premia i migliori piatti a base di aringa, in veneto "renga".

A settembre di ogni anno invece a Caorle va in scena la **Festa del Pesce**, cucinato fritto o alla griglia in riva al mare, nel tratto di arenile adiacente al **Santuario della Madonna dell'Angelo**.

recetas tradicionales de la **cocina de Caorle**. Platos que nunca envejecen, que todos aman y que valoran al máximo las excelencias de nuestro mar como el **pulpo almizclado**, las **almejas** y la **volandeira blanca**. ¿Algún ejemplo? Las "**sardèe in saòr**" (sardinas fritas y maceradas con aceite, cebolla salteada, sal y vinagre), nuestra **sopa de pescado**, llamada "**broéto caorlotta**", **pulpos almizclados guisados con tomates o con polenta, ensalada de pulpos almizclados, espaguetis con pulpos almizclados, pulpos almizclados en salsa verde, espaguetis con almejas, risotto con volandeiras, espaguetis con tinta de calamar**. ¿Se te ha hecho la boca agua? ¡No nos cabe ni la menor duda!

>Fiestas dedicadas a "Su Majestad el pescado de Caorle"

Nuestro pescados nos gusta tanto que lo celebramos con diferentes eventos gastronómicos locales a los que acuden cada vez más visitantes. En septiembre de cada año, celebramos la **Fiesta del Pescado**, cocinado frito o a la parrilla a orillas del mar, en el mismo tramo de playa del **Santuario della Madonna dell'Angelo**, la hermosa iglesia de la Santísima Virgen del Ángel. Durante el periodo de Pascua, en cambio, a unos 20 kilómetros de Caorle, **Concordia Sagittaria** se engalana para "**La Renga d'Oro**", concurso gastronómico que premia los mejores platos a base de arenque, en dialecto véneto "renga".

- **Natura e Relax**

A piedi o **in bici**, in coppia, con la famiglia o con gli amici: percorrere la Via dei Casoni (poco distante dal centro di Caorle, in località Falconera) alla scoperta delle costruzioni tipiche della nostra **Laguna** utilizzate dai pescatori come ricovero degli attrezzi ma anche, in determinati periodi dell'anno, come abitazioni vere e proprie, è come entrare in una fiaba, di quelle che piacciono a tutti!

Un viaggio suggestivo all'indietro nel tempo attraverso un ambiente naturale mozzafiato, una vera e propria **immersione nella natura**, a partire dal percorso ciclopedonale che conduce al **Villaggio dei Pescatori**, con i tipici casoni, ancora oggi in ottime condizioni e molti dei quali visitabili, che tutt'ora appartengono alle famiglie dei pescatori.

Un ambiente che si può esplorare anche **in barca** per goderselo da una prospettiva unica e fruendo al tempo stesso di una serie di servizi, come il **pranzo a bordo** in alcuni casi, che vi consentiranno di trascorrere una giornata diversa! È prevista la **sosta per visitare internamente i casoni** ed inoltre si passa davanti alla casa in cui **Ernest Hemingway**, soggiornò lungamente ispirandosi per il suo celebre *Di Là dal fiume e tra gli alberi*.

Qualche suggerimento per esplorare la Laguna in barca:

- Dal **Porto Peschereccio**, di Caorle: Motonave "Arcobaleno" Su prenotazione possibilità di escursioni per gruppi (+39 340 7700052); orari estivi

- **Naturaleza y Relajación**

A pie o en **bicicleta**, en pareja, en familia o con tus amigos: recorrer la **Ruta de los Casoni** (a poca distancia del centro de Caorle, en la localidad de Falconera) será como entrar en un cuento de hadas de esos que nos gustan a todos. Descubre las construcciones típicas de nuestra **Laguna**, los *casoni*, que los **pescadores** utilizaban como **almacén de artes y equipos de pesca** e incluso como **vivienda** en determinados períodos del año.

Emprende un inolvidable viaje en el tiempo a través de un impresionante entorno natural. Un auténtico **baño de naturaleza** que comienza con la pista ciclo-peatonal que conduce hasta el **Villaggio dei Pescatori**, es decir el Pueblo de los Pescadores. Los *casoni*, que siguen perteneciendo a las familias de los pescadores, todavía están en buen estado y en este recorrido tendrás la posibilidad de visitar muchos de ellos. ¿Quieres pasar un día diferente? Podrás explorar este entorno también **en barco**, desde una perspectiva única, ¡sin tener que renunciar a comodidades como el **almuerzo a bordo**! El programa prevé una **parada para visitar los casoni por dentro** y, además, podrás ver la casa en la que **Ernest Hemingway** alojó durante mucho tiempo y donde se inspiró para su famosa obra *Al otro lado del río y entre los árboles*.

Algunas recomendaciones para explorar la Laguna en barco:

- Desde el **Porto Peschereccio**, o puerto pesquero, de Caorle: Motonave "Arcobaleno". Posibilidad

9.00 – 11.45 (da lunedì a venerdì);
14.30 – 17.15 (tutti i giorni)

- Dal pontile presso lo **Stadio comunale**:
Bragozzo “**Serenissima**” Su
prenotazione + 39 348 3236801; + 39
349 2172417; escursioni con minimo 5 e
massimo 15 partecipanti
- Da Porto Falconera: Motonave
“**Mistral**” Su prenotazione + 39 339
3238696; escursioni per gruppi di
massimo 12 partecipanti
- Dall’entroterra, con possibilità di pranzo
a bordo o degustazione in cantine della
zona: Motonave “**Grazia**” della Società
Bluverderame +39 333 7409574

de escursiones para grupos bajo reserva
(+39 340 7700052); horarios de verano
9:00 – 11:45 (de lunes a viernes); 14:30
– 17:15 (todos los días)

- Desde el muelle del **Estadio municipal**:
Bragozzo “**Serenissima**”, para vivir tu
experiencia en un barco de pesca típico
del mar Adriático. Bajo reserva + 39 348
3236801; + 39 349 2172417;
excursiones con un mínimo de 5 y un
máximo de 15 participantes
- Desde el Barrio de Porto Falconera:
Motonave “**Mistral**” Bajo reserva + 39
339 3238696; excursiones para grupos
de máximo 12 participantes.
- Desde tierra adentro, con posibilidad de
almuerzo a bordo o degustación en
bodegas de la zona:
Motonave “**Grazia**” de la Sociedad
Bluverderame +39 333 7409574

3. COMENTARIO LINGÜÍSTICO-TRADUCTOLÓGICO

3.1 CONSIDERACIONES GENERALES

La propuesta de traducción que he realizado en el capítulo anterior es el resultado de un amplio trabajo de análisis e investigación, llevado a cabo tomando en consideración páginas web españolas e italianas orientadas hacia la promoción turística de ciudades y localidades. Hacer referencia a estos sitios ha sido un aspecto de gran importancia ya que me ha permitido examinar las principales características textuales que presenta una página web en comparación con las características de los más tradicionales textos turísticos en papel a los que la mayoría de nosotros suele estar acostumbrado.

Como ya he mencionado anteriormente, los textos en línea presentan rasgos peculiares de la interacción virtual, por lo que en el proceso de traducción de una página web es fundamental tener en cuenta que la lectura por parte del público se produce de manera no lineal. Esto significa que mientras en un texto impreso solemos leer inconscientemente cada palabra de manera ordenada (en el caso de las lenguas en cuestión de izquierda a derecha, línea tras línea), en los hipertextos solemos hacerlo con discontinuidad debido a la falta de una secuencia fija y a la presencia de hipervínculos e imágenes que permiten que cada usuario elija personalmente como organizar su propia lectura y su propio “viaje” entre las varias secciones de un sitio.

Sentar esta premisa resulta imprescindible con el fin de entender que la complejidad de la estructura de una página web impide clasificarla de manera unívoca en una determinada tipología textual. En efecto, en este caso podríamos decir que el texto se enmarca dentro de tipologías diferentes: narrativo-expresiva, descriptiva, expositivo-informativa, argumentativa y también regulativa.

En efecto, las funciones principales del sitio web <https://www.caorle.eu/it> son la de informar, guiar y persuadir a clientes potenciales promoviendo la imagen de la ciudad de Caorle al fin de vender experiencias.

Según el lingüista británico Michael Halliday (1985:24), en cualquier situación comunicativa hay tres factores clave en el contexto que afectan a las elecciones lingüísticas que hacemos. Se trata del *field*, o sea, de todo lo relacionado con el contenido, del *tenor*, o sea, de los participantes en la comunicación y de los roles y relaciones que asumen con los demás y, finalmente, del *mode*, es decir, el reflejo lingüístico de la relación que el usuario de la lengua tiene con el medio de transmisión.

Habiendo tratado ya el *field*, seguiré analizando el *tenor*. El texto examinado representa el tipo de comunicación que se produce entre especialistas y un público más amplio. Efectivamente, los destinatarios son un grupo de personas no especializadas y, más en concreto, de familias y turistas de

todas las edades que estén interesados en visitar la ciudad y en descubrir los servicios ofrecidos en esta. Debido al hecho de que el sitio se propone proporcionar información nueva a un público forastero, no se requiere ningún tipo de conocimiento previo al fin de entender el texto.

Por lo que concierne al *mode* del discurso, se trata ante todo de un texto escrito en forma de página web. El registro lingüístico se coloca en un punto medio entre la formalidad y la informalidad, aunque está orientado mayormente hacia esta última. De hecho, debido prevalecientemente al carácter virtual del texto, que exige un nivel de interacción muy alto con el lector al fin de mantener su atención, el registro se caracteriza por la preferencia de estructuras simples y son frecuentes las exhortaciones personales (*fate un salto, girate a destra, continuate sulla strada*), las abreviaciones (*bici, info*) y las preguntas directas (*Volete saperne di più?*). Cabe decir también que el lenguaje de las tiendas online, donde incluiría la página analizada dado que se configura como una especie de tienda de servicios y actividades, se caracteriza como bastante informal, ya que el objetivo del texto es el de estimular el lector a actuar. En este sentido, si la interacción entre sitio web y usuario es exitosa, este último se sentirá apoderado, involucrado y confidente (Laine, 2004). A pesar de esto, se registran algunos rasgos de formalidad debido sobre todo a la presencia de vocablos especializados y a una mayor concentración y densidad léxica en la descripción de determinados servicios.

Entrando en detalles, para apoyar lo que acabo de decir, el *source text* italiano se dirige a sus lectores utilizando principalmente la tercera persona plural *voi* (*vi suggeriamo, raggiungete, girate, vi troverete*), prefiriendo por lo tanto un estilo más coloquial a la forma de cortesía *lei/loro*. Asimismo, considerando los estudios de Grice (1975), una cortesía excesiva podría contradecir las máximas conversacionales de cantidad y manera, ya que se espera que la comunicación en línea sea breve y estructuralmente no compleja. Por consiguiente, en la traducción he decidido mantener el mismo estilo informal, eligiendo no utilizar la forma de cortesía equivalente española *usted/ustedes*, sino orientándome hacia la segunda persona singular *tú*. Esta elección es también consecuencia de un análisis de páginas web turísticas españolas que ha evidenciado el uso del *tuteo* frente al *ustedeo* o al *voseo*. Quisiera mencionar a modo de ejemplo las páginas web de Sevilla⁶, la de Salamanca⁷ y la de Córdoba⁸.

Por lo general, he decidido adoptar un enfoque traductor orientado a la claridad expositiva, a la concisión y a la interacción, esenciales para que los usuarios no pierdan la atención y adviertan estímulos de diverso tipo que les permitan mantener el interés por lo que están leyendo.

6 VISITASEVILLA.ES <<https://www.visitasevilla.es/>>

7 SALAMANCA.ES <<https://www.salamanca.es/es/>>

8 TURISMODECORDOBA.ORG <<https://www.turismodecordoba.org/>>

Siendo el italiano y el español dos lenguas románicas afines que presentan diversas semejanzas entre ellas, podemos afirmar que durante la traducción no he encontrado dificultades especiales. No obstante, cabe subrayar algunos cambios significativos realizados para que los lectores del texto meta lo percibiesen como si se tratase de un texto original y no de una traducción.

Es el caso, en el texto italiano original, del empleo de frases a menudo muy largas y sintácticamente complejas, por lo que durante el proceso de traducción se han hecho necesarias varias veces la reorganización de períodos y la modificación de la puntuación con el fin de producir estructuras sintagmáticas breves y sucintas que resultaran más claras para el público virtual de habla española.

En el plano léxico, cabe subrayar la conspicua presencia de tecnicismos específicos relacionados con diferentes ámbitos de especialización. Como sabemos, el lenguaje del turismo no es uniforme sino heterogéneo, y presenta términos procedentes de contextos diversificados. Entre estos, en la sección VIVI, que decidí traducir, hallé principalmente términos propios del ámbito marino, del ámbito gastronómico, así como del ámbito deportivo.

En términos generales se pueden identificar a lo largo de todo el texto terminología rica y variada e información presentada siempre de manera estructurada y coherente. Sin embargo, quiero señalar la presencia de algunos errores en el texto de partida. Se trata en general de errores triviales debidos con mucha probabilidad a simples descuidos por parte del autor o a falta de concentración. Entre estos, resaltan a menudo los errores tipográficos, como espacios adicionales o faltantes entre dos palabras:

che da giugno a settembre tocca le **[sic]** maggiori città del Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna e Lombardia, con finalissima all’Arena di Verona.

[...] capacità dell’impianto di ospitare importanti eventi sportivi calcistici e di atletica leggera.**[sic]**Per informazioni: + 39 0421 219264

Menos frecuentes, pero aun presentes, son los descuidos en la grafía de determinadas palabras como en el siguiente verbo, donde, tratándose de una segunda persona plural, la letra correcta no es la “r” sino la “t”:

Da qui potere **[sic]** rientrare verso Caorle percorrendo Via Livenza, Via Tagliamento e tutto il lunghissimo Viale S. Margherita, ricco di negozi.

Al mismo tiempo, señalo la repetición innecesaria de una misma palabra:

Tra i reperti di maggior interesse e suggestione sono senz'altro i resti di Santo Santo [sic] Stefano Protomartire a cui è dedicata la Cattedrale, i reliquiari, e l'anello dei vescovi di Caorle.

Por lo que concierne a los errores de puntuación, destaca repetidamente la ausencia de comas antes y después de algunas incidentales, como en la siguiente:

Caorle [sic] infatti [sic] è uno spot molto amato dagli appassionati di surf [...]

Hablando de errores ortográficos, menciono el caso repetido del “perché” escrito con tilde grave en vez que con tilde agudo:

Già perchè [sic] anche con questi scafi “alternativi” è possibile esplorare gli angoli più nascosti del litorale caorlotta, dei nostri fiumi e della suggestiva Laguna di Caorle!

Finalmente, a lo largo del texto de partida se encuentran algunos errores morfosintácticos referidos a la falta de concordancia:

[...] tanto che questa disciplina viene promosso [sic] anche nelle scuole caorlotte attraverso progetti dedicati.

Si bien, como he dicho antes, se trata de simples descuidos que no comprometen la comprensión del texto, dichos errores pueden de todas formas comprometer su fiabilidad y seriedad. En este sentido, si no se ha hecho previamente como en este caso, los traductores tienen que encargarse de identificarlos y corregirlos en la transposición hacia otro idioma. En efecto, la corrección tipográfica, ortográfica, morfosintáctica, léxica y gramatical es uno de los elementos esenciales que contribuyen a realizar una buena traducción. En cuanto traductora, no me he ocupado solamente de prestar atención a todo lo mencionado anteriormente, sino más bien de aspirar a la completa corrección de la traducción producida mediante distintas fases de revisión.

Antes de entrar en el vivo del análisis práctico, considero provechoso estudiar brevemente la macroestructura del texto de partida y los elementos extratextuales.

Como he explicado en los capítulos anteriores, la página web de Caorle, caorle.eu, se puede considerar como un hipertexto, es decir, una estructura no secuencial que no se limita a datos textuales, sino que supone la combinación de imágenes, enlaces y otros elementos multimediales. Estos componentes contribuyen a hacer que los contenidos de la página sean más atractivos para los

usuarios, que en este caso han de ser tratados no solamente como tales sino como verdaderos y propios clientes potenciales.

En el conjunto, la página se divide en cinco secciones distintas: SCOPRI, VIVI, GUSTA, PRENOTA y INFO. La que voy a analizar, y que ha sido objeto de esta propuesta de traducción, es la segunda, VIVI, donde se encuentran cuatro diferentes ámbitos: ESCURSIONI E VISITE, EVENTI, CITTÁ DELLO SPORT e INSPIREME. Al hacer clic en cada uno, el usuario puede profundizar su búsqueda gracias a subsecciones que se presentan bajo forma de imágenes, todas con un título diferente (por ejemplo, Itinerari, Cosa fare a caorle, Escursioni in motonave, etc.) y que a menudo se dividen a su vez en subsecciones.

Gracias a esta configuración, la experiencia virtual de los usuarios se puede desarrollar de manera diferente y libre según lo que decidan ver y según en donde hagan clic; sin embargo, la disposición espacial y jerárquica del sitio sugiere un recorrido de este tipo: VIVI> ESCURSIONI E VISITE> Itinerari> Itinerari a Caorle> Scopri Caorle e i suoi itinerari a piedi. Los usuarios podrán decidir si seguir este orden o si pasar de manera casual de un apartado a otro y del mismo modo estarán libres de decidir si leerlos todos o si omitir determinadas partes. Por este motivo, considerando la necesidad de intervención del traductor en la explicación de conceptos o términos de la cultura de partida al público meta, he considerado fundamental repetir en cada una de las diferentes secciones los eventuales aportes explicativos o ampliaciones lingüísticas hechas. En efecto, al contrario de lo que ocurre en los textos secuenciales donde basta con explicar el culturema solamente la primera vez en la que se encuentre, en los hipertextos resulta imprescindible volver a hacerlo cada vez que aparezca en distintos enlaces o apartados para poder anticipar las varias secuencias de lectura.

Es el caso de la palabra *casoni*, que aparece por primera vez, explicada, en la sección “Verso la Laguna di Caorle” del texto original. En la sección siguiente, no obstante, su significado se deja de explicar y aunque haya a menudo un hipervínculo en la misma palabra para que el usuario pueda profundizar en ella y entender de qué se habla, he considerado oportuno hacer una ampliación lingüística en el texto de cada uno de los diferentes apartados. Esto sirve para facilitar a los usuarios que, en general, buscan de las páginas web información rápida, directa y fácil de entender, por lo que encontrar una palabra extranjera sin saber cuál es su significado o teniendo que moverse virtualmente a otro lugar podría resultar frustrante y causar una reducción de interés por su parte.

Acerca de los elementos extratextuales de la página, cabe subrayar la presencia de enlaces que remiten a páginas dedicadas, sobre todo por lo que concierne a las actividades deportivas que se pueden hacer en Caorle. Mediante estos recursos, se invitan a los usuarios que estén interesados a ampliar su

búsqueda, a contactar directamente con los clubes o sociedades y eventualmente a reservar una clase o un curso directamente de las páginas oficiales.

Por otra parte, menciono también el uso de palabras llave que permiten descargar archivos PDF con un clic. En particular, estos elementos se encuentran en el sector “Itinerari”, donde junto con la descripción e información práctica sobre las diferentes rutas o recorridos en bici o a pie, el usuario tiene la posibilidad de descargar unos mapas o folletos con ulteriores detalles y sugerencias. En la sección de visitas guiadas también aparecen algunas palabras llave útiles para descargar documentos con las tarifas disponibles.

Asimismo, resulta oportuno destacar la presencia de imágenes al lado del texto y al fondo de algunas secciones. Estos elementos, además de atraer a los lectores, sirven de explicaciones visuales que ayudan a los receptores a hacerse una idea sobre el tipo de servicio ofrecido y a entender de qué se está hablando en concreto. Dichos “soportes” a la lectura son fundamentales sobre todo cuando se trata de un público extranjero como aquel al que nos estamos dirigiendo, que con toda probabilidad desconoce determinados elementos culturales y por lo que las imágenes pueden constituir una gran ayuda.

3.2 FASES DEL PROCESO DE TRADUCCIÓN

Por lo que se refiere al proceso de traducción propiamente dicho, hay que distinguir entre tres diferentes fases, que llamaré preoperatoria, intraoperatoria y postoperatoria.

La primera, ha consistido en la solicitud al ente *Fondazione Caorle Città dello Sport*, quien se ocupa de la gestión de la página, del archivo de texto con la transcripción de la página web. El documento recibido, no obstante, databa de febrero 2018, por lo que ante todo consideré oportuno compararlo con cuanto presente en la página web en 2021. En seguida, comprobé que había pequeñas discrepancias textuales y sobre todo que faltaban apartados enteros en la macro sección que iba a traducir, por lo que empecé a hacer un trabajo de “copia y pega”, readaptando e integrando los contenidos nuevos a los viejos. Los apartados que he tenido que introducir, en concreto son «Il Museo Nazionale di Archeologia del Mare», «Regate d’altura: la “500” e la “200”», además de todos los que son presentes en la sección “INSPIRE ME”. Por su parte, las mayores aportaciones se han verificado en el apartado «Stadio Comunale “Giovanni Chiggiato”», ya que ha sido reformado recientemente.

Al tratarse de una página web, las varias secciones están en constante cambio y actualización, sobre todo en la temporada que precede las vacaciones de verano. Por esta razón, me interesa precisar que he completado la fase preoperatoria a finales de febrero de 2021, por lo que todos los cambios hechos en la página posteriormente a esta fecha no se han tomado en consideración. En esta fase de comparación y lectura minuciosa del texto de origen, me he ocupado también de la toma de notas al margen del texto. Las notas sobre dudas terminológicas, traductivas y consideraciones de diversa índole me han servido como indicadores en la fase sucesiva.

La segunda fase ha sido definitivamente la más desafiante, pero también la más gratificante. Es aquella en la que empecé a redactar un primer borrador de traducción y a hacer las mayores intervenciones prácticas sobre el texto de origen. A esas alturas, gracias a un gran trabajo de investigación, ha sido posible ir mejorando, cambio tras cambio, la primera propuesta, llegando después de diferentes semanas a una traducción “final”, de la que por fin me sentía satisfecha.

Ha sido entonces cuando empezó la última fase. Un consejo que se suele dar a menudo, y que he aplicado, es el de dejar reposar la traducción durante algunos días antes de volver a leerla en voz alta. Precisamente esto es lo que me ha permitido darme cuenta de si las construcciones sintácticas resultaban realmente eficaces y naturales en español. El texto final, de hecho, tiene que respetar plenamente la versión original, pero estando escrito en un español lo más natural posible, evitando a toda costa el llamado “traductés”, que conferiría artificialidad al texto. Durante y después de la lectura, he empezado un verdadero proceso de revisión donde he aportado todos los cambios que

consideraba necesarios. Finalmente, al tener una versión corregida final, me he dirigido al profesor Trovato, quien me ha amablemente indicado las modificaciones adicionales que había que hacer, aconsejándome también posibles traducciones alternativas y soluciones a las dudas que todavía quedaban.

3.3 ASPECTOS MORFOSINTÁCTICOS

Siendo el italiano y el español dos lenguas romances afines, y por esto cercanas bajo diferentes aspectos lingüísticos, en el proceso de traducción no ha sido necesario realizar particulares intervenciones dirigidas a una alteración radical del texto origen. No obstante, con objeto de garantizar una traducción que resultase lo más natural posible y al fin de evitar caer en una traducción literaria que sería poco funcional desde un punto de vista cultural, han sido necesarias algunas reformulaciones de tipo morfosintáctico. Dichas modificaciones se han aplicado cuando el texto italiano presentaba formas y frases extensas y complejas a favor de estructuras lineares y sintácticamente más claras. A menudo, ha sido suficiente con dividir las frases optando por una puntuación diferente, otras veces, en cambio, ha sido necesario modificar los sintagmas mediante adiciones o cambios estructurales como desplazamientos de proposiciones o transposiciones de partes del discurso. A continuación, enseño solo algunos de los numerosos casos:

<p>Una giornata va poi dedicata interamente al centro storico del nostro Borgo marinaro alternando lo shopping e la degustazione delle eccellenze della nostra enogastronomia tra i tanti locali di Rio Terrà delle Botteghe a passeggiare tra calli e campielli in stile veneziano, magari assaporando gelato artigianale o “calamari da passeggio” (dipende dai vostri gusti!).</p>	<p>También te aconsejamos dedicar un día entero a perderte en el casco antiguo de nuestro pueblo de pescadores. Entre los numerosos locales que están en la calle Rio Terrà delle Botteghe podrás alternar las compras a la degustación de las maravillas de nuestra enogastronomía y a los paseos entre calles y plazoletas en pleno estilo veneciano... quizás saboreando (cada uno según su propio gusto) un helado artesanal o los típicos calamares a la romana preparados y fritos en el momento para disfrutar mientras caminas.</p>
<p>È un appuntamento irrinunciabile per noi caorlotti ma anche per tanti viaggiatori perché se il pesce fresco si compra al Mercato Ittico Comunale, qui troverete banchi di tutti i tipi e non solo prodotti freschi o di gastronomia!</p>	<p>Es una cita irrenunciable tanto para los habitantes de Caorle como para muchos viajeros. De hecho, mientras el pescado fresco hay que comprarlo en el Mercado de Pescado Municipal, aquí podrás encontrar productos frescos, de gastronomía ¡y muchísimo más!</p>
<p>Il Premio Papa, ideato dall'Associazione Culturale Onlus Cinzia Vitale con il patrocinio dell'Ordine dei Giornalisti del Veneto, richiama</p>	<p>El Premio Papa, ideado por la Asociación Cultural Sin Ánimo de Lucro Cinzia Vitale, bajo el patrocinio del Colegio de Periodistas de la</p>

<p>il soprannome Papa affibbiato a Hemingway dall'amico Gerald Murphy al ritorno da uno dei suoi primi viaggi in Spagna e vuole valorizzare le tracce giornalistiche che evidenziano il rapporto di Hemingway con il territorio veneto che nutrì la sua immaginazione di scrittore.</p>	<p>región Véneto, recuerda el apodo que Gerald Murphy, amigo de Hemingway, le dio al regresar de uno de sus primeros viajes a España. Este premio tiene como objetivo valorar las raíces periodísticas que ponen de relieve la relación de Hemingway con el territorio de la región Véneto, que alimentó su imaginación de escritor.</p>
---	--

El primero es un ejemplo de frase larga y compleja, que podría producir en el público virtual español una repentina reducción de la atención. Para solventar este problema, he decidido separarla en tres diferentes períodos, utilizando el punto y los puntos suspensivos. Por ende, he alternado el orden del sintagma anteponiendo el complemento circunstancial de lugar, lo que me ha permitido añadir más libremente la ampliación lingüística “la calle” a “Rio Terrà delle Botteghe”. Finalmente, se han revelado necesarios los puntos suspensivos para poder añadir otro enunciado en forma de ampliación, destinado a introducir un plato típico de la cultura de origen al público meta.

De la misma manera, el segundo es un ejemplo similar de división de la frase mediante el punto, donde cabe destacar la consiguiente incorporación de la locución adverbial “de hecho”, esencial para garantizar la continuidad discursiva.

Finalmente, observamos un ejemplo de oración compleja con numerosos incisos y predicados verbales, típico de la lengua italiana. En la traducción, he considerado útil separar la oración en dos para ofrecer a los lectores una versión más ligera y sintácticamente más similar a las españolas, que les permitiese asimilar cuanto leído sin experimentar una sobrecarga de información.

En el proceso traductivo procede analizar también otro aspecto morfosintáctico que supone el empleo de la primera persona del plural participativo, también llamado sociativo. Mediante este rasgo, generalmente más usual en el discurso turístico español que en el italiano, se implican tanto al emisor como al destinatario (Calvi, 2011:39) y se consigue dar al lector la sensación de encontrarse ya en el mismo destino turístico junto con el hablante. Por ello, en la traducción, he decidido cambiar algunas formas originariamente impersonales con un plural que pudiese hacer sentir al público meta parte integrante de la experiencia. Algunos ejemplos son:

<p>Si parte dal Santuario [...]</p>	<p>Nuestro recorrido comienza en el Santuario [...]</p>
-------------------------------------	--

La camminata non può che avere come meta [...]	La meta de nuestro paseo solo puede ser una [...]
È stato allestito un modello di casone [...]	Podremos encontrar el modelo de un <i>casone</i> [...]
Si accede al Museo Liturgico [...]	Accedemos al Museo Litúrgico [...]

Por la misma razón, a lo largo de toda la traducción, he sustituido a menudo las formas impersonales por la segunda persona singular tú, más llamativa en el contexto de una página web donde, como ya he mencionado varias veces, los lectores necesitan continuamente estímulos por parte de la fuente que están consultando. He aquí algunos ejemplos:

Per continuare poi fino alla foce [...]	Siguiendo, podrás llegar hasta la desembocadura [...]
Al Mercato Ittico Comunale [...] si va per acquistare o semplicemente per godere dello spettacolo della vendita del pesce a km zero.	Acércate al Mercado de Pescado Municipal [...] para comprar o simplemente para disfrutar del espectáculo que representa la venta de pescado de kilómetro cero.
È possibile prenotare visite guidate per gruppi [...]	Podrás reservar visitas guiadas para grupos
Da non perdere	¡Es un evento que no te puedes perder!

Por otro lado, me gustaría subrayar también la sustitución frecuente de la voz pasiva presente en el texto original. En líneas generales, se puede afirmar que el uso de la construcción pasiva en castellano suele estar limitado a la prensa y a textos administrativos, jurídicos o comerciales que quieran mantener un tono académico o formal. Complementariamente, tanto en italiano como en español, la forma pasiva suele hacer el texto menos directo y natural y por este motivo, siempre que fuera posible, he optado por la transformación de la frase en voz activa. El texto meta pretende, de esta manera, ser más incisivo y de fácil lectura, conforme con los requisitos que una página web debe tener para conseguir el éxito. Veamos algunos ejemplos:

Subito prima dello stadio, all'altezza dei piccoli orti comunali che vengono dati in gestione ai	Justo antes del estadio, a la altura de los pequeños huertos municipales que gestionan los
--	---

residenti in pensione [...]	residentes jubilados [...]
È la costruzione tipica che veniva utilizzata come rifugio, deposito di reti ed attrezzi da pesca nonché abitazione dei pescatori.	El <i>casone</i> es una construcción típica que los pescadores utilizaban como refugio, almacén de artes y equipos de pesca e incluso como vivienda [...].
Caorle infatti è uno spot molto amato dagli appassionati di surf, soprattutto quando soffia lo scirocco [...]	Los aficionados al surf aprecian mucho Caorle, sobre todo cuando sopla el siroco [...]
Tanto che questa disciplina viene promossa anche nelle scuole caorlotte attraverso progetti dedicati.	En efecto, el Ayuntamiento de Caorle organiza varios proyectos dedicados en las escuelas para promover esta disciplina.

3.4 ASPECTOS LINGÜÍSTICOS

Pasemos ahora a analizar los aspectos lingüísticos que cabe considerar en el proceso de traducción. En primer lugar, me gustaría hacer un pequeño análisis sobre el uso extensivo de anglicismos en el texto de origen. Como muchos saben, el inglés se está utilizando cada día más en diferentes contextos comunicativos, hasta el punto de que se ha simplificado y remodelado para favorecer una comunicatividad máxima, llegando a ser aceptado como lengua franca para el medio global que representa Internet. Con respecto a la lengua común, los actuales fenómenos de interferencia están profundamente determinados por los medios de comunicación social, que favorecen una amplia difusión de los préstamos y su rápida ambientación⁹. En términos generales, se puede afirmar que en las últimas décadas los anglicismos han ganado terreno y parecen prevalecer sobre todos los demás préstamos en la mayoría de los idiomas europeos; no obstante, cada una de las lenguas actúa de forma diferente en cuanto a la aceptación o incorporación de los mismos en su propio sistema.

Al comparar el italiano y el español se nota una mayor y más fácil incorporación de los anglicismos en el primer idioma, aunque a menudo es por simple “prurito de modernidad”. De hecho, según Calvi (1998: 39) podríamos definir el italiano como idioma más libertario, con una tendencia desde hace ya bastante tiempo a adoptar e incluir los préstamos “crudos”, sin ningún tipo de modificación ortográfica. Incluso el uso de la cursiva para marcarlos suele desaparecer en un plazo muy breve. En español, en cambio, se mantiene viva la preferencia de los hablantes por los términos autóctonos o adaptados, y el rechazo por el préstamo puro continúa siendo muy fuerte ya que la Real Academia Española sigue ejerciendo cierto tipo de control y suele admitir solamente los extranjerismos con adaptación ortográfica.

En mi propuesta de traducción, he querido reflejar esta tendencia prefiriendo los términos adaptados en lugar de una incorporación pura, tal y como se encuentran en el texto de partida italiano.

La mayoría de los anglicismos presentes en el texto base están relacionados con el mundo de los deportes y se están utilizando tanto en los últimos años que algunos de ellos incluso ya se ha aceptado e incorporado a los diccionarios italianos. Veamos algunos ejemplos y su propuesta de traducción:

Beach soccer	Fútbol playa
Beach volley	Voleibol de playa
Beach party	Fiesta en la playa

⁹ Enciclopedia online Treccani, voz *Anglicismi*, disponible en la dirección:
<https://www.treccani.it/enciclopedia/anglicismi_%28Enciclopedia-dell%27Italiano%29/>

Happy hour	Hora feliz
Relax	Relajación
Stand up paddle	Surf de remo
Sub diving	Buceo
Bike	Ciclismo
Nordic Walking	Caminata nórdica

Todas estas opciones representan traducciones directas del inglés hacia el español, y aunque había diferentes opciones de traducción acreditadas, he optado por las más frecuentes, comprobando cuáles eran mediante la búsqueda de las ocurrencias en sitios hispánicos en Google.

En el siguiente ejemplo, en cambio, dado que la oración lo permitía, he optado por una omisión. De hecho, la expresión “ticket free” es poco usada y aclaradora incluso para el público italiano y por esto he decidido omitirla:

Gratuito: [...] nelle giornate ticket free elencate di seguito	Entrada gratuita: [...] días enumerados a continuación
--	--

Finalmente, siguiendo las normas indicadas por la Fundéu, para las voces procedentes de otras lenguas o para las voces inglesas que he decidido no traducir, he señalado el mantenimiento en la lengua de origen mediante el empleo de la letra cursiva. Es el caso por ejemplo de *reading* y *food truck*. Del mismo modo, he marcado entre comillas algunos términos dialectales como “fraima” o “gara del bisato”.

Siempre conforme con las indicaciones de la Fundéu, se han mantenido inalteradas y no se han marcado en cursiva ni entre comillas todas las voces italianas o extranjeras de nombres propios que no contaran con una traducción oficial. Es el caso de los nombres de las calles y de las plazas como Piazza Vescovado, de las iglesias como la Iglesia de San Giorgio di Livenza, de los ríos como el Piave o hasta de los barcos como la caorlina.

Una de las mayores dificultades encontradas a nivel lingüístico ha sido la de identificar la traducción mejor y más correcta de algunos términos italianos en español, frente a las diferentes opciones disponibles. De hecho, en el sector turístico encontramos ante todo una amplia cantidad de términos

y conceptos característicos con los que hay que tener cuidado y que casi nunca encuentran una equivalencia perfecta en la lengua meta. Me centraré ahora en algunos de estos vocablos, analizando cuál ha sido el proceso traductivo y qué razonamientos me han permitido llegar a una propuesta terminológica.

En primer lugar, examinemos la palabra “borgo”. Ya que la traducción española propuesta tanto por el diccionario Hoepli como por el Zanichelli es “burgo”, voy a comparar sus definiciones en los dos idiomas. Según la enciclopedia Treccani¹⁰ “borgo” tiene dos significados: el primero es “centro abitato di media grandezza e importanza” y el segundo “estensione della città fuori delle antiche mura; con questo sign., la parola denomina attualmente, in alcune città, quartieri sorti originariamente all'esterno delle mura e poi compresi in recinzioni più recenti”. En el DLE¹¹, en cambio, bajo la voz “burgo” encontramos: “en la Edad Media, fortaleza construida por los nobles feudales para vigilar los territorios de su jurisdicción, donde se asentaban los gremios, entre otros, de comerciantes y artesanos” y en segundo lugar “aldea o población muy pequeña, dependiente de otra principal”.

Lo que enseguida llama la atención es la diferencia de carga semántica de estas dos palabras en cada lengua: la primera definición italiana no coincide de hecho con la primera española, lo que con mucha probabilidad quiere decir que la percepción de este concepto es diferente en cada cultura y que, por ende, las palabras “borgo” y “burgo” podrían suscitar imágenes diferentes en la mente de un público italohablante y de uno hispanohablante.

Incluso tomando en consideración la segunda definición de “burgo”, no considero que esta traducción pueda ser representativa de “borgo”, ni por tamaño ni por importancia, siendo Caorle un término municipal con una superficie de aproximadamente 150 km² y con alrededor de 4,4 millones de presencias turísticas cada año¹². Esta posible traducción por ello ha sido descartada.

Otra solución propuesta por el diccionario Zanichelli es “aldea”, cuya definición en el DLE¹³ es “pueblo de escaso vecindario y, por lo común, sin jurisdicción propia”. Para comprobar el significado de “escaso”, he hecho una búsqueda entre algunas aldeas españolas (mencionamos a título de ejemplo Castellbó, Siurana y Sandiniés). Concretamente, el objetivo era el de determinar a qué cantidad se refería aproximadamente dicho adjetivo. Tras algunas comparaciones, he comprobado que la mayoría de las aldeas suele tener un número de habitantes inferior a 1000. Teniendo Caorle cerca de 12000

10 Enciclopedia online Treccani, voz *Borgo*, disponible en la dirección:

<<https://www.treccani.it/vocabolario/borgo/>>

11 Diccionario online Real Academia Española, voz *Burgo*, disponible en la dirección:

<<https://dle.rae.es/burgo?m=form>>

12 CAORLE. (2021). *Wikipedia, L'enciclopedia libera*. Disponible en:

<<https://it.wikipedia.org/wiki/Caorle>>

13 Diccionario online Real Academia Española, voz *Aldea*, disponible en la dirección:

<<https://dle.rae.es/aldea?m=form>>

habitantes, tampoco “aldea” me pareció el término adecuado.

En definitiva, las soluciones por las que me he decantado han sido la palabra “pueblo”, alternada tal vez con “localidad turística” o “localidad costera” y en determinados momentos incluso con “ciudad”. La alternancia de las soluciones indicadas parece designar debidamente una población que tiene un tamaño superior al de una aldea, pero los mismos servicios que suele tener una ciudad, permitiendo al mismo tiempo resaltar mediante adjetivos como “turística” o “costera” sus peculiaridades. Con respecto a la palabra “città”, a menudo utilizada en italiano sin criterio para referirse a un núcleo cualquiera, he intentado limitar el uso de su equivalente acuñado a las colocaciones fijas cuya traducción habría sido poco común en la lengua meta si hecha con términos diferentes del mismo “ciudad”:

Caorle Città dello Sport	Caorle Ciudad del Deporte
Oasi Marina Città di Caorle.	Reserva Marina Ciudad de Caorle.

Cabe decir, no obstante, que tanto en italiano como en español existe cierta confusión con respecto a la terminología geográfica, que se da porque los detalles que separan sus conceptos no son claros ni oficiales y aparecen más bien como un *continuum* susceptible a percepciones personales. De la misma manera, la amplia variedad de densidades poblacionales que existen en todo el mundo nos obliga a considerar y a ver dichos conceptos desde perspectivas diferentes, sobre todo con vistas a una traducción.

La decisión de utilizar las tres palabras “pueblo”, “ciudad” y “localidad” alternándolas se debe al hecho de que podríamos definir Caorle como un híbrido o, mejor dicho, al hecho de que es difícil categorizarla en el *continuum* que he mencionado hace unos momentos. De hecho, en el pasado, tenía las características típicas de un pueblo, estando dedicada especialmente a actividades relacionadas con el sector primario como la pesca; no obstante, a partir de los años 80 ha sido capaz de extender su economía también al sector secundario y al terciario, con particular desarrollo del turismo, acercándose cada día más a lo que se considera actualmente una ciudad, tanto por servicios ofrecidos como por importancia. De todas formas, he intentado utilizar con más frecuencia en el texto meta el término “localidad”, ya que se utiliza genéricamente para indicar todo tipo de núcleo territorial, a pesar del tamaño o del número de habitantes.

Otro término en relación al cual ha sido necesario realizar diferentes búsquedas ha sido “itinerario”, utilizado en los ámbitos ciclista, náutico, de carreras e incluso de procesiones. La estrategia más natural y simple, que es efectivamente lo que se hizo durante un primer borrador de traducción, habría

sido la de traducirlo en todas las ocurrencias con su equivalente acuñado, que además es el mismo término en las dos lenguas. Sin embargo, durante las revisiones posteriores me ha parecido más apropiado hacer este término más específico según el contexto diferente en el que estaba insertado. En el ámbito del ciclismo, se han tomado como ejemplos páginas turísticas españolas como la de Madrid¹⁴, donde, tras consultar las secciones dedicadas, se ha podido comprobar que lo más habitual es utilizar la palabra “ruta”. En particular modo, “ruta” se utiliza en todo lo relativo a la práctica de este deporte al aire libre, diferenciándose de “pista” que se utiliza en cambio cuando el ciclismo se practica en velódromos. Tratándose en el texto de origen de carriles bici, carreteras y caminos de tierra en plena naturaleza, he optado entonces por “ruta”, como se puede ver en los ejemplos de la tabla, procedentes de un listado de rutas:

Itinerario Caorle e la sua Laguna	Ruta Caorle y su Laguna
Itinerario Brian e Tezzon	Ruta Brian y Tezzon
Itinerario Eraclea Mare e Cortellazzo	Ruta Eraclea Mare y Cortellazzo

Por otra parte, en lo que concierne al ámbito del *running*, el sustantivo “itinerario” iba acompañado por el adjetivo “battuto”, constituyendo una unidad léxica que, en realidad, es poco común aun en italiano, con solamente 220 ocurrencias comprobadas en Google. Una colocación italiana más específica y que se emplea más suele ser en cambio “strada battuta”, con más de 11000 ocurrencias. Lo mismo ocurre en español, donde frente a “itinerario trillado” o “batido”, la opción más usual y sugerida por el DLE para indicar una vía común, usada y frecuentada parece ser “camino trillado”¹⁵. De ahí que “itinerarios” se ha traducido por “caminos”:

Correre nelle prime ore del mattino o all'imbrunire su uno dei tanti itinerari battuti e ben segnalati [...]	Correr a primeras horas de la mañana o al atardecer en uno de los numerosos caminos trillados y bien señalizados [...]
--	---

Un caso distinto se ha dado en el contexto náutico, donde la palabra “itinerario” no se ha utilizado para indicar una verdadera vía, como en los ejemplos precedentes, sino más bien con expresión de los lugares y de las paradas que existen a lo largo del camino mismo. Siendo entonces el término ya específico de por sí, en la traducción hacia el español se ha decidido conservar su equivalente

14 MADRID.ES <<https://www.madrid.es>>

15 Diccionario online Real Academia Española, voz *Camino*, disponible en la dirección: <<https://dle.rae.es/camino#BkT1sQR>>

acuñado:

[...] per duecento miglia da percorrere, andata e ritorno, sull'itinerario Caorle, boa foranea di Grado, isola di Sansego.	[...] doscientas millas para recorrer ida y vuelta siguiendo el itinerario Caorle, boya foránea de Grado (Friul-Venecia Julia), isla de Susak (Croacia).
--	---

Finalmente, indico un último contexto en el que consideré que este término se utiliza de manera no totalmente apropiada. De hecho, al fin de favorecer la fluidez y naturalidad de la frase, el sujeto de los verbos *snodarsi*, *percorrere* y *costeggiare* tendría que ser *processione* y no *itinerario della processione*, que, por su parte, es poco natural y común. De igual manera, decir “itinerario de la procesión” resultaría redundante e innecesario para la comprensión de la oración, de ahí que se haya aplicado la estrategia de la supresión y se ha utilizado solamente la palabra “procesión”:

L'itinerario della processione si snoda dal Porto peschereccio, percorre il Rio interno e il canale dell'Orologio, per poi costeggiare il mare fino ad arrivare nuovamente alla chiesetta.	La procesión parte desde el Porto peschereccio, el pintoresco puerto pesquero de Caorle, sigue a lo largo del Rio interno y del canal de l'Orologio y finalmente continúa por el mar hasta llegar de nuevo a la pequeña iglesia.
--	---

Llegados a este punto, me gustaría ahora volver la mirada hacia la terminología gastronómica y en particular al sector pesquero, cuyas traducciones también han requerido búsquedas e investigaciones adicionales, tanto en diccionarios como en Internet. Efectivamente, si bien la mayoría de los moluscos y animales acuáticos posee un nombre científico latino común a todos los idiomas, un público no especializado como el al que está dirigida la página de Caorle suele conocerlos solamente mediante sus nombres comunes, que naturalmente difieren en cada lengua. A esto, viene a sumarse que cada país tiene zonas de pesca diferentes, con ecosistemas y especies autóctonas distintos, por lo que un animal muy común en un determinado país podría no ser conocido para nada en otro, no estando ni siquiera presente.

A falta de diccionarios especializados italiano-español sobre el mundo marino, una de las herramientas más útiles en este terreno ha sido el *World Register of Marine Species*¹⁶, una base de datos que comprende una lista de nombres de organismos marinos muy exhaustiva, junto con

16 WoRMS Editorial Board. (2021). *World Register of Marine Species*. Disponible en: <<https://www.marinespecies.org>>

información sobre las sinonimias existentes.

Los tres términos que han generado más dificultades han sido *canestrello*, *moscardino* y *paguro*. Esto se debe en particular modo a la confusión terminológica que existe entre los diferentes diccionarios bilingües consultados. De hecho, por una misma entrada, cada uno proponía soluciones totalmente diferentes, haciéndome cuestionar cuál sería la correcta y el porqué de dichas divergencias.

Con respecto al primero, además de la inicial complejidad en reconocer que la palabra italiana se refiere por lo menos a tres conceptos de campos distintos, la dificultad principal se debe a la existencia de una gran multitud de mariscos marinos bivalvos, cuya distinción resulta difícil siendo prácticamente imperceptible al ojo de un inexperto. Tras encontrar los tres bivalvos con características más similares, es decir, la “volandeira”, la “zamburiña” y la “vieira”, una escrupulosa comparación fotográfica y descriptiva ha sido crucial para identificar el correspondiente correcto:

Canestrello	Volandeira
-------------	------------

En lo que concierne al *moscardino*, en primer lugar, he detectado una incorrección terminológica en el diccionario Hoepli, donde se indica como traducción española “chipirón”, que en cambio corresponde a la especie del “calamaretto”. Una vez más las evidencias fotográficas han sido decisivas en la identificación del descuido y fundamentales para descartar la traducción propuesta por dicho diccionario. Otros diccionarios en línea indican como traducción “pulpo blanco”, aunque el problema de este término es que se refiere a una especie particular de *moscardino* y, por lo tanto, siendo demasiado específico, no representa una traducción correcta. La comparación en los dos idiomas de la nomenclatura científica latina *Eledone moschata* mediante la base de datos *World Register of Marine Species* me ha permitido determinar la traducción correcta:

Moscardino	Pulpo almizclado
------------	------------------

El último término que quiero mencionar es *paguro*. De hecho, la mayoría de los diccionarios bilingües sugiere dos posibles traducciones: “cangrejo ermitaño” y “paguro”. No obstante, el segundo término tiene escasas ocurrencias tanto en sitios españoles como sudamericanos y, por añadidura, no aparece en ninguno de los diccionarios monolingües consultados. Para asegurarme definitivamente sobre cuál podía ser la palabra correcta, consulté con algunos hispanohablantes que me confirmaron que desconocían la palabra “paguro”, mientras corroboraron que la expresión correcta es la siguiente:

Paguro	Cangrejo ermitaño
--------	-------------------

Junto con la terminología gastronómica, en el texto turístico, variado en ámbitos de especialización por definición, aparecían otros tecnicismos específicos que he tenido que tratar con cuidado. Al fin de llegar a una traducción española correcta, se hicieron imprescindibles una vez más tanto el diccionario monolingüe como los diccionarios bilingües especializados. Más allá de estos, a día de hoy, sería un error no utilizar y aprovechar la fuente más actualizada e inagotable de información de la que disponemos, es decir, Internet. En efecto, la red me ha permitido combinar las soluciones propuestas por los diccionarios con definiciones, imágenes, textos paralelos y hasta blogs lingüísticos que me han ayudado en la identificación de los tecnicismos adecuados. A continuación, menciono a modo de ejemplo algunos de estos:

Conca	Esclusa
Tender	Gabarra
Gommone	Zódiac
Bacino delimitato	Aguas confinadas
Itinerari battuti	Caminos trillados
Ghiaia	Grava

De igual importancia, a nivel lingüístico cabe señalar, sobre todo desde el punto de vista de la contrastividad entre lenguas afines como el italiano y el español, los falsos amigos. Estas palabras podrían amenazar con alterar el sentido de un enunciado ya que, formalmente, a pesar de tener un significado totalmente diferente, se parecen a palabras de la lengua meta. Por esta razón ha sido esencial prestar atención a este tipo de términos tanto en el proceso de lectura, como en el proceso de traducción y de revisión, al fin de asegurarme de que no hubiera malinterpretaciones o descuidos por mi parte.

A continuación, voy a presentar una lista de algunos de los falsos amigos que han requerido atención adicional durante el proceso de traducción entre italiano y español. En la tabla, he insertado también “offerta” porque en el contexto específico de las subastas no se suele traducir con “oferta” sino más bien con “puja”:

ESPAÑOL →	ITALIANO	ITALIANO→	ESPAÑOL
Exposición	Mostra	Campione	Muestra

Largo	Lungo	Largo	Ancho
Listo	Pronto	Presto	Pronto
Oficina de turismo	Ufficio del turismo	Officina	Taller
Parecer	Sembrare	Seminare	Sembrar
Puja (asta)	Offerta	Offerta	Oferta
Subir	Salire	Uscire	Salir
Tienda	Negozio	Affare	Negocio

3.5 ASPECTOS EXTRALINGÜÍSTICOS

Analicemos ahora las cuestiones extralingüísticas. Siendo el texto base una página web turística, las descripciones de los lugares típicos y de sus personas constituyen una parte fundamental de la narración. Dedicaré, por ende, esta parte del análisis a las estrategias adoptadas para traducir todos los topónimos, antropónimos y nombres propios.

En primer lugar, siempre que existiera una traducción oficial, he considerado oportuno utilizarla. No obstante, debido al hecho de que se trata de una página web de un pueblo italiano bastante pequeño y poco conocido, las traducciones oficiales eran escasas o se referían, la mayoría de las veces, a elementos con el mismo nombre, pero de otros lugares o ciudades. Entre los pocos términos con correspondientes españoles se encuentran la ciudad de Venecia, la isla de Susak y las diferentes regiones nombradas a lo largo del texto. Para estas últimas, al fin de garantizar una mejor comprensión al público de llegada que podría desconocer algunos rasgos de la geografía italiana (con mayor razón si tenemos en cuenta que se pretende incluir tanto al público español como al hispanoamericano), he considerado oportuno añadir una pequeña explicación delante de los topónimos, utilizando la palabra “región”: “las regiones de Véneto, Friul-Venecia Julia, Emilia Romagna y Lombardía”, “la región de Apulia”. Dada la afinidad entre español e italiano, las demás traducciones oficiales corresponden totalmente o casi totalmente a la grafía italiana; es el caso de Trieste o del mar Adriático y Mediterráneo.

Con los topónimos que no tuvieran una traducción española oficial, en cambio, la técnica utilizada ha sido la del préstamo crudo. Esto significa por lo tanto que dichos topónimos se han agregado al texto meta sin adaptación lingüística ni indicación gráfica.

Los odónimos, que típicamente suelen estar compuestos por dos partes, la del indicador (via, piazza, strada, etc.) y la del nombre individual (Aldo Moro, dei Cacciatori, Vescovado, etc.), son nombres propios que designan vías de comunicación y constituyen un ejemplo considerable de la aplicación de esta estrategia. El mantenimiento integral de la forma original, por ejemplo, en Via Strada Nuova, Viale Pompei o Fondamenta Pescheria, ha sido adoptado para que los turistas pudiesen identificar las vías más fácilmente en mapas, señales de tráfico e indicaciones, una vez llegados a su destino.

De la misma manera, he incorporado como préstamos crudos los poleónimos, o sea, los centros de población, que no tuviesen un correspondiente español. Entre estos, mencionamos la misma Caorle y otros pueblos o localidades como Concordia Sagittaria, Portogruaro y Chioggia.

Por otra parte, por lo que atañe a los hidrónimos, es decir, los nombres de ríos y canales, que tampoco tuviesen traducciones oficiales, he adoptado una estrategia híbrida. De hecho, he traducido los indicadores como “fiume” o “canale”, manteniendo por otro lado los nombres individuales. Algunos

ejemplos son río Lemene, río Isonzo, canal Riello y canal Saetta entre otros.

Finalmente, en diversos casos consideraba esencial que el público pudiese disponer tanto del topónimo original por las razones descritas anteriormente, como de una traducción o explicación adicional que les permitiese entender de qué se estaba hablando en concreto o cuál era el significado ínsito en el nombre. En los siguientes ejemplos, observamos ampliaciones lingüísticas o paráfrasis explicativas colocadas al lado de las expresiones originales:

[...] prevede una sosta al Villaggio dei Pescatori con i suoi <i>casoni</i> [...]	[...] prevé una parada en el Villaggio dei Pescatori, es decir el Pueblo de los Pescadores , con sus <i>casoni</i> [...]
Vi ritroverete all'Isola dei Pescatori, luogo di sosta per una piacevole visita ai casoni [...]	Acabarás en la Isola dei Pescatori, la Isla de los Pescadores , donde podrás detenerte para realizar una agradable visita a los <i>casoni</i> [...]
La Strada dei Vini Lison-Pramaggiore [...] esercita sui viaggiatori un grande potere di attrazione [...]	La Strada dei Vini Lison-Pramaggiore es una ruta de vinos [...] que atrae a muchísimos viajeros [...]
[...] al di là del quale c'è l'oasi naturale della Brussa con la sua pineta, le sue dune e la sua spiaggia.	[...] más allá de la cual está una apacible reserva natural de la localidad Brussa con su pinar, sus dunas y su playa.
La chiesa di Santa Margherita è opera dell'architetto Guido Impallomeni di Portogruaro, autore anche del Villaggio dell'Orologio e della Darsena adiacente.	La iglesia del barrio de Santa Margherita fue diseñada por el arquitecto véneto Guido Impallomeni, quien también proyectó el barrio del Villaggio dell'Orologio y la Dársena contigua.

En relación con los antropónimos, cabe decir que eran escasos y que solamente en un caso existía una traducción equivalente, tratándose de un personaje de tiras cómicas y dibujos animados, o sea, Braccio di Ferro, en español Popeye el Marino. Los demás, en cambio, eran nombres propios de lugareños como Giampaolo Gusso o de personajes famosos como Hemingway, por los que he adoptado la repetición, estrategia de conservación (Aixelá, 1996:111). Como sugiere el término, esta técnica consiste en la reproducción del nombre propio en el texto meta en su forma original y es quizás la que se emplea más frecuentemente cuando el nombre no contiene un significado semántico

o cuando el alfabeto es el mismo de aquello de la lengua de partida y no requiere por ende una transcripción.

Hablando de nombres propios, en el ámbito de la localización de una página web turística, resulta imprescindible prestar especial atención a los nombres de eventos, productos típicos, museos, iglesias, administraciones y más. A este respecto, cada traductor puede operar haciendo elecciones diferentes según lo que considere más apropiado para el tipo de texto, formato y público implicados. En todo caso, lo más importante es establecer un *modus operandi* que permanezca durante toda la traducción, al fin de mantener un enfoque coherente que no provoque un desorden traductológico. Por ejemplo, si se decide traducir completamente el nombre de una iglesia, habrá que aplicar el mismo tratamiento a todas las demás iglesias mencionadas en el texto; de lo contrario, los lectores podrían imaginar que existen diferencias conceptuales por lo que se mencionan de forma diferente.

En mi caso, antes de considerar el abanico de soluciones posibles, como de costumbre, he comprobado la existencia de traducciones oficiales, sobre todo por lo que concierne a los productos, los lugares de interés y los servicios públicos.

Para empezar, hablando de los vinos, la gran parte de los mencionados se conoce en la mayoría de los países europeos por su nombre original y por consiguiente no ha requerido ningún cambio lingüístico en la transposición del italiano al español. Ahora bien, un número menor de vinos registra correspondencias ligeramente diferentes en la lengua meta, por lo que he adaptado sus nombres para que los lectores pudieran reconocerlos e identificarlos según cómo estaban acostumbrados a escucharlos en su propio idioma:

Parliamo di vini DOC prodotti localmente come Lison, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Pinot Grigio, Pinot Bianco, Pinot Nero, Refosco dal Peduncolo Rosso, Merlot, Chardonnay.	Hablamos de blancos y tintos con denominación de origen y de producción local como el Lison, el Cabernet Sauvignon, el Cabernet Franc, el Pinot Gris, el Pinot Blanc, el Pinot Noir , el Refosco dal Peduncolo Rosso, el Merlot, el Chardonnay.
---	--

Para los lugares y servicios públicos como museos, oficinas y mercados, siendo estas instituciones que existen y tienen funcionalidades y autonomías aproximadamente iguales en ambas culturas italiana e hispánica, ha resultado natural traducir los nombres comunes, dejando en vez intactos los eventuales especificadores que los acompañaban. En la siguiente tabla, donde los últimos están marcados en negrita, vemos algunos ejemplos:

Comune di Caorle	Municipio de Caorle
Ufficio Informazioni IAT di Caorle	Oficina de Información Turística IAT de Caorle
Ufficio Sport del Comune di Caorle	Oficina de Deportes del Ayuntamiento de Caorle
Mercato Ittico Comunale	Mercado de Pescado Municipal
Stadio Comunale Giovanni Chiggiato	Estadio Municipal Giovanni Chiggiato
Stadio Comunale Riccardo Romiati	Estadio Municipal Riccardo Romiati
Palazzetto dello Sport Palamare	Palacio de Deportes Palamare
Museo Liturgico	Museo Litúrgico
Museo Nazionale di Archeologia del Mare	Museo Nacional de Arqueología del Mar

Con referencia a asociaciones, grupos y organismos, me he decantado generalmente por una traducción literal completa o, cuando fuera posible, por un equivalente cultural. Como sabemos, este último nunca llega a ser perfectamente idéntico al concepto de la cultura de partida, pero consigue de todos modos ofrecer al público meta una solución muy válida que se acerca a la original. Veamos las traducciones propuestas:

Associazione Caorle Nuoto	Asociación de Natación de Caorle
Gruppo Sommozzatori di Caorle	Grupo Buceadores de Caorle
FIPSAS (Federazione Italiana Pesca Sportiva e Attività Subacquee)	FIPSAS (Federación Italiana de Pesca Deportiva y Actividades Subacuáticas)
Ordine dei Giornalisti del Veneto	Colegio de Periodistas de la región Véneto
Associazione Culturale Onlus Cinzia Vitale	Asociación Cultural Sin Ánimo de Lucro Cinzia Vitale

Por otra parte, para el listado de los lugares de culto presente bajo la sección “Las iglesias” la elección no ha sido tan fácil. De hecho, en principio había decidido traducir enteramente los nombres, incluyendo equivalentes o traducciones literales de los nombres de los Santos, ya que creía que esto podía facilitar a los turistas tanto en la comprensión como en la fluidez de la lectura.

Sin embargo, en un segundo momento comprendí que esta técnica totalmente adaptativa no habría

permitido preservar la cohesión de la que hablaba antes, debido a la inexistencia efectiva de traducciones oficiales de la mayoría de las iglesias presentes. Al lado de la traducción completa, introduje por lo tanto también el nombre original, separándolos por un guion. Con este signo de puntuación, pretendía que el público entendiese que la traducción era simplemente una propuesta hecha por el traductor, encaminada a la completa accesibilidad lingüística de los lectores de llegada. Pero en última instancia, tras reflexionar mucho sobre la eficacia de esta técnica, me di cuenta de que ofrecer dos opciones podía resultar demasiado pesado al ojo de los lectores de un texto en línea, que tienden a preferir la concisión, la brevedad y una lectura rápida. Como consecuencia de ello, cambié entonces de técnica, sobre todo en aras de una cohesión y coherencia traductológica aún más auténtica y en línea con las elecciones hechas previamente con los nombres de lugares y servicios. Decidí pues traducir el nombre común “chiesa” con “iglesia”, para permitir que los lectores entendiesen de qué institución se estaba hablando, pero dejando intactos los especificadores, que en este caso eran los nombres de los Santos.

Cabe también decir que la mayoría de estos nombres de iglesias aparecía a modo de título de un párrafo, así que en el cuerpo de la descripción de cada uno ha sido tal vez posible proporcionar algunas traducciones o pequeñas explicaciones al fin de respaldar la comprensión y ofrecer a los turistas potenciales una mayor inclusividad en el plano lingüístico. A continuación, para resaltar la estrategia adoptada en última instancia, voy a marcar en subrayado los títulos presentados en el texto meta y en negrita las eventuales adicciones o traducciones aportadas en el cuerpo:

<p>Chiesa della Madonna del Rosario di Pompei</p> <p>La Chiesa o Oratorio della Madonna di Pompei è stata eretta nel 1878, si trova nel centro del paese ed è sempre aperta.</p>	<p><u>Iglesia de la Madonna del Rosario di Pompei</u></p> <p>La Iglesia u Oratorio de la Virgen de Pompeya fue erigida en 1878, se encuentra en el casco antiguo de la ciudad y está siempre abierta.</p>
<p>Chiesa di Santa Maria delle Dune</p> <p>La chiesa, consacrata nel 1984, è aperta da giugno ad agosto e la statua della Vergine col Bambino che ospita proviene dalla prua di una barca.</p>	<p><u>Iglesia de Santa Maria delle Dune</u></p> <p>La iglesia de la localidad de Duna Verde, que fue consagrada en 1984, acoge una estatua de la Virgen con el Niño procedente de la proa de un barco. Está abierta de junio a agosto.</p>
<p>Chiesa della Resurrezione</p> <p>[...]</p>	<p><u>Iglesia de la Resurrezione</u></p> <p>[...]</p>

Sull'altare maggiore si fa notare la pala seicentesca della Resurrezione.	En el altar mayor cabe notar el retablo de la Resurrección del siglo XVII.
Chiesa di San Gaetano da Thiene Ospita una statua lignea di San Gaetano proveniente dalla Val Gardena.	<u>Iglesia de San Gaetano da Thiene</u> Acoge una estatua de madera de San Cayetano , procedente del famoso valle de Gardena en las Dolomitas.

A este respecto, me veo obligada a trazar una distinción entre las iglesias de dicho listado y el Santuario della Madonna dell'Angelo junto con el Duomo di Santo Stefano. Efectivamente, mientras las primeras son típicas iglesias habituales, los segundos son edificios sagrados con características que les confieren mayor importancia y denominaciones diferentes: Santuario y Duomo en vez de Chiesa. De hecho, constituyen dos de las mayores atracciones del pueblo y, además de mencionarse en el texto como tales, se mencionan también como verdaderas y propias metas de procesiones e itinerarios turísticos. Considerando nuevamente la necesidad de los turistas de poderlas buscar y reconocer rápidamente en mapas y señales, así como la importancia de entender sus denominaciones, he decidido proporcionar tanto el nombre original como la versión española, bajo modo de ampliación lingüística:

Il Santuario della Madonna dell'Angelo [...]	El Santuario della Madonna dell'Angelo, la iglesia de la Santísima Virgen del Ángel, [...]
Il Duomo di Santo Stefano [...]	La Catedral de San Esteban, llamada Duomo di Santo Stefano, [...]

Finalmente, siempre dentro de la categoría de los nombres propios, es preciso hablar de los eventos. La elección del nombre de un evento es un paso muy importante del que depende todo su éxito y al ser en efecto una especie de tarjeta de visita para todos los que no lo conocen, puede ser el elemento clave para atraer a los participantes, despertando su curiosidad. En el proceso de traducción, no he podido dejar de considerar este aspecto, de ahí que, al fin de preservar el efecto atractivo pensado originariamente por los organizadores, pero también para dar a los turistas la posibilidad de reconocer el evento in situ, haya proporcionado tanto las traducciones como los nombres originales:

La Luna nel Pozzo	La Luna nel Pozzo, es decir, la luna en el pozo [...]
-------------------	--

ScoglieraViva	ScoglieraViva, literalmente escollera viva [...]
Gusta la Cinquecento	Gusta la Cinquecento o saborea la quinientos .

He aplicado esta estrategia a todos los eventos, salvo a los que implicaban nombres comunes seguidos por un especificador. Con estos, tal y como he hecho con los demás nombres propios, he traducido al español los primeros y mantenido en italiano los segundos:

Processione della Madonna dell'Angelo	Procesión de la Madonna dell'Angelo
Premio Giornalistico Papa	Premio periodístico Papa

Siempre en el marco de los asuntos extralingüísticas, que remiten a cuestiones culturales, desempeñan un papel importante los *realia*, también llamados culturemas. Se trata de palabras que denotan objetos, situaciones, conceptos o fenómenos típicos y propios de una determinada cultura material y cuya traducción hacia otro idioma puede ser problemática debido a la carga cultural que poseen. Acerca de esto, el traductor puede operar de diferentes maneras y con diferentes estrategias según el contexto y la situación en los que dichos términos están insertados.

Con respecto al sitio web de Caorle, hay que considerar el hecho de que se trata de un contexto muy restringido y de una realidad local que no debe confundirse con una realidad regional. Esto quiere decir que la mayoría de los *realia* presentes han de ser considerados como estrictamente locales, ya que un italiano proveniente de otra región o incluso de otra ciudad de la misma región, podría no conocer dichos términos, al igual que un ciudadano extranjero. Con toda probabilidad, este es el motivo por el que los autores del texto original han demostrado cierta atención hacia este asunto, proporcionando algunas explicaciones de los *realia* nombrados. Sin embargo, esta atención no resulta ser suficiente ya que en la mayoría de los casos se requiere que los lectores interesados en el significado o en la explicación de los culturemas visiten y lean todos y cada uno de los apartados de la página web, teniendo que hacer clic en cada enlace de hipertexto presente. Este proceso no tiene en cuenta el hecho de que la lectura en línea no es lineal e impide por lo tanto la fluidez, poniendo al público extranjero frente a unos términos desconocidos con características fonéticas diferentes de aquellas a las que están acostumbrados, produciendo un efecto chocante que podría provocar una pérdida de interés por su parte. De hecho, cuando un texto contiene muchos términos que el lector no es capaz de entender, es bastante probable que se produzcan malas interpretaciones. Al fin de evitar estas posibles consecuencias, en la traducción he adoptado un enfoque integrador mediante el empleo de estrategias explicativas cada vez que los *realia* volvían a aparecer en apartados diferentes. La

preservación de los realia en su forma original invita al público a sumergirse más en la realidad del viaje, además de serles útil para hacer eventuales reservas de visitas o experiencias. Este proceso resultaría sin duda menos directo y más complicado con tan solo una paráfrasis o amplificación. Veamos entonces algunas propuestas de traducción:

<p>[...] scorgere da lontano la casa di caccia cara ad Hemingway e perfino visitare internamente un casone!</p>	<p>[...] vislumbrar de lejos la cabaña de caza a la que Hemingway tenía especial apego y hasta visitar el interior de un <i>casone</i>, típica construcción de madera y caña donde solían vivir los pescadores.</p>
<p>Escursioni in laguna Bragozzo “Serenissima”.</p>	<p>Excursiones en la laguna con el Bragozzo “Serenissima”, barco de pesca de dos mástiles típico del mar Adriático.</p>
<p>Anche il golf, come la voga alla veneta, è una di quelle discipline a cui sono dedicati progetti specifici nelle scuole di Caorle affinché anche i più giovani vi si avvicinino.</p>	<p>El Ayuntamiento de Caorle organiza varios proyectos en las escuelas, cuyo objetivo es interesar a los jóvenes en disciplinas como la <i>voga alla veneta</i>, una particular técnica de remo tradicional de la Laguna de Venecia o como el más conocido golf.</p>
<p>[...] si sono potute censire numerose “tegnùe”</p>	<p>[...] se han podido registrar numerosas formaciones rocosas llamadas “tegnùe” en dialecto véneto.</p>

En el siguiente caso, he integrado la técnica de la amplificación con la traducción del culturema “Belle Arti” para simplificar la comprensión de un concepto típicamente italiano que no tiene una correspondencia exacta al cien por cien en las organizaciones ministeriales de la cultura meta. En concreto, la traducción ha sido posible solamente porque en esta ocasión específica el objetivo del texto no era el de introducir un término u objeto típico, sino el de hacer entender la importancia histórica de la iglesia descrita:

<p>[...] tutelata dalle Belle Arti.</p>	<p>[...] está protegida como patrimonio histórico por la Superintendencia de Bellas Artes.</p>
---	--

También quisiera hacer hincapié en un último caso de realia encontrado, que quizás ya no se puede considerar totalmente como tal. De hecho, dado el éxito de la cocina italiana en el mundo y, sobre todo, a la luz del proceso de globalización que está aumentando día tras día, los términos gastronómicos italianos encuentran casi siempre una correspondencia adaptada en el ámbito de las lenguas europeas. Veamos el ejemplo más común:

Spaghetti ai moscardini	Espaguetis con pulpos almizclados
-------------------------	-----------------------------------

Por último, durante el proceso de traducción ha sido igualmente importante estar pendientes de las diferentes colocaciones y locuciones presentes. Ambas composiciones sintácticas suelen estar formadas por dos o más palabras y suelen compartir la fijación en el orden de sus componentes, si bien admitiendo tal vez algunas variaciones. El error típico de un traductor inexperto o poco atento es el de traducir dichas estructuras literalmente, provocando extrañeza al oído del público, que las reconocería inmediatamente en su propio idioma como construcciones forzadas. Como consecuencia de ello, en la traducción es preciso e indispensable utilizar adecuadamente los diccionarios, tanto bilingües como monolingües, y todas las demás herramientas que nos pueden ayudar a identificar cuál es la expresión española correspondiente correcta. En la siguiente tabla proporciono algunos ejemplos:

Natura incontaminata	Naturaleza virgen
Eccellenze culinarie	Maravillas culinarias
Il nostro borgo è sempre vivo e allegro	Nuestro pueblo siempre hierve bullicioso
Paesaggi mozzafiato	Paisajes que quitan el hipo
Una spiaggia adatta ai bambini che si rispetti	Cada playa para niños que se precie de ser tal
Tutti i tipi di servizi	Un sinfín de servicios

3.6 ASPECTOS PRAGMÁTICOS

Como parte de la adaptación cultural del texto, cabe destacar los problemas derivados del encargo de traducción, del destinatario y del contexto en que se efectúa la traducción misma, que afectan a la reformulación. En concreto, voy a analizar las mayores intervenciones realizadas acerca del formato de la fecha, de la hora y de los datos de contacto. A primera vista, pueden parecer aspectos de menor relevancia, cuando en realidad constituyen un elemento imprescindible para que el público pueda acceder al texto de manera adecuada, es decir, estando adaptado a sus conocimientos y a su propia cultura para una comprensión eficaz en su lengua.

Tratando de fechas, mientras la gramática italiana impone que se escriban cifras y meses sin ningún tipo de preposición en el medio, en español la opción correcta acreditada por la Fundéu¹⁷ es que no se debe omitir nunca la preposición “de” entre día y mes o entre mes y año:

[...] affondato durante la battaglia di Grado il 22 febbraio 1812.	[...] se hundió durante la batalla de Grado el 22 de febrero de 1812.
[...] a metà luglio in spiaggia di Ponente e il 14 agosto in spiaggia di Levante.	[...] a mediados de julio en la playa de Ponente y el 14 de agosto en la playa de Levante.

En lo relativo al formato de la hora, hablando de horarios e intervalos horarios específicos, en la siguiente tabla podemos notar que las cifras de las horas y de los minutos en el texto original italiano están separadas por un punto. En la traducción española, en cambio, aunque no sea incorrecto utilizar el mismo signo de puntuación que en italiano, haciendo de nuevo fe a la guía de la Fundéu¹⁸, se han preferido los dos puntos, que formalmente representan el separador oficial en la cultura meta:

Orario invernale dal 16 settembre al 14 giugno: venerdì, sabato e domenica: 10.00 - 18.00 (ultimo ingresso ore 17.00)	Horario de invierno del 16 de septiembre al 14 de junio: viernes, sábado y domingo: 10:00 – 18:00 (última entrada 17:00)
Orari estivi 9.00 – 11.45 (da lunedì a venerdì); 14.30 – 17.15 (tutti i giorni)	Horarios de verano 9:00 – 11:45 (de lunes a viernes); 14:30 – 17:15 (todos los días)

Por otra parte, cabe señalar cierta confusión en el texto de origen con respecto a la gráfica utilizada para indicar la duración de un hecho concreto como rutas o carreras. De hecho, los números aparecen

17 FUNDÉU. (2013) *¿Cómo se escriben las fechas?* Disponible en: <<https://www.fundeu.es/recomendacion/como-se-escriben-las-fechas/>>

18 FUNDÉU. (2011) *Horas, gráfica.* Disponible en: <<https://www.fundeu.es/recomendacion/horas-grafia/>>

en algunos casos con palabras, en otros mezclando cifras con letras y en otros mezclando cifras, letras y símbolos. Cuando aparecían en palabras, siendo igualmente correcto en español, he mantenido la misma forma adoptada en italiano:

un giro che dura circa due ore e mezza.	un viaje de unas dos horas y media .
---	---

Cuando aparecían mezclando diferentes grafías, en cambio, he adoptado la única otra forma contemplada por la gramática española, o sea, la de las cifras seguidas de los símbolos de duración correspondientes:

Centro Storico di Caorle (durata 1' e 30 minuti)	Casco Antiguo de Caorle (duración 1h 30 min)
Concordia Sagittaria e Portogruaro (durata 3 ore circa)	Concordia Sagittaria y Portogruaro (duración aproximadamente 3h)

Con respecto a esta cuestión, cabe destacar que en los últimos años tanto en italiano como en español ha aumentado la confusión sobre la grafía correcta de los horarios y de otros elementos. Esto se debe con toda probabilidad al advenimiento de la tecnología y de Internet que permiten publicar contenidos a todo el mundo. Estos contenidos no están sujetos a revisiones y pueden ser incorrectos no solo desde un punto de vista gramatical sino también gráfico. Las grafías incorrectas se difunden entonces en la web en un tiempo récord, creando ulterior confusión entre los usuarios. En el largo plazo, esta confusión suele generar un nivel de aceptabilidad del error más alto y, por consiguiente, mayores descuidos hacia este tema. Como traductores, no podemos ni debemos dejar que estos tipos de faltas ortográficas sean normalizadas: es este el motivo por el que, sin bien dichas cuestiones puedan parecer nimiedades, en la traducción he decidido adoptar una línea más firme que pudiera reafirmar las únicas formas correctas de la lengua meta.

Por lo que atañe a los números telefónicos, lo normal sería modificarlos añadiendo el prefijo internacional del país de referencia; no obstante, en la traducción, no ha sido necesaria ninguna intervención, dado que todos los contactos en el texto original presentaban ya el prefijo italiano (+39).

Siempre hablando de datos de contacto, vale la pena señalar en los diferentes apartados de la página web original una amplia presencia de enlaces que remiten a sitios, principalmente deportivos, redactados en italiano u otros idiomas distintos del español. Teniendo en cuenta la probabilidad de que muchos de los usuarios puedan no tener un conocimiento suficiente de dichas lenguas y que por lo tanto no consigan comprender de manera adecuada las referencias extratextuales, no podrán beneficiarse de un producto plenamente localizado y adaptado a su propia cultura. Con miras a una

mejor localización, he considerado necesario poner justo después de cada uno de los enlaces una pequeña acotación en la que se especifica en cuales idiomas está disponible la página web para advertirlos acerca de los contenidos. Esta pequeña medida no solo permite a los usuarios moverse de manera más rápida y eficaz dentro de la página, sino tiene también en cuenta su libertad de elección y de evitar los elementos que estén fuera de su alcance. A continuación, presento algunos ejemplos:

Per info supplementari: + 39 0421 260090; www.caorlenuoto.com; caorlenuoto@gmail.com	Para más información: + 39 0421 260090; www.caorlenuoto.com; (disponible sólo en italiano) ; caorlenuoto@gmail.com
Se non siete proprio esperti sempre meglio affidarsi ad istruttori qualificati come quelli che trovate qui www.alfa.it/surf-cat (per info supplementari Alberto +39 328 8210398).	surfea con un instructor calificado, como los que encontrarás en esta página: www.alfa.it/surf-cat (disponible en italiano y alemán) (para más información contacta con: Alberto +39 328 8210398).
Per tutte le info www.grupposommozzatoricaorle.com ; grupposommozzatoricaor-le@gmail.com .	Para más información visita la página www.grupposommozzatoricaorle.com (disponible sólo en italiano) o envía un correo a grupposommozzatoricaorle@gmail.com .
Per informazioni: +39 0421 299570 – info@golfcaorle.it ; www.golfcaorle.it	Para más información: +39 0421 299570 – info@golfcaorle.it ; www.golfcaorle.it (disponible en italiano, inglés y alemán) .

Otro aspecto pragmático a considerar en este análisis son los juegos de palabras, modismos y refranes, normalmente utilizados para convencer, emocionar o interesar ulteriormente a los lectores. La estrategia ideal en estas situaciones sería obviamente la de traducirlos mediante sus correspondientes españoles. Sin embargo, no siempre existen y las opciones restantes pueden ser emplear una traducción literal, perdiendo por ende la rima o el juego de palabras, o aplicar una elisión. Siempre que fuera posible, he optado por los equivalentes:

Sognate da tempo una bella mangiata come si deve di pesce freschissimo [...]	Sueñas con ponerte las botas de pescado fresquísimo [...]
Vi è venuta l'acquolina in bocca?	¿Se te ha hecho la boca agua ?

Il nostro fiore all’occhiello è la Scuola di Beach [...]	Nuestra joya de la corona es la Escuela de Beach [...]
[...] consentono di fare del sano esercizio fisico nutrendosi al tempo stesso di paesaggi mozzafiato.	[...] te permitirán hacer ejercicio físico mientras disfrutas de paisajes que quitan el hipo .
Arriva l’Epifania e tutte le feste porta via...	Supresión

Solamente en el caso del dicho popular “arriva l’Epifania e tutte le feste porta via...” la estrategia aplicada ha sido la de la supresión, debido a la falta de un verdadero correspondiente. De hecho, aunque el diccionario Hoepli de Laura Tam bajo la voz “epifania”¹⁹ indica “con los Reyes se acaban las fiestas”, esta expresión-calco del italiano representa una traducción literal que no se utiliza prácticamente nunca en la cultura meta y que tampoco sería muy explicativa para el público hispanohablante. Si bien la supresión es una técnica bastante radical que un traductor preferiría no tener que utilizar nunca, esta decisión se justifica con el hecho de que el dicho no era esencial para la comprensión en el contexto en el que se encontraba y que servía simplemente para provocar la risa del público.

19 Diccionario online Hoepli, voz *Epifania*, disponible en la dirección:
 <https://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano-Spagnolo/parola/E/epifania.aspx?query=epifania>

3.7 HERRAMIENTAS APTAS PARA LA TRADUCCIÓN

Dado que estamos llegando hacia el final de este análisis, me gustaría presentar las herramientas lexicográficas y lexicológicas utilizadas. Como ya he anticipado anteriormente, me he valido de diccionarios monolingües y bilingües tanto en papel (Zanichelli, Garzanti, DeAgostini, Ambrozzi, CLAVE) como digitales (Moliner, Tam, DLE, Wordreference, Reverso). De igual utilidad han sido los corpórea lingüísticos, en particular SketchEngine, que me ha ayudado bajo varios aspectos. En primer lugar, ha facilitado el análisis de las colocaciones gramaticales y léxicas mediante la posibilidad de buscar las apariciones de determinadas estructuras gramaticales que contenían una palabra o un término dado. Complementariamente, me ha permitido hacer contrastes entre los resultados para las colocaciones de dos palabras, con el fin de apreciar sus diferencias de uso, ayudándome en concreto con sinónimos, antónimos y con palabras de un mismo campo semántico. Desde el punto de vista de la concordancia, me ha apoyado también en la búsqueda de contextos en los que aparecían determinados lemas o combinaciones de lemas. Otra herramienta que ha desempeñado un papel sumamente importante en mi trabajo de traducción ha sido Internet. De hecho, gracias a los textos paralelos, a las páginas web turísticas españolas y a la amplia variedad de imágenes y de información obtenidas, he podido investigar, estudiar, comparar y aprender mucho más de lo que quizás no se consiga hacer hoy en día en una biblioteca. La principal ventaja que he podido experimentar y observar en Internet es precisamente que las búsquedas son extremadamente rápidas y, sobre todo, que se pueden conseguir fácilmente textos y datos de alrededor del mundo que se demuestran extremadamente valiosos en un contexto intercultural como el de la traducción.

4. OBSERVACIONES Y CONCLUSIONES

El trabajo de traducción llevado a cabo me ha permitido sacar a la luz un conjunto de cuestiones relevantes que un traductor debe plantearse antes, durante y después de la realización de una traducción en el ámbito turístico.

Para empezar, se deberán tener en cuenta todos los aspectos que influyen en el éxito comunicativo de una traducción, a partir de los destinatarios del texto con sus necesidades lingüísticas y culturales. Estos últimos deben ser el foco central de una traducción, en particular modo cuando se trata de un texto con función persuasiva que apunta a atraer e invitar al mayor número posible de turistas como el portal web en cuestión. Este trabajo pretende poner de relieve que la persuasión de los turistas ha de llevarse a cabo de diferentes maneras según la lengua en que esté escrito el texto. En efecto, existe una multiplicidad de diferencias lingüísticas y extralingüísticas, arraigadas en los diversos hábitos culturales de cada país, que han de considerarse a la hora de traducir una página web para persuadir a los turistas de la manera en que estén más acostumbrados a ser persuadidos. Habida cuenta de que la calidad de un producto y el grado de su aceptabilidad en la cultura meta se determinan mediante varios factores, entre los que se deben incluir no solo la adecuación del contenido sino también la presentación y la tipografía del texto, es preciso afirmar que el traductor deberá responsabilizarse de cada uno de estos aspectos al fin de evitar que a los lectores les choque el texto que tienen a la vista.

De igual forma, en calidad de traductores tampoco podemos olvidarnos del objetivo del texto de partida y a la hora de traducirlo debemos intentar cumplir su función comunicativa de la mejor manera posible. Dicho con palabras de Berends (2007: 25), el traductor debe comprobar cuál es el objetivo del texto determinando los intereses que tienen ambos partidos (el emisor y el receptor) en esto y como resultado debe intentar expresar dichos intereses en la traducción de la manera más clara posible para el lector.

Otro punto que quisiera mencionar brevemente es la competencia traductora, es decir, el conjunto de conocimientos y habilidades necesarias para traducir, que constituye una característica indispensable para que la transposición a otro idioma disponga de todos los cuidados mencionados. En especial, la traducción de páginas web requiere competencias profesionales en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información, es decir, un conocimiento de 360 grados tanto de los dispositivos digitales como de la red. Por ende, las capacidades específicas son una componente absolutamente imprescindible para un traductor que quiera ofrecer un producto eficaz y de buena calidad.

De la misma manera, el análisis realizado puede ayudarnos a entender que, aunque el italiano

y el español son dos lenguas afines desde el punto de vista tipológico, contrariamente a las expectativas esta clase de transposición lingüística y cultural presenta unas dificultades de no poca importancia. De hecho, en ciertos momentos la afinidad puede sin ninguna duda facilitar el trabajo desde un punto de vista lingüístico, pero es preciso recordar que, por muy similares que puedan parecer, «non esistono due lingue che siano sufficientemente simili da essere considerate come rappresentanti della stessa realtà sociale. I mondi in cui vivono differenti società sono mondi distinti, non sono semplicemente lo stesso mondo con etichette differenti» (Sapir, 1972:58). Esto hace de la traducción entre lenguas afines un desafío de gran envergadura que no puede ni debe ser subestimado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIXELÁ, F. (1996). *La traducción condicionada de los nombres propios (inglés-español)*, Tesis doctoral de la Universitat d'Alicant, supervisor Dr. D. Enrique Alcaraz Varó.

ANTONIOLI CORIGLIANO, M., BAGGIO, R. (2011). *Internet e turismo 2.0*. Milano: Egea.

BALBONI, E. (2000). *Le microlingue scientifico-professionali. Natura e insegnamento*. Torino: UTET.

BERENDS, A.M.A. (2007). *La traducción de páginas web*, Tesis de Máster de la Universiteit Utrecht, supervisora Dr. Y. Rodríguez Pérez.

CABRÉ, M. T. (1999). *Terminology: theory, methods, and applications*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

CABRÉ, M.T. (2004) *¿Lenguajes especializados o lenguajes para propósitos específicos?* En *Textos y discursos de especialidad: el español de los negocios*. Pp 19-33. Amsterdam-New York: Editions Rodopi B.V.

CALVI, M.V. (2016). *Léxico de especialidad y lengua del turismo*. En DUFFÉ MONTALVÁN, A. L. *Estudios sobre el léxico. Puntos y Contrapuntos*. pp. 187-214. Bern: Peter Lang.

CALVI, M.V. (1998). *Notas sobre la adopción de anglicismos*. Madrid: Arco/Libros, S.L.

CALVI, M.V. (2011). *Pautas de análisis para los géneros del turismo*. En CALVI, M.V., MAPELLI, G. *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*. Pp. 19- 45. Bern: Peter Lang.

CALVI, M.V., BONOMI, M. (2008). *El lenguaje del turismo: de los textos especializados a la Comunidad del viajero*. En NAVARRO, C. *Terminología, traducción y comunicación especializada*. Pp 181-201. Italia: Fiorini.

CAPPELLI, G. (2007). *The translation of tourism-related websites and localization: problems and perspectives*. En BAICCHI, A. *Voices on Translation, RILA Rassegna Italiana di Linguistica Applicata*. Roma: Bulzoni Editore.

CENTRO RICREATIVO CULTURALE SANDRO PERTINI. (2009). *C'era una volta e c'ero anche io. Storie di Caorle*. Caorle: Comune di Caorle e Centro Ricreativo Culturale Sandro Pertini.

CORTELAZZO, M. (1994). *Lingue speciali. La dimensione verticale*. Padova: Unipress.

DANN, G. (1996). *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. Oxford: CAB International.

DUNNE, K.J. (2006). *Perspectives on Localization*. Volumen XIII. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

FRY, D. (2003). *The Localization Industry Primer*. 2ª edición. Revisado por Lommel, A. Suiza: MP Marketing y LISA.

GOTTI, M. (1991). *I linguaggi specialistici. Caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*. Firenze: La Nuova Italia.

GRASSO, M. (2002). *Scrivere per il web: annotazioni, considerazioni e suggestioni per quanti intendono conoscere la scrittura on line*. Italia: Franco Angeli Edizioni.

GRICE, H. P. (1975). *Logic and conversation*. En *Speech Acts*, eds. Peter Cole, y Jerry L. Morgan, 41-58. New York: Academic Press.

HALLIDAY, M., HASAN, R. (1985). *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Deakin University.

HURTADO ALBIR, A. (1996). *La cuestión del método traductor. Método, estrategia y técnica de traducción*. En: *Actas del Primer Congreso Latinoamericano de Traducción e Interpretación*. Pp.139-158. Buenos Aires: CTPCBA.

HURTADO ALBIR, A. (2001). *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. Madrid: Ediciones Cátedra.

JIMÉNEZ-CRESPO, M. A. (2013). *Translation and Web Localization*. Londres y Nueva York: Routledge.

LAINÉ, P. (2004). *Language of Interaction in Online Shopping*. Tesis doctoral de la Universitas Wasaensis, supervisor Dr. Mirjaliisa Charles.

LIU, Z. (2005). *Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years*. En *Journal of Documentation*. Vol 61 (6). Pp. 700–712. Reino Unido: Emerald Publishing Limited.

PULCINI, E. (2011). *Scrivere, linkare, comunicare per il Web*. Italia: Franco Angeli Edizioni.

SANDRINI, P. (2006). *Website Translation: a New Training Challenge*. Innsbruck: Universidad de Innsbruck.

SAPIR, E. (1972). *Cultura, linguaggio, personalità*. Torino: Einaudi.

SOBRERO, A. A. (1993). *Lingue speciali*. En BERRUTO, G., BENINCÀ, P. *Introduzione all'italiano contemporaneo: La variazione e gli usi*. Vol. II. Pp. 237-277. Bari: Laterza,

TROVATO, G. (2014). *Comunicación y Mediación lingüística en el ámbito del español del turismo: una propuesta didáctica para estudiantes de habla italiana*. En *Revista de estudios filológicos*. Vol. 26. Pp. 1-20. España: Tonos Digital.

TROVATO, G. (2018). *Hacia una pedagogía de la traducción especializada español-italiano bajo un prisma comunicativo*. En GARZELLI, B. GHIA, E. *Le lingue dei centri linguistici nelle sfide europee e internazionali: formazione e mercato del lavoro*. Pp. 111-126. Pisa: Edizioni ETS.

TROVATO, G. (2019). *El fenómeno de la adaptación lingüística y cultural en la traducción de textos turísticos: comparación de dos lenguas tipológicamente afines*. En ÁLVAREZ JURADO, M.

Estudios lingüísticos en torno al turismo: terminología, cultura y usuarios. Pp. 165-180. Valencia: Tirant Humanidades.

WEBGRAFÍA

CAORLE. (2021). *Wikipedia, L'enciclopedia libera*. Disponible en: <<https://it.wikipedia.org/wiki/Caorle>> [consulta: 29/07/21].

CAORLE.EU. *Caorle The Small Venice Official Website*. IAT Caorle. Disponible en: <<https://www.caorle.eu/it>> [consulta: 26/08/21]

DICCIONARIO CLAVE. *Diccionario de términos clave de ELE*. Disponible en: <<http://clave.smdiccionarios.com/app.php>> [consulta: 11/07/21]

COMISIÓN EUROPEA. THE GALLUP ORGANIZATION. (2011). *User language preferences online. Analytical report. Flash Eurobarometer 313*. [online] Disponible en: <https://data.europa.eu/data/datasets/s880_313?locale=en> [consulta: 17/06/21]

DICCIONARIO ONLINE REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Voz Hipertexto*. [online] Disponible en: <<https://dle.rae.es/hipertexto>> [consulta: 07/06/21]

FUNDÉU. *Fundación del Español Urgente*. Disponible en: <<https://www.fundeu.es/>> [consulta: 27/07/21]

HOEPLI.IT. *Grande Dizionario Italiano Hoepli di Laura Tam*. Disponible en: <<http://dizionari.hoepli.it>> [consulta: 23/08/21]

HUGSTAD P., TAYLOR J.W., BRUCE G.D., (1987) *The effects of social class and perceived risk on consumer information search*. En *Journal of Services Marketing*. Vol.4 No 2. Pp. 41-46. Reino Unido: Emerald Publishing Limited. [online] Disponible en: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb008195/full/html>> [consulta: 07/06/21]

INFOMERCATIESTERI.IT. (2021). *Flussi turistici: Spagna verso l'Italia*. [online] Disponible en: <https://www.infomercatiesteri.it/turismo_out.php?id_paesi=92#> [consulta: 09/06/21]

JOSHI, A., MATHUR, G. (2004). *The inverted pyramid approach in user interface design for interactive information retrieval*. Proceedings of the EASY3 (CHI South India) Annual Conference [online] Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.4941&rep=rep1&type=pdf> [consulta: 07/06/21]

MORKES, J., NIELSEN, J. (1997). *Concise, scannable, and objective: How to Write for the Web*. Nielsen Norman Group. [online] Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/concise-scannable-and-objective-how-to-write-for-the-web/> [consulta: 15/06/21]

NIELSEN, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman Group. [online] Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> [consulta: 15/06/21]

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]*. Disponible en: <https://dle.rae.es> [consulta: 12/08/21].

SCELZI, R. (2009). *Nel linguaggio specialistico*. Università degli studi di Bari Aldo Moro. En *Studi di Glottodidattica*, 3, pp 118-140. [online] Disponible en: <https://ojs.cimedoc.uniba.it/index.php/glottodidattica/article/view/167> [consulta: 14/07/21]

SCHADE, A. (2018). *Inverted Pyramid: Writing for Comprehension*. Nielsen Norman Group. [online] Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/inverted-pyramid/> [consulta: 02/07/21]

SPLENDIANI, S. (2014). *Informare i turisti: il ruolo della Rete*. Impresaturismo. [online] Disponible en: <http://www.impresaturismo.it/archivio/70-marzo-2014/352-informare-i-turisti-ilruolo-della-rete.html> [consulta: 29/06/21]

TRECCANI.IT. *Vocabolario Treccani on line*. Istituto dell'Enciclopedia Italiana. Disponible en: www.treccani.it [consulta: 29/08/21]

UNWTO.ORG. n.d. *El turismo: un fenómeno económico y social*. [online] Disponible en: <https://www.unwto.org/es/turismo> [consulta: 15/06/21]

UNWTO.ORG. n.d. *Glosario de términos de turismo*. [online] Disponible en:
<<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>> [consulta: 15/06/21]

WoRMS Editorial Board. (2021). *World Register of Marine Species*. Disponible en:
<<https://www.marinespecies.org>> [consulta: 11/06/21]

WTTC.ORG. (2020). *Travel and tourism: global economic impact & trends 2020*. [online]
Disponible en:
<<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>> [consulta: 16/06/21]

ZEITHAML V.A., PARASURAMAN A., BERRY L.L., (1985) *Problems and strategies in services marketing*. En *Journal of Marketing*. Vol 49 (2). Pp. 33-46. London: Sage Publications. [online]
Disponible en:
<<https://www.jstor.org/stable/1251563?refreqid=excelsior%3Af1199dfce755c2e922977a3e42e31ff9>> [consulta: 09/06/21]